



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Efecto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la  
clínica San Pedro 2021

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTORES:**

Norabuena Casahuaman, Jose Luis (orcid.org/0000-0001-9998-7455)

Villarruel Cotrina, Juan Andres (orcid.org/0000-0002-4004-1128)

**ASESORES:**

Dr. Espinoza de la Cruz, Manuel Antonio (orcid.org/0000-0001-6290-4484)

Dr. Salazar Llanos, Juan Francisco (orcid.org/0000-0001-8314-2634)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2022**

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de investigación a mi hermosa madre, pues gracias a ella no lo hubiera logrado. Este trabajo es tuyo en agradecimiento por tu amor y apoyo incondicional.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por haberme regalado una hermosa familia, que siempre me apoyo en todo momento y sobre todo inculcándome los valores: Humildad, respeto y sobre todo honradez. Espero contar siempre con ellos.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación:.....	10
3.2. Variables y operacionalización:.....	10
3.3. Población,muestra,muestreo,unidad de análisis.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.5. Procedimientos.....	13
3.6. Método de análisis de datos.....	13
3.7. Aspectos éticos.....	13
IV. RESULTADOS.....	15
V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS.....	39

## Índice de tablas

<b>Tabla N°1 : Análisis de confiabilidad</b> .....	13
<b>Tabla N°2 : Prueba de Normalidad</b> .....	15
<b>Tabla N°3 : Efecto entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</b> .....	16
<b>Tabla N°4 : Nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</b> .....	17
<b>Tabla N°5 : Nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021</b> .....	19
<b>Tabla N°6 : La Satisfacción del Cliente y los Elementos Tangibles de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</b> .....	20
<b>Tabla N°7 : La Satisfacción del Cliente y la Fiabilidad de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</b> .....	21
<b>Tabla N°8 : La Satisfacción del Cliente y la Capacidad de Atención de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</b> .....	23
<b>Tabla N°9 : La Satisfacción del Cliente y la Seguridad de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</b> .....	24
<b>Tabla N°10 :La Satisfacción del Cliente y la Empatía de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</b> .....	25

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura Nº 1 :</b> <i>Diseño de investigación</i> .....	10
<b>Figura Nº 2 :</b> <i>Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	17
<b>Figura Nº 3:</b> <i>Nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	18
<b>Figura Nº 4:</b> <i>Nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	19
<b>Figura Nº 5:</b> <i>La Satisfacción del Cliente y los Elementos Tangibles de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	21
<b>Figura Nº 6:</b> <i>La Satisfacción del Cliente y la Fiabilidad de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	22
<b>Figura Nº 7: :</b> <i>La Satisfacción del Cliente y la Capacidad de Atención de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	24
<b>Figura Nº 8:</b> <i>La Satisfacción del Cliente y la Seguridad de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	25
<b>Figura Nº 9:</b> <i>La Satisfacción del Cliente y la Empatía de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021</i> .....	26

## Resumen

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar el efecto de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021. Así mismo la metodología utilizada fue aplicada, no experimental . La muestra fue de 317 pacientes de la clínica san pedro donde se empleó el cuestionario conformado por 14 ítems de la variable calidad de servicio y 12 items de la variable satisfacción del cliente . En cuanto a los resultados de la investigación, la primera variable tiene una relación significativamente, con una intensidad moderada afirmativa con la segunda variable de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021; = 0.690 por lo tanto se concluye que es la hipótesis alterna es verídica afirmando que existe relación positiva entre las dos variables.

**Palabras clave:** Efecto, calidad de servicio, satisfacción.

## **Abstract**

The present investigation was carried out with the purpose of determining the effect of the quality of the service and the satisfaction of the clients of the San Pedro Clinic, Chimbote - 2021. Likewise, the methodology used was applied, not experimental. The sample was 317 patients from the San Pedro clinic where the questionnaire was used consisting of 14 items from the quality of service variable and 12 items from the customer satisfaction variable. Regarding the results of the research, the first variable has a significant relationship, with a moderate affirmative intensity, with the second variable of the San Pedro Clinic, Chimbote – 2021; = 0.690 therefore it is concluded that the alternative hypothesis is true stating that there is a positive relationship between the two variables.

**Keywords:** Effect , service quality , satisfaction.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La realidad actual en las entidades de salud en el mundo, desarrollan actividades orientadas a la prevención, promoción y calidad de vida dirigidas hacia el público externo, en ese sentido sus niveles de calidad en los servicios brindados deben ser superiores con la finalidad de satisfacer a los usuarios que reciben el servicio ya sea en establecimientos de salud pública o privada como hospitales, clínicas, centros de salud, etc. De acuerdo al conocimiento de la calidad de servicio que toma una persona se puede afirmar que es la discrepancia entre lo que el usuario anhela y lo que verdaderamente toma de dicha prestación, esto según lo establecido los siguientes autores

Por otro lado , se afirma que la calidad de servicio como concepto tiene que ver con el trato igualitario y homogéneo que los usuarios reciben. Los establecimientos de salud vienen desarrollando e implementando pautas y recomendaciones para alcanzar el nivel deseado de atención para una mejor satisfacción en los usuarios con la población a nivel mundial. Por otro lado, la calidad de servicio no es percibida de igual manera por todos porque la situación de desarrollo de la población en el mundo no es igual, esto significa que la escala de calidad de servicio brindada es totalmente distinto en todos los países (OMS, 2020)

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente en este estudio se quiere identificar y analizar las causas que pueden darse en cuanto a la insatisfacción laboral de acuerdo al servicio y la clase de este que reciben los clientes y usuarios de la Clínica San Pedro.

La Clínica San Pedro, ubicada en Manuel Villavicencio 479, Chimbote cuenta con servicio operativo durante las 24 horas principalmente en el sector de emergencia, así mismo también el sector de servicio de hospitalización presenta adecuados estándares en calidad; así como también, centro quirúrgico, laboratorios, rayos x, terapia física y rehabilitación, consulta ambulatoria, farmacia, banco de sangre y finalmente el personal en general es competente, calificado y capacitado para ejercer sus funciones.

Este estudio tiene como fin precisar cómo perciben los clientes las áreas diversas que ofrece y brinda la Clínica San Pedro. Por otro lado, cabe resaltar que la entidad en la actualidad viene implementando un proceso de mejora

continua de sus servicios esto orientado al cumplimiento exigido por las normativas, pero sobre todo pensando y orientándose a la comodidad y exigencias de los clientes actuales, en ese sentido este proyecto de investigación se proyecta a puntualizar la aptitud de la prestación y la deleite del usuario , elementos necesarios para el incesante progreso de las prestaciones de salud en bien de un grupo poblacional.

Actualmente la empresa no cuenta con estudios previos en lo que corresponde a las variables, sin embargo, hay disconformidad que es plasmada en el libro de reclamaciones que pueden evidenciar falencias y disconformidades en los servicios que se brinda, en ese sentido de acuerdo a la competencia general de los establecimientos de salud específicamente privados y al nuevo modelo de clientes que existe en la actualidad donde es más exigente, cambiante, informado y poco fiel es que la Clínica San Pedro está en la necesidad de fortalecer sus activos tangibles e intangibles para ser competitiva en el mercado, ser más eficiente en sus servicios y generar una imagen corporativa orientada a calidad y satisfacción para con sus grupos de interés.

Teniendo en cuenta lo establecido en la problemática se propone lo siguiente;  
¿Cuál es el efecto entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica San Pedro, Chimbote - 2021?

El actual proyecto de investigación es muy beneficioso porque a través de él se podrá desarrollar una mejora prolongada en el servicio esperado por la clínica, consiguiendo favorecer preeminencia de la atención con motivo de obtener una mejor complacencia y agrado en sus clientes, siendo esto una base fundamental para que puedan permanecer como una de las entidades de salud privada con mayor prestigio en la ciudad de Chimbote.

Teniendo en cuenta la justificación teórica, servirá como insumo a futuros investigadores permitiéndoles tener antecedentes y soporte teórico a través de sus resultados y conclusiones, que concuerdan con las variables de estudio, tipo de investigación y poblaciones similares.

Se justifica de manera práctica ya que ayudará a diferentes instituciones de salud pública y privada a conocer los resultados y recomendaciones que podrían analizar y considerar en sus entidades como estrategias de mejora sobre la aptitud de la prestación y la complacencia de los usuarios.

Se justifica metodológicamente, en efecto, a raíz de la elaboración de instrumentos en este tipo de poblaciones, servirá a futuros investigadores poder considerar y tomar como referencia estos instrumentos validados y confiables para su aplicación en contextos académicos y científicos.

Posteriormente en este proyecto de estudio se planteó como principal objetivo; determinar el efecto de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021, Asimismo en cuanto a los objetivos específicos; determinar el grado de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021 , determinar el nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021 y analizar el efecto con relación a las dimensiones de la calidad de servicio y las dimensiones de la satisfacción del cliente del Clínica San Pedro, Chimbote - 2021

Adicionalmente se pautó la hipótesis principal: la calidad del servicio tiene efecto relevante en la contentamiento del cliente en la clínica San Pedro, Chimbote - 2021 , luego para la hipótesis nula la calidad del servicio no tiene efecto elocuentemente en la complacencia del cliente en la clínica San Pedro, Chimbote – 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

En relación al marco teórico se analizará los antecedentes internacionales, nacionales y locales, los cuales se detallarán a continuación. De acuerdo a los estudios internacionales, Agudelo et al. (2020) en el estudio "Clima organizacional y percepción de la calidad en una institución de salud de la ciudad de Manizales 2018 – 2019", tuvo como muestra 83 personas del área asistencial y 99 del área administrativa, por otro lado en la muestra tomada para la percepción de la calidad se tuvo a 382 clientes. Los resultados muestran que existe un clima organizacional bueno en el personal, la percepción externa de la calidad arroja una puntuación promedio entre expectativas y percepción de 6,7%, encontrándose dentro de los criterios de satisfacción. Se concluye que, aunque se cuente con resultados satisfactorios en el clima organizacional, la calidad de la atención en salud precisa mejorar en todas sus dimensiones. Se requiere tomar medidas para que los usuarios perciban mejor la calidad en la atención de la clínica. No necesariamente el tener un clima organizacional satisfactorio garantiza que los usuarios lo perciban igual en la atención en salud en la entidad estudiada.

Villacres (2020) en su investigación "La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor- Ecuador" teniendo como muestra a 286 encuestados, se concluye que el promedio de satisfacción general de los clientes fue de 93,2%, mientras que la de mayor puntuación fue para la variable seguridad (95,2%).

Por otro lado, Civera (2018) en su tesis "Complacencia de los usuarios con los servicios clínicos en Puerto Rico", estudio clínico, la muestra estuvo compuesta por 41 participantes, Concluyendo: Que el 75% de los encuestados consideraron que aspectos como convivencia, impresión, respeto y efectividad fueron percibidos como buenos.

Manrique y Mejias (2011) en su artículo "Dimensiones de la complacencia de usuarios financieros universitarios" describen la satisfacción del cliente producto de la estimación que efectúa cliente frente a un servicio y dependiendo del servicio brindado cumplió con sus necesidades y expectativas. Dichos autores

presentaron una cantidad de dimensiones las cuales las más importantes fueron: Calidad funcional percibida , confianza, expectativas.

Siddiqui (2007) en su tesis “Comparación de servicios públicos, privados y Hospitales extranjeros desde la perspectiva de Pacientes de Bangladesh” cuyo objetivo fue contrastar la disposición de la colaboración higiénica en diferentes establecimientos a partir de la representación del usuario, se utilizó el modelo SERVQUAL a 400 personas, en este tesis se efectuó una indagación a ciudadanos de Bangladesh que asumieron la práctica de atenderse en establecimientos estatales, privadas y sanatorios del exterior, finalmente se concluyó que el 80 % percibían que la atención y calidad eran mejor en los hospitales extranjeros que nacionales.

Ortiz, Muñoz, y Torres (2004) en la tesis “Satisfacción de los Usuarios de 15 Hospitales de Hidalgo. México”. Se tuvo como objetivo medir el grado de satisfacción de los pacientes de los servicios de hospitales del sector salud, el estudio fue transversal realizado a 15 hospitales se realizó una encuesta anónima y confidencial a 8.555 personas, las conclusiones fueron que el 18.5% indicaron que no regresarían a estos centros hospitalarios, la insatisfacción general percibida fue de 15%.

En relación a los antecedentes nacionales, Martin (2021), en la tesis " La calidad del servicio en la satisfacción de los clientes de la clínica Primavera en la ciudad de Trujillo en el año 2021", el principal objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, la muestra estuvo compuesta por 382 clientes; las principales conclusiones se evidencia que existe relación entre las variables, puesto que a mayor calidad de servicio que se les brinde a los clientes mayor será el nivel de satisfacción que perciban en la Clínica Primavera, con un 69.4% de clientes que perciben una alta calidad en el servicio y manifiestan que la empresa cumple lo prometido en relación a la calidad de servicio.

Espinoza (2017), en su trabajo de investigación "Satisfacción del usuario en la atención externamente de la clínica Leonardo Ortiz José", Chiclayo, estudio descriptivo de corte colateral, el objetivo establecer el nivel de satisfacción del interesado externamente, se usó la encuesta SERVQUAL aplicados a 199 usuarios, así mismo las conclusiones fueron que los usuarios estaban satisfechos con un 12% y un 88% consideraron lo contrario.

Sotomayor, M. (2016) en la investigación "Elementos que intermedian en la complacencia de los beneficiarios del exterior. Hospital de Chiclayo en el 2017, así mismo el objetivo fue identificar los síntesis que interceden en la complacencia de los beneficiarios externamente, de la misma manera el estudio fue descriptiva, transversal, observacional y prospectiva, cabe resaltar que la muestra estuvo compuesta por 137,936 usuarios, las conclusiones fueron que el 64.8% estuvieron gustosos y las dimensiones capacidad de consulta y seguridad fueron las mejores valoradas.

Pinchi, R. (2017), en la tesis "Aptitud de cuidado al usuario y el grado de complacencia del beneficiario del exterior en un Hospital de Tarapoto, el objetivo fue comprender la concordancia entre el nivel de disposición de los métodos de esmero y el grado de complacencia, la investigación fue no experimental, descriptivo correlacional, se aplicó encuestas a 377 usuarios Finalmente las conclusiones fueron que el nivel de calidad de atención se apreció como bueno con un 33% y el nivel normal se halla con unos niveles de complacencia bajo en un 76% en tanto que el 24% se hallan regularmente complacidos.

Por otro lado, en cuanto a los antecedentes locales Aguilar (2017) en su investigación "Satisfacción de la persona hospitalizada y su correlación con la disposición de atención de la enfermera en la prestación de cirugía habitual y trauma de un hospital en Chimbote". Se buscó establecer la correlación entre las variables, se trabajó con 74 encuestados y las conclusiones fueron que; el 64 % de los clientes aludieron que la disposición de atención fue buena, por otra parte, el 43% se encontraban satisfechos con el servicio y el 11 % se encontraron insatisfechos.

Miñano Jhina (2019) en su tesis "Eficaz calidad de aplicación del competitivo de enfermería en el prestación de emergencias del hospital III Essalud Chimbote" se buscó establecer la predominio de la aptitud de prestación y la complacencia

por parte de la enfermería hacia el adulto en un Hospital, la muestra estuvo compuesta por 217 pacientes, así mismo la investigación fue descriptiva – correlacional, finalmente las conclusiones más relevantes fueron que, el 25,7% de los usuarios consideraron sentirse poco satisfechos lo mismo sucedió con las dimensiones de accesibilidad y tiempo y el 83% consideran que las dimensiones relaciones interpersonales, investigación y capacidad técnica se encuentran satisfechos.

Achahuanco y Lecca ( 2018) en su tesis “Disposición de cuidado y complacencia del beneficiario del sanatorio Es salud III de laderas”. El objetivo principal fue describir a la calidad y satisfacción de la prestación o servicio, se empleó los cuestionarios a una muestra de 242 usuarios y las conclusiones más relevantes fueron que el 50.4% de opinan que el grado de la dimensión eficacia fue bueno, en tanto que el 29.8% de ellos que indica que hay un grado malo, por otro lado, en cuanto a la calidad de atención el 28,9% lo percibe como malo, el 45,5% regular y el 25,6% como bueno.

Las bases teóricas de esta investigación se detallarán en concordancia con las variables de estudio.

De acuerdo a la teoría de la calidad de servicio, los consiguientes autores explican:

Según Jiménez, Bellido y López .(2019)). La utilización de los sentidos como la visión, tacto, olfato, gusto y oídos para poder percibir un producto o servicio genera un impacto significativo automático y que podría ser duradero, en ese sentido las organizaciones de hoy orientadas a mantener y garantizar un servicio de calidad en lo que ofrece están trabajando mucho en su cliente interno, sus procesos y lo tangible e intangible esto con la finalidad de seguir vigentes en el mercado, la retención de los clientes, la captación de nuevos clientes y sobre todo garantizar la rentabilidad de la empresa.

Así mismo, el autor hace una aclaración que se debe tener en claro y descrito qué características tiene nuestro público objetivo de esa manera sabremos enfocarnos con mayor detalle en sus exigencias, gustos y preferencias para poder atender esas exigencias.

Desde otro punto de vista Cote y Giese (2019) entienden a la calidad de servicio como una interpretación adecuada por parte de los clientes sobre lo que reciben

sobre una atención prestada, así mismo esta experiencia debe garantizar la complacencia por los servicios del producto o servicio recibido.

El autor supone que se debe poner rigor en la estrategia o enfoque que se quiere implementar y generar por parte de la empresa, esto debe tener una orientación clara en el cliente y por ende debe generar complacencia general en el consumidor tanto interno como externo en ese sentido cabe resaltar que cuando hay un trabajador contento este brindará un mejor servicio y por lo tanto los clientes recibirán un mejor trato.

Matsumot, R. (2017) define “la calidad en el servicio viene a ser la respuesta o resultado del análisis minucioso del consumidor de sus expectativas y lo que recibe por parte de una empresa. “Esto quiere decir que la medida de calidad se hace a través de lo que el usuario expectativo y lo que la asociación ofrece.

Por otro lado, la diversidad de propuestas en cuanto a productos y servicios por las empresas debe ser analizada y apreciada desde diferentes perspectivas por los consumidores ya que las propuestas, gamas y circunstancias son distintas, en ese sentido la calidad debe ser apreciada desde esos criterios también.

Según Cronin y Taylor (1992). Mencionan que calcular un servicio de calidad no es una labor muy posible ni mucho menos espontánea ya que los consumidores no solo evalúan el resultado final sino también toman criterios y atención al inicio del primer contacto esto se puede prestar atención de acuerdo a la celeridad en la atención percibida, así mismo si se constituye un vínculo cuando ya inicia la cordialidad en la cuidado y logra percatarse, esto se irradia en compendios perceptibles, la profesionalidad, la educación y seguridad en el ambiente.

Según Prieto y Tapia (2017) La calidad de servicio también es valorada por los consumidores por múltiples componentes latentes que interactúan en el momento del servicio, en ese sentido la calidad del servicio no vendría a ser la conclusión final, muchas veces también es valorado que tan bien los consumidores se sienten con los productos ofrecidos en su momento, esto incluso en algunas ocasiones es valorado por encima de cualquier otro elemento relacionado a la calidad en el servicio.

Argumenta el autor precisa que poner en práctica estrategias orientadas a garantizar el buen comportamiento del personal en el servicio brindado al momento de ofrecer el servicio o producto final garantiza una permanente

relación de servicio con el cliente inclusive afirma también que los clientes pueden invertir más en ese servicio por esa experiencia favorable, en ese sentido también afirma que el medir la calidad de servicio no es fácil sin embargo declara que evaluar beneficia al momento de tomar de decisiones en beneficio siempre de la institución .

De la misma manera, en la teoría la satisfacción del cliente, los siguientes autores explican: Según Zietml (2009).La satisfacción del cliente la define, como la diferenciación de expectativas y percepción con respecto al servicio brindado. Desde la expectativa del cliente, de modo que sí la percepción está bajo las perspectivas, entonces el cliente quedará desconforme, y si la apreciación esta igual que las curiosidades, el cliente estará satisfecho.

Menciona que una mala práctica es medir el nivel de satisfacción en clientes que hayan experimentado situaciones con cierta tensión que puedan haber alterado sus estados psíquicos y emocionales, esto podría generar subjetividad en los verdaderos resultados y que podrían afectar las decisiones por parte de la empresa.

Desde ese punto de vista el autor indica que a raíz de estudios serios en cuanto a la satisfacción es que conlleva a las organizaciones a esmerarse en generar servicios de alta calidad con el objetivo preciso de que los consumidores retornen.

Según Gil et. al (2005) Analizaron en un estudio como los servicios ofrecidos pueden impactar en la satisfacción de los consumidores, descubriendo que depende del esmero en la prestación de servicios garantiza la satisfacción continua y permanente en los clientes.

Los autores argumentan que la rentabilidad está asociado estrechamente a la satisfacción en los consumidores, en ese sentido plantear planes de mejora en esa variable garantizara corregir deficiencias y ser más exitoso en la empresa.

Sánchez, Romero y Lander (2016) consideran que no solo se reconoce a la calidad como parte del procedimiento de satisfacción en el cliente, sino también agrega criterios de oportunidad en la atención por parte de los colaboradores, y la experiencia gratificante o no de los consumidores.

Vega (2017). Explica que el estado de ánimo, aspectos psicológicos y emocionales juegan un papel significativo en relación a la experiencia percibida

en un servicio recibido, en ese sentido las expectativas de los clientes serán satisfechas o no, por eso los autores precisan que generar vínculos emocionales sanos con los clientes es clave en la satisfacción en los clientes.

Por otro lado Sánchez et. al (2016) determinan que la difusión por parte de los clientes en cuanto a cómo se sintieron o cual fue la satisfacción que experimentaron, esos clientes comentaran a sus amigos, colegas y familiares acerca que si finalmente recomiendan ese establecimiento, producto o servicio.

Los autores mencionan que la calidad como objetivo será permanentemente satisfacer a los clientes en sus diversas necesidades.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1 Tipo de investigación

Investigación aplicada

Arias (2020) Investigación que tiene como finalidad solucionar incertidumbres determinadas de las compañías u organizaciones.

Esta investigación es aplicada, porque se empleó el instrumento (cuestionario) a los pacientes de la clínica San Pedro.

##### 3.1.2 Diseño de investigación

Investigación no experimental

Alvarez.A(2020) Investigación donde no hubo maniobro de las variables por parte del investigador o investigadores.

En este caso fue transversal, porque será mediante recopilación de los datos y la realización del cuestionario que se les aplicará en un momento único.

#### Figura 1

*Organización de la investigación*

Esquema:

Dónde:

M= Muestra

V1= Calidad de servicio

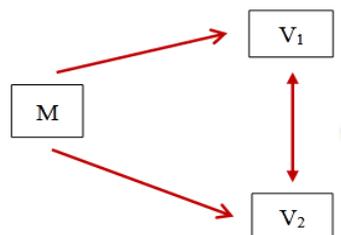
V2= Satisfacción del cliente

r= Relación entre las dos variables

#### 3.2 Variables y Operacionalización

Las mencionadas de este actual investigación “ Efecto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro , 2021 son:

**Variable independiente:** El presente estudio considero como variable independiente a calidad de servicio



**Definición conceptual:** Es el entendimiento del cliente acerca de la excelencia o superioridad de este, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. ( Parasuraman, Zeithaml y Berry ,1988)

**Definición operacional:** Se define como la forma de medir cuando un servicio satisface una necesidad del cliente. La presente variable se medirá a través de un cuestionario, mediante las siguientes dimensiones elementos tangibles, la capacidad de atención, empatía, fiabilidad y seguridad.

Los indicadores que fueron considerados son : Infraestructura, equipos ,tecnológicos, presentación del personal, material de comunicación ,ayuda ,servicio ,atención personalizada, interés en el cliente ,eficiencia ,eficacia ,conocimiento y habilidades.

**Variable dependiente:** El presente estudio considero como variable dependiente a satisfacción del cliente

**Definición conceptual:** Es la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. (Mejias y Manrique ,2011)

**Definición operacional:** Se define como la satisfacción que llega a tener un cliente en relación al producto o al servicio que se le brindó o consumió, lo cual será medido a través de un cuestionario mediante las siguientes dimensiones: recomendación, transparencia y complacencia.

Los indicadores que fueron considerados son: Nivel de recomendación, grado de veracidad, transparencia, comunicación y capacidad de atención.

La escala de medición para ambas variables es ordinal, empleando como técnica de recolección de datos la encuesta.

### **3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis**

#### **3.3.1 Población**

Se considerada a todos los elementos de lo que se pretender analizar o estudiar (Fernando López, 2004) La población está constituida por 1800 pacientes entre el mes de enero y julio, 2021.

### **Criterios de inclusión**

- Los propios clientes de la clínica San Pedro
- Personas de 18 años a 80 años
- Personas que llegan a la clínica en busca de información de los servicios.

### **Criterios de exclusión**

- A niñas y niños, ya que estos mismos podrían estar acompañando a los verdaderos clientes que vendría a ser sus papas o algún otro familiar.

#### **3.3.2 Muestra**

En ese sentido la muestra sería de 317 pacientes que fueron atendidos en la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021

Por otro lado, la muestra es la proporción o subconjunto de una población. Estadísticamente es un subcomponente representativo a la población que se desea analizar (Fernando López, 2004)

#### **3.3.3 Muestreo**

La técnica empleada para este proyecto de investigación será el muestreo probable circunstancial sencillo hacia los pacientes de la Clínica San Pedro – Chimbote 2021

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Encuesta

Según Hernández (2012) nos dice que es una de las técnicas más empleada en el énfasis cuantitativo, esta mismo fue utilizada en esta investigación para el logro de datos de la muestra de nuestro estudio.

#### **Instrumento (Cuestionario)**

Amador (2009) nos menciona que este viene a ser un grupo de preguntas elaboradas para obtener los datos y llevar a cabo los objetivos del estudio de investigación. De tal forma que la herramienta utilizada será el cuestionario, para realizar este cuestionario se tomara en cuenta nuestras variables calidad de servicio y satisfacción del cliente, en un conjunto de ítems, estos mismos serán llevados a cabo a los pacientes de la clínica San Pedro.

#### **Validez**

López, F (2018). Determina el nivel en que una herramienta mide las inconstantes que se quieren investigar. Del mismo modo, este recurso se

realizará a través de la prueba llamada "JUCIO DE EXPERTOS ". Dichos instrumentos que medirán las inconstantes Calidad de prestación y complacencia del usuario pasaran por su apreciación y aprobación del personal especializado en este tema y un metodólogo, los mencionados acreditaran el instrumento, la congruencia y el ordenamiento de las preguntas.

### **Confiabilidad**

Santos, G (2017). Es el nivel en donde una variable tiene un valor igual luego de medirse varias veces. La determinación de la confiabilidad de estos instrumentos se hizo a través del " ALFA DE CRONBACH ".

Se utilizará el Factor de ALFA DE CRONBACH, este es un procedimiento de firmeza interna que puede evaluar la confiabilidad de los instrumentos de medición por medio de un acumulado de elementos que se esperan midan la misma estructura o tamaño teórico. Si el número Alpha de Cronbach pauta un importe próximo a 1,00 y suma a 0,80, el instrumento evaluado se debe considerar confiable (Hernández, et al., (2014).

En este análisis, se obtuvo para la primera variable ( calidad de servicio ) un 0.95, esto refleja una confiabilidad muy buena.

La segunda variable( satisfacción del cliente) se obtuvo un 0.94, de la misma forma esto determina una confiabilidad buena.

### **3.5 Procedimientos**

Para el procedimiento que se empleará para la recopilación de información de esta investigación será, nuestro instrumento (encuesta). Luego, se llevara a cabo la encuesta a los clientes de la clínica San Pedro – Chimbote, por medio del muestreo han sido seleccionados.

Mediante la información recopilada, se realizara una base de datos que nos permitirá determinar nuestros objetivos en tablas y gráficos. Del mismo modo se efectuará una investigación inmediata y con la finalidad de la investigación cuantitativa recolectada.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Para el actual estudio se empleó el enfoque estadístico, tanto como la estadística inferencial y la estadística descriptiva, estas determinaran la información que dispondrá relación en la clase de prestación y satisfacción del usuario del sanatorio San Pedro.

Para resolver y lograr las deducciones de los descriptivos estadísticos y contrastación de las suposiciones se manejó el software de la estadística para las culturas generales (SPSS vs. 26.0). Se efectuó la ensayo de KOLMOGOROV-SMIRNOV instituyendo que los fundamentos de las inconstantes trabajadas son menores al cinco % de significancia estándar ( $p < 0,05$ ), en los puntajes de calidad de servicio y satisfacción del paciente exponiéndose que se distribuyen de carácter anormal. Consecuentemente, para examinar la correlación de las inconstantes en este caso se manipuló la prueba no paramétrica correlación de Rho Spearman

### **3.7 Aspectos éticos**

La elaboración de esta investigación se dispondrá bajo todas las normas de ética. Y se basa en la regla de conducta en investigación de la UCV aprobada con la RCUNº 0262-2020-UCV. Por otro lado, es importante mencionar que se hará una gestión de privacidad respecto a los fundamentos de los sujetos que invitaran en la investigación también se informará a cada posible participante, teniendo estos la opción de participar o no del estudio. Por otro lado, no se discriminará a ninguno de los participantes de alguna manera o algún motivo que no sean cuestiones técnicas propias del estudio. La veracidad y sinceridad de información será valores pilares que manejaran los investigadores en el proceso investigativo además que también se respetó la contribución de los autores citándolos en normas APA en este proyecto de investigación, también se pondrá en práctica la autenticidad de la información recopilada en la investigación, para luego ser entregado a la Universidad Cesar vallejo.

#### IV. RESULTADOS.

##### Prueba de Normalidad:

**Tabla 1**

*Prueba De Normalidad para la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
<b>Calidad de servicio</b>	,302	316	,000
Elementos Tangibles	,396	316	,000
Fiabilidad	,288	316	,000
Capacidad de atención	,337	316	,000
Seguridad	,454	316	,000
Empatía	,422	316	,000
<b>Satisfacción del cliente</b>	,284	316	,000
Calidad funcional percibida	,416	316	,000
Confianza	,315	316	,000
Expectativas	,245	316	,000

*Nota:* Cuestionario procesado en SPSS

La evaluación de la prueba de la regularidad es examinar que estadística de valoración va a desarrollar y efectuar con nuestros objetivos e hipótesis, tomando una disposición si se desenvuelve una prueba paramétrica o no paramétrica, por ello cuando la muestra es superior a 50 puntualmente 316, se aplica la prueba de Kolmogorov-Smirnov, ahora si la significancia (Sig.) es menor a 0.05 se aplica una Prueba No Paramétrico por ello, para las contrastaciones se utilizará la Prueba Rho de Spearman para buscar la relación entre las variables la Calidad de Servicio y Satisfacción del paciente para medir la fuerza de la correlación se aplicara la D de Somers y para medir la direccionalidad de la correlación la prueba Gamma de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021

### Objetivo General:

Determinar el efecto entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021

**Tabla 2**

*Efecto entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

			calidad de servicio	D de Somers	Gamma
<i>Rho de Spearman</i>	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	.686**	0.452	0.46
		Sig. (bilateral)	<.001	0.000	0.040
		N		316	

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

En la tabla 2 se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es  $R = 0.690$  (existiendo una relación positiva) con grado de significancia  $p = 0.001$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) lo que expresa que la calidad de prestación se relaciona significativa con la satisfacción de los clientes, en el gráfico muestra que se acepta la  $H_1$  donde el valor calculado 18.29 supera al de tabla con un 1.65 por lo que ambas variables son dependientes, con una intensidad y direccionalidad en un rango de 0.30 – 0.60 considerado como Media.

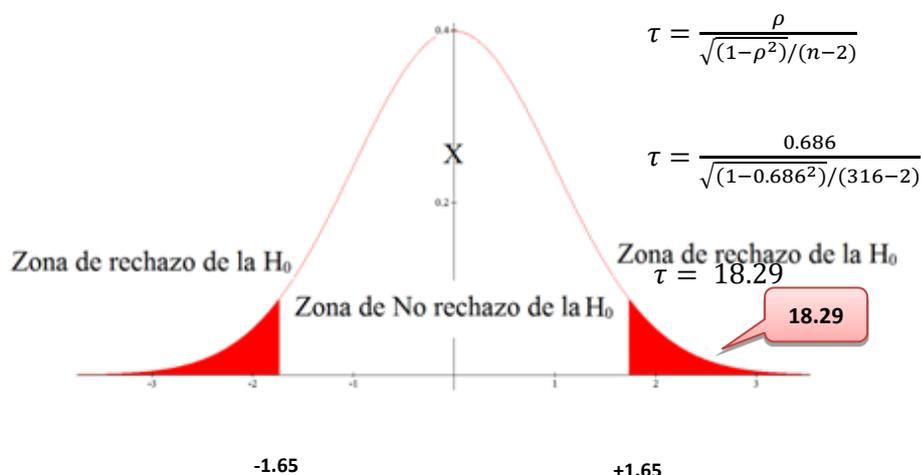
#### **Prueba de hipótesis:**

*$H_1$ : la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, tienen relación significativa.*

Valor de la Tabla  $T_{0,95;314} = \mp 1,65$  entonces el Valor calculable es mayor al de la Tabla esto quiere decir que se Acepta  $H_1$ .

**Figura 2**

*Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*



**Objetivo específico 1:**

Determinar el nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021

**Tabla 3**

*Nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

		Frecuencia	Porcentaje
Calidad de Servicio	Bajo	26	8,2
	Medio	142	44,9
	Alto	148	46,8
	Total	316	100,0

*Nota : Cuestionario de Calidad de Servicio.*

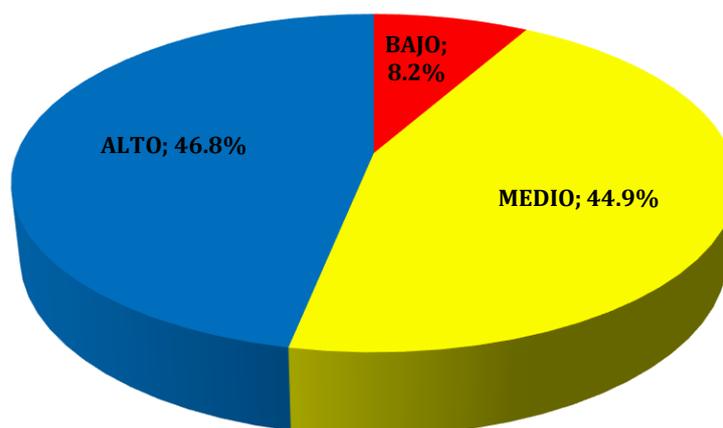
En la Tabla 3 se puede observar que el 46.8% de los pacientes obtuvieron un nivel alto de calidad de servicio, en tanto para la discusión el 44.9% de los pacientes obtuvieron un nivel medio de calidad de servicio, el 8.2% tienen un

nivel de calidad de servicio bajo para la calidad de servicio de los clientes de la clínica san pedro.

Analizando el nivel de calidad de servicio de la Clínica San Pedro es de nivel medio (44.9%), es decir que existen factores que no incentivan a los clientes a sentirse cómodos con la calidad de servicio que se ofrece clínica san pedro.

**Figura 3**

*Nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*



**Objetivo específico 2:**

Determinar el nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021

**Tabla 4**

*Nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021*

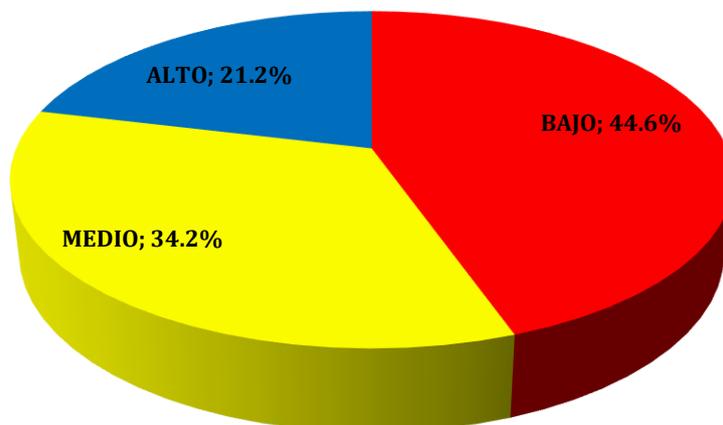
		Frecuencia	Porcentaje
Satisfacción del Cliente	Bajo	141	44,6
	Medio	108	34,2
	Alto	67	21,2
	Total	316	100,0

*Nota : Cuestionario de Satisfacción del Cliente.*

En la Tabla 4 se puede observar que el 21.2% de los pacientes obtuvieron un nivel alto de satisfacción del cliente y un 44,6% de los pacientes obtuvieron un nivel bajo de de satisfacción del cliente , lo cual es un punto en contra para la clínica San Pedro .Analizando el nivel de satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro es de nivel bajo (44.6%), es decir que existen factores que no incentivan a los clientes a sentirse satisfechos con lo que se ofrece clínica san pedro.

**Figura 4**

*Nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*



**Objetivo Específico 3:**

Analizar la relación entre las dimensiones de la calidad de servicio y las dimensiones de la satisfacción del cliente del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021

**Tabla 5**

*La Satisfacción del Cliente y los Elementos Tangibles de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

		Elementos tangibles	D de Somers	Gama
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	.676**	0,62
		Sig. (bilateral)	<.002	0.002
		N	316	

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

En la Tabla 5 se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es  $R = 0.676$  (existiendo una relación positiva) con nivel de significancia  $p = 0.002$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del cliente se relaciona significativa con la dimensión elementos tangibles, en el gráfico muestra que se acepta la hipótesis alternativa donde el valor calculable 13.73 supera al de la tabla con un 1.65 por lo que ambas variables son dependientes, con una intensidad y direccionalidad en un rango de 0.30 considerado como Media y fuerte respectivamente superando al 0.60.

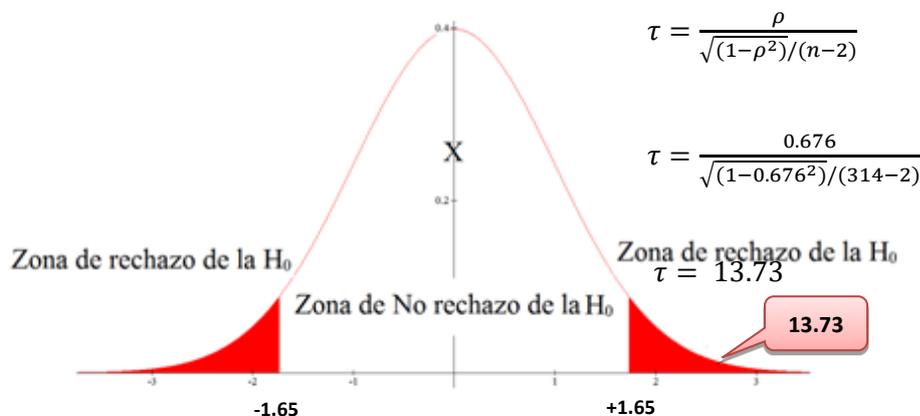
***Prueba de hipótesis:***

*$H_1$ : La Satisfacción del Cliente y los Elementos Tangibles de los clientes del Clínica San Pedro, tienen relación significativa.*

Valor de la Tabla  $T_{0,95;314} = \mp 1,65$  entonces el Valor calculable es mayor al de la Tabla esto quiere decir que se Acepta  $H_1$ .

**Figura 5**

*La Satisfacción del Cliente y los Elementos Tangibles de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*



**Tabla 6**

*La Satisfacción del Cliente y la Fiabilidad de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

		Fiabilidad	D de Somers	Gamma
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	.600**	0.300	0.68
	Satisfacción del cliente	Sig. (bilateral)	<.001	0.001
	N		316	

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

En la Tabla 6 se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es  $R = 0.600$  (existiendo una relación positiva) con nivel de significancia  $p = 0.001$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del cliente se relaciona significativa con la dimensión fiabilidad, en el gráfico muestra que se acepta la hipótesis alternativa donde el valor calculable 11.83 supera al de la tabla con un 1.65 con lo que se concluye por lo que ambas variables son



**Tabla 7**

*La Satisfacción del Cliente y la Capacidad de Atención de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

		Capacidad de Atención	D de Somers	Gamma	
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	.633**	0.335	0.42
n		Sig. (bilateral)	<.001	0.05	0.024
		N		316	

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

En la tabla 7 se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es  $R = 0.633$  (existiendo una relación positiva) con nivel de significancia  $p = 0.006$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del cliente se relaciona significativa con la dimensión capacidad de atención, en el gráfico muestra que se acepta la hipótesis alternativa donde el valor calculable 11.22 supera al de la tabla con un 1.65 por lo que ambas variables son dependientes, con una intensidad y direccionalidad en un rango de 0.30 – 0.60 considerado como Media.

**Prueba de hipótesis:**

*$H_1$ : La Satisfacción del Cliente y la Capacidad de Atención de los clientes del Clínica San Pedro, tienen relación significativa.*

Valor de la Tabla  $T_{0,95;314} = \mp 1,65$  entonces el Valor calculable es mayor al de la Tabla esto quiere decir que se Acepta  $H_1$ .





**Tabla 9**

*La Satisfacción del Cliente y la Empatía de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

			EMPATIA	D de Somers	Gamma
Rho de Spearman	SATISFACCION DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	.412**	0.417	0.44
		Sig. (bilateral)	.029	0.000	0.032
		N		370	

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

En la Tabla 9 se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es  $R = 0.412$  (existiendo una relación positiva) con nivel de significancia menor  $p = 0.0299$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del paciente se relaciona significativa con la dimensión empatía, en el gráfico muestra que se acepta la hipótesis alternativa donde el valor calculable 13.91 supera al de la tabla con un 1.65 por lo que ambas variables son dependientes, con una intensidad y direccionalidad en un rango de 0.30 – 0.60 considerado como Media.

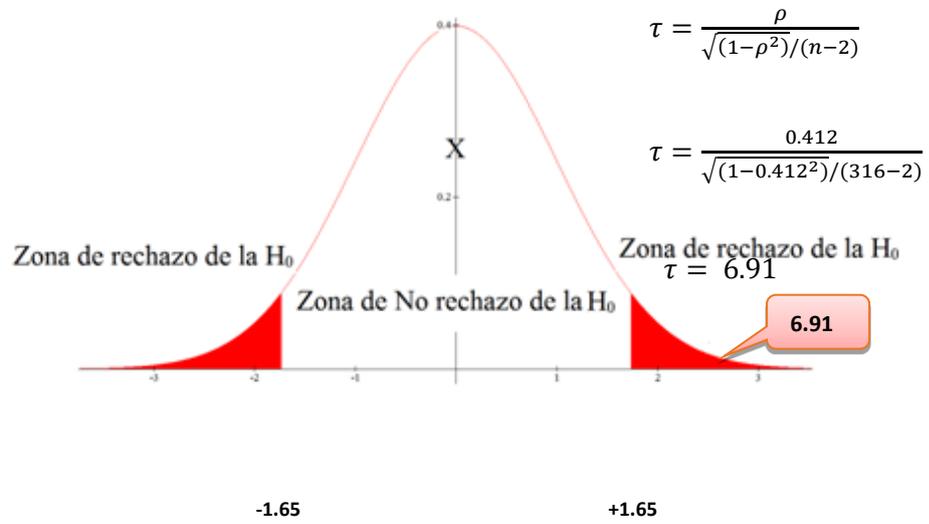
**Prueba de hipótesis:**

*H<sub>1</sub>: La Satisfacción del Cliente y la Empatía de los clientes del Clínica San Pedro, tienen relación significativa.*

Valor de la Tabla  $T_{0,95,314} = \mp 1,65$  entonces el Valor calculable es mayor al de la Tabla esto quiere decir que se Acepta  $H_1$ .

### Figura 9

*La Satisfacción del Cliente y la Empatía de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*



## V. DISCUSIÓN

Realizamos la interpretación de los resultados obtenidos alineados a los objetivos del estudio que serán aportes para las conclusiones y recomendaciones respectivas, en función a los resultados obtenidos, las ilustraciones previas y las suposiciones que sostienen la investigación:

Referente al primer objetivo específico, determinar el nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021, la tabla 4 muestra como resultado que el 46.8% de los pacientes obtuvieron un nivel muy alto de calidad de servicio, por lo contrario, y en discusión con un 44.9% y 8.2% de los pacientes obtuvieron un nivel medio y bajo de calidad de servicio respectivamente.

Se confirma así lo sostenido por Martin (2021) quien concluyo en su investigación con un 69.4% de clientes que perciben una alta calidad en el servicio y manifiestan que la clínica cumple lo prometido en relación a la calidad de servicio. De similar manera Pinchi, R. (2018) quien concluyo en su estudio que el nivel de calidad de atención se apreció como alto con un 33% y el grado normal se halla con unos grados de complacencia en un 76 % en tanto que el 24 % se hallan regularmente compensados.

Estos hallazgos se respaldan en la teoría de Matsumot, R. (2017) quien define que la calidad en el servicio viene a ser la respuesta o resultado del análisis minucioso del consumidor de sus expectativas y lo que recibe por parte de una empresa. Esto quiere decir que la medida de calidad se hace a través de lo que el usuario aguarda y lo que la sociedad brinda.

A la vez Cronin y Taylor (2018) nos mencionan que calcular un servicio de calidad es una labor complicada ya que los consumidores no solo evalúan el resultado final sino también toman criterios y atención al inicio del primer contacto esto se puede prestar atención de acuerdo a la celeridad en la atención percibida, así mismo si se instituye una unión cuando ya tiene la familiaridad en el cuidado y puede percatarse, esto viene a reflejar en los elementos tangibles, la formación, la profesionalidad y seguridad en el ambiente.

En la tabla 5 se declaran los resultados estadísticos del segundo objetivo específico, determinar el grado de la complacencia del usuario de la Clínica San

Pedro, Chimbote – 2021, en la que el 21.2% de los pacientes obtuvieron un grado alto de complacencia del interesado, en tanto para la discusión el 34.2% y el 44.6% de los pacientes obtuvieron un grado medio y bajo respectivamente de complacencia del cliente en la clínica San Pedro; es decir que existen factores que no incentivan a los clientes a sentirse satisfechos. Se confirma así lo sostenido por Ortiz., Muñoz y Torres (2004) concluyeron en su estudio que el 18.5% indicaron que no regresarían a estos centros hospitalarios, la insatisfacción general percibida fue de 15%.

A la vez Espinoza, J. (2017) en su investigación concluyo que el 12% de los usuarios estaban satisfechos y un 88% consideraron lo contrario respecto a la satisfacción que le dejó el servicio brindado en la clínica. La base del aporte se puede encontrar en la definición alcanzada por Zietml (2009) quien considera la satisfacción del cliente como la diferenciación de expectativas y percepción con respecto al servicio brindado. Desde la expectativa del cliente, de modo que sí la percepción está bajo las perspectivas, entonces el cliente quedará desconforme, y si la apreciación esta igual que las curiosidades, el cliente estará satisfecho.

Por otro lado, Sánchez et. al (2016) nos dicen que la difusión por parte de los clientes en cuanto a cómo se sintieron o cual fue la satisfacción que experimentaron, esos clientes comentaran a sus amigos, colegas y familiares acerca que si finalmente recomiendan ese establecimiento, producto o servicio.

Respecto al tercer objetivo , analizar la relación entre las dimensiones de la calidad de servicio y las dimensiones de la satisfacción del cliente de la clínica San Pedro, Chimbote -2021, en la tabla 6 se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es  $R= 0.676$  ( existiendo una relación positiva) con el nivel de significancia  $p= 0,002$  siendo esto menor al 5% (  $p < 0,05$ ) lo que significa que la satisfacción del cliente se afecta significativa con la dimensión elementos tangibles

También en 7 se ve que el número de reciprocidad de RHO SPEARMAN es  $R = 0.600$  (estando una correspondencia auténtica) con grado de significancia  $p = 0.001$  estando esto menos al 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del cliente se corresponde significativa con la dimensión fiabilidad.

A la vez en la tabla 8 se observa que el número de correspondencia de RHO SPEARMAN es  $R = 0.633$  (concurriendo una correlación efectiva) con grado de

significancia  $p = 0.006$  llegando a ser menor 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del cliente se corresponde significativamente con la dimensión capacidad de atención.

Asimismo, en la tabla 9 se observa que el número de correspondencia de RHO SPEARMAN es  $R = 0.637$  (teniendo una relación de manera afirmativa) con grado de significancia  $p = 0.005$  llegando a ser menor al 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del cliente se corresponde significativamente con la dimensión seguridad.

Del mismo modo en la tabla 10 se observa que el factor de correspondencia de RHO SPEARMAN es  $R = 0.412$  (teniendo una semejanza de modo afirmativo) con grado de significancia menor  $p = 0.0299$  llegando a ser menor 5% ( $p < 0.05$ ) lo que significa que la satisfacción del paciente se corresponde significativamente con la dimensión empatía.

Según Cronin y Taylor (1992) mencionan que calcular un servicio de calidad no es una labor fácil ni mucho menos espontánea ya que los consumidores no solo evalúan el resultado final sino también toman criterios y atención al inicio del primer contacto esto se puede prestar atención de acuerdo a la celeridad en la atención percibida, así mismo si se constituye una unión ya adquiriendo la confianza en el esmero y puede apreciar, esto se manifiesta en compendios tangibles, seguridad en el ambiente, la educación y la profesionalidad.

Dentro de las deducciones correlacionales de la disposición del prestación y complacencia del usuario, es preponderante mantenerlo en un muy buen nivel, dado que al estar vinculado proporcionalmente no se puede permitir lo contrario, dado que afectaría notablemente sobre los propósitos de la clínica. Por su parte Sotomayor, M. (2016) concluyó en su estudio que el 64.8% estuvieron satisfechos y las dimensiones capacidad de contestación y bienestar fueron las mejores valoradas.

Es así que, respecto al objetivo principal, se estima en la T. 3 que si hay una correlación demostrativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, al obtener que el factor de correspondencia de RHO SPEARMAN es  $R = 0.690$  (existe una relación de manera afirmativa) con grado de significancia  $p = 0.001$  llegando a ser menos que 5% ( $p < 0.05$ ).

Al respecto Giese y Cote (2019) nos dicen que la calidad de servicio se entiende como la interpretación adecuada por parte de los clientes sobre lo que reciben sobre una atención prestada, así mismo esta experiencia debe garantizar conocer la complacencia por los servicios del producto o servicio recibido por lo tanto, debe tener una orientación clara en el cliente y por ende debe generar complacencia general en el usuario tanto externo como interno en ese sentido cabe resaltar que cuando hay un trabajador contento este brindará un mejor servicio y por lo tanto los clientes recibirán un mejor trato.

Por último, Sánchez, Romero y Lander (2016) consideran que no solo se reconoce a la calidad como parte del procedimiento de satisfacción en el cliente, sino también agrega criterios de oportunidad en la atención por parte de los colaboradores, y la experiencia gratificante o no que pueden percibir los consumidores.

Los resultados del objetivo general del estudio pueden ser interpretados para darle la debida importancia a la calidad del servicio, más aún para asegurar el gusto del usuario. Esa aptitud de la prestación es el motor interno que va a permitir que muchos de nuestros clientes o pacientes recomienden nuestro servicio por lo tanto los colaboradores deben buscar fidelizar brindando el mejor trato al paciente.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. De acuerdo a las deducciones obtenidas se consuma que la primera variable tiene una relación significativamente, con una intensidad moderada afirmativa con la segunda variable de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021; por ende, se puede confirmar la hipótesis alterna que afirma que existe relación las dos variables por el resultado del coeficiente de Rho Spearman. Es decir, entre mejor sea la calidad de servicio que se le brinda a los pacientes, mayor será la satisfacción de los clientes a la hora de obtener alguna prestación.

2. Se concluye sobre el primer objetivo específico que, el nivel de la disposición de la prestación se halla en un nivel regular en los pacientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021; por ende, es importante considerar este resultado y tomar acciones que nos permitan mejorar los servicios que se brindan en la clínica.

3. Con respecto al objetivos dos se concluye que, el grado de la satisfacción de las clientelas está en un nivel medio en la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021; por lo tanto se debe aplicar nuevas estrategias que permitan mejorar estos factores que no incentivan a los clientes estar satisfechos del servicio recibido por parte de la clínica San Pedro.

4. Para el último objetivo específico se llega a concluir que si existe una dependencia explicativa entre las dimensiones de las dos variables de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021, al encontrarse según el factor de correlación de Rho Spearman un valor menor a 0.05, con un nivel de correlación moderada positiva; es decir su relación es directamente proporcional.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda al presidente del directorio, instaurar nuevas y mejores políticas de calidad de servicio para los pacientes que le permitan sentirse valorados ya que son parte vital para el crecimiento de la clínica.
2. Se recomienda al jefe del departamento de gestión de la capacidad humana a brindar capacitaciones, talleres, reconocimientos de toda índole, que tengan como objetivo aumentar el nivel de calidad de servicio y satisfacción del cliente.
3. Se recomienda a los colaboradores, realizar su trabajo con esmero y eficiencia para poder impresionar al paciente con el buen trato que se pueda brindar al momento de adquirir algún servicio en la clínica.
4. Se recomienda a los jefes de las distintas áreas y especialidades de la clínica San Pedro, promover el grado de importancia de la calidad del servicio que se debe brindar para lograr la satisfacción de los clientes, que conlleven a la consecución de los logros organizacionales de manera conjunta entre todo el personal.

## REFERENCIAS

Achahuanco, L. y Lecca, G. (2018). *Calidad de atención y satisfacción del usuario del hospital Essalud III de Laderas – Chimbote, 2018*. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28891>

Agudelo, R., Peña, P., Hoyos, C. y Jimenez, M. (2020). "Clima organizacional y percepción de la calidad en una institución de salud de la ciudad de Manizales 2018 – 2019" [artículo publicado por la universidad Manizales, Colombia]. Obtenido de

<https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/archivosmedicina/articulo/view/3473/6234>

Aguilar, F. (2015). *Satisfacción del usuario hospitalizado su relación con la calidad de atención de la enfermería en el servicio de cirugía general y trauma del Hospital Regional Docente. Trujillo, 2013*. [tesis de licenciatura, Universidad Católica los Angeles Chimbote].

<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/563>

Álava, L. and Bastidas, J. (2016). *Study of the quality of service and satisfaction of the client of travel agencies in Puerto Ayora, Santa Cruz Island* (Thesis of undergraduate). <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10472/1/T-UC-0004-TE008-2016.pdf>

Almohaimmed, B.M. (2017). *Restaurant Quality and Customer Satisfaction. USA*.

<https://search.proquest.com/central/docview/1984677696/48B0CF2AF62C4F42PQ/9?accountid=37610>

Álvarez, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3321884>

Alviz, A., & Abarca, R. (2017). *Atención al cliente en los promotores de servicios financieros y su relación con la satisfacción de los usuarios del sistema bancario*. Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6147/BSall%C3%B3ab.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Amador, M.(2009). El cuestionario en la investigación. <https://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html?m=1>

Amaya, M. (2017). Evaluación de herramientas de recuperación de información electrónica. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 14 (1), 29-50

Arenas, K. (2016). *Caracterización De La Satisfacción Del Cliente Y Competitividad De Las Mype Servicio Rubro Pollo A La Brasa La Arena, 2016*". Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote, Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1047>

Arequipa, E. (2018). *Calidad de atención y satisfacción de los clientes que acuden al Banco de la Nación agencia Ayaviri 2016.*. Universidad Nacional del Altiplano

Arias, J. y Covinos, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>

Avila Tenorio, K. A., & Torres Marquez, N. G. (2016). *Análisis de la calidad en el servicio de las PYMES restauranteras en Chalco, Estado de México*. México. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/64924>

Balart Gritti, M. J. (2018). *La empatía: La clave para conectar con los demás. Claves del poder personal*, España [http://www.gref.org/nuevo/articulos/art\\_250513.pdf](http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf)

Carcausto Vilcapaza, Z. Y. (2016). "Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Hotel Sakura de la ciudad de Juliaca 2016". Juliaca. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/879>

Carmona, A. (2019). *Perception of the domestic tourist on the quality of service to client of the travel and tourism agency, Peru Together Travel, Peru*. [http://thesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1922/1/TL\\_CarmonaMartinezAraseli.pdf](http://thesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1922/1/TL_CarmonaMartinezAraseli.pdf)

Castillo, R. (2019). *Proposal of an integrated CRM 2.0 model and management system quality in the services of continuous training in virtual modality, for the satisfaction of the clients of the company GICA Ingenieros.USA* .http: // [www.revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2376/2410](http://www.revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2376/2410)

Civera, M. (2018). Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido. [tesis de Doctoral, Universidad Jaume]. <http://hdl.handle.net/10803/10357>

Coronel, C. (2016). *Quality of service and degree of customer satisfaction in the Pizza Hut restaurant in the Mega Plaza Lima ,Perú* . <http://bit.ly/37SPblb>

Cote, J. y Giese, J.(2019). Defining Customer satisfaction. *Academy of Marketing Science*, 1. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Cronin, J., y Taylor, S. (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extensión". *Journal Of Marketing*, 55-68. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Dos, M. (2016). *Quality and satisfaction: the case of the University of Jaen. Journal of Higher Education, USA.* <http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n178/0185-2760-resu-45-178-00079.pdf>

Espinoza, J. (2004). Satisfacción del usuario en la consulta externa del Centro de Salud José Leonardo Ortiz, Chiclayo, Marzo. 2004. (Tesis para optar el Grado de Magíster en Gerencia de Servicios de Salud. UPCH. Lima. 2004.

Faccio Ramírez, H. J. (2016). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de Compartamos Financiera S.A. Agencia casa Grande* . Trujillo. [https://www.academia.edu/25073541/Comportamiento\\_organizacional\\_12ed\\_Hellriegel](https://www.academia.edu/25073541/Comportamiento_organizacional_12ed_Hellriegel)

García Arellano, H. (2016). *Propuesta de indicadores de calidad del servicio al cliente en una empresa manufacturera de productos de transmisión de potencia.* México. <http://148.204.210.201/tesis/1471374614461HugoGarciaAr.pdf>

García, T. Á. ( 2018). La calidad de servicio para la conquista del cliente, Mexico.[http://apdo.org/web\\_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf](http://apdo.org/web_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf)

Giese, J., & Cote, J. (2019). *Defining Customer satisfaction*. *Academy of Marketing Science*, 1.USA .<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Gil, I., Pinchiz, M., Berenguer, G., y Gonzáles, M. (2005). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. Cuadernos de Estudios Empresariales, 47-72. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/27589476\\_Encuentro\\_de\\_servicio\\_valor\\_percibido\\_y\\_satisfaccion\\_del\\_cliente\\_en\\_la\\_relacion\\_entre\\_empresas](https://www.researchgate.net/publication/27589476_Encuentro_de_servicio_valor_percibido_y_satisfaccion_del_cliente_en_la_relacion_entre_empresas)

Hernández, M. (2012). Tipos y niveles de investigación. Obtenido de <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-deinvestigacion.html>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

Hernandez-Sampieri, R., Mendoza, T. (2019). *Research Methodology The routes quantitative, qualitative and mixed*. Mexico McGraw-Hill / InteramericanaEditores S.A. of CV

Huentelicán, C. (2017). *Aplicación de modelo servqual y teoría psicológica de colas para la mejora de la calidad del servicio del casino de la universidad austral de chile*, sede puerto montt. Puerto Montt. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2017/bpmfcih887a/doc/bpmfcih887a.pdf>

Jiménez, G., Bellido, E., y López., A .(2019). Marketing sensorial: El concepto, sus técnicas, y su aplicación en el punto de venta. *Vivat Academia*, (148), pp. 121-147. <https://www.redalyc.org/journal/5257/525762355007/html/>

Khodaparast, S., bakhshalipour, V. y Azizi, B. (2018). *The relationship between satisfaction components and service quality with the intention of customers' future presence in private and government pools (A Case Study in Sport Pools of Guilan Province)*, England  
[https://www.researchgate.net/publication/325461005\\_The\\_relationship\\_between\\_satisfaction\\_components\\_and\\_service\\_quality\\_with\\_the\\_intention\\_of\\_customer\\_s'\\_future\\_presence\\_in\\_private\\_and\\_government\\_pool](https://www.researchgate.net/publication/325461005_The_relationship_between_satisfaction_components_and_service_quality_with_the_intention_of_customer_s'_future_presence_in_private_and_government_pool)

Lima, J., & Sarayasi, E. (2017). *Influencia del clima organizacional en la calidad del servicio en el área de recepción del hotel casa andina de la ciudad de Arequipa-2017*. Arequipa. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/5377>

López, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachys de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/TUCSG-POS-MAE-160.pdf>

López. (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74. Recuperado en 26 de febrero de 2023, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es)

Matsumoto, R., (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS* , (34), 181-209.

Mejías, A., y Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. Cuba: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cujae

Mincetur. ( 2019). *Monthly Tourism Report August 2019*. Peru Ministry of Foreign Trade and Tourism. <https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoMensual/R MT Agosto 2019.pdf>

Miñano, J. (2019) Eficiente calidad de atención del profesional de enfermería en el servicio de emergencias del hospital iii essalud Chimbote, 2019 [tesis de licenciatura, Universidad Católica los Angeles Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/13196>

Morillo, M. C. and Morillo, M. D. ( 2017). *User satisfaction and quality of the service in tourist accommodation in the state of Mérida*, Venezuela. Magazine of Social Sciences, 22 (2), 111-131. from <https://www.redalyc.org/pdf/280/28049145009.pdf>

Mora, H. (2019). *La calidad en el servicio y su influencia en la satisfacción del cliente*, Tacna. Universidad de Tacna. [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1891/Casas\\_Ochochoque\\_Joel\\_Rainier.pdf](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1891/Casas_Ochochoque_Joel_Rainier.pdf)

Novelo , V., & Salazar, J. (2016). *Calidad en Servicios: Menester de cambio en organizaciones hospitalarias Yucatecas*. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, Mexico 156 <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/568-2290-1-PB.pdf>

OMS ( 2020) . Calidad de atención en los servicios. Publicación hecha por la organización mundial de la salud . Recuperado de : [https://www.who.int/es/health-topics/quality-of-care#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/quality-of-care#tab=tab_1)

Octavio, P., Andres, C., & Perry, K. (2016). *La calidad de servicio del servicio y su relación con la satisfacción del cliente de El Fanático Futbol Club* ,Lima . Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2183/TESIS%20DE>

Oliva, C. (2017). *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad Electro sur S.A.*, Perú Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

Ortiz, R., Muñoz, S., y Torres, E. (2004). Satisfacción de los usuarios de 15 hospitales de Hidalgo, México. *Revista Española de Salud Pública*, 78(4), 527-537. [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1135-57272004000400010&lng=es&tlng=es](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272004000400010&lng=es&tlng=es).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, LL (1988). Procesos de Comunicación y Control en la Entrega de la Calidad del Servicio. *Revista de Marketing* , 52, 35-48.

Pinchi, R. (2017) *Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín – 2016*. [tesis de magister, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1597>

Pino Salinas, M. G. (2016). “*Calidad del servicio que reciben los huéspedes en el Hotel “El Mesón” de la ciudad de Tacna en el año 2016 a través del Modelo Servqual*”. Tacna. <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/267/1/Pino-SalinasMar%C3%ADa-Grazia-Gabriela.pdf>

Paripancca, E. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada* .Perú [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/414>

Prieto, R., & Tapia, F. (2017). *Análisis de la calidad del servicio brindado en la empresa UNIMAQ S.A.* Arequipa. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/7714/53.0912.AE.pdf>

Quispe Fernández, G. M. ( 2016). *Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo.* Ecuador. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>

Romero, L. (2008). Percepción del paciente acerca de la calidad de atención que brinda la enfermera en el servicio de medicina en el Hospital Nacional Daniel Alcides Carrión. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/482#:~:text=El%20presente%20estudio%20%E2%80%9CPercepci%C3%B3n%20del,en%20el%20servicio%20de%20medicina%2C>

Sánchez, A. (2017). *Evaluation of the quality of customer service in the restaurant Pizza Burger Diner de Gualán, Zacapa* (Undergraduate thesis). <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

Sandoval, J. (2011). *Calidad de experiencia en el servicio banda ancha móvil.* Santiago de Chile. [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/102625/cfsandoval\\_ja.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/102625/cfsandoval_ja.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Santos, G (2017). Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla . [tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Puebla]

Sánchei, N.. (2007). Comparison of services of public, private and foreign hospitals from the perspective of bangladeshi patients. *Journal of Health, Population and Nutrition*, 25(2), 221-30. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/202993497?accountid=43847>

Sotomayor, M. (2015). Factores que influyen en la satisfacción de los usuarios externos. Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren 2015. [tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres].

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/2128>

Sun, J., Hu, G., Man, J., Chen, Y., Wu, L., Liu, Q., Hu, J., Livoti, C., Jiang, Y. y Liu, Y. (2017). *Consumer satisfaction with tertiary healthcare*, China  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28096280>

Trujillo, A., & Vera, J. (2019). *El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente*  
<https://www.researchgate.net/publication/2832055>

T News. (February 28, 2019). *According to Mincetur, The growth of tourism in the 2018 was 9.60%*. Peru: T News Portal. <https://tnews.com.pe/segun-mincetur-el-crecimiento-del-turismo-del-2018-was-9-60>

Vega, G. (2017). La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario. Quito.

Vera, J. (2018). *Quality of service and customer satisfaction in the company Consorcio Fredy*, England (Undergraduate thesis). <http://bit.ly/2Y0gBaH>

Zeithaml, V. , Bitner M. y Gremler, D. (2009). *Mercadotecnia de Servicios*. México: Mc Graw Hill

,

## ANEXOS

### Anexo N°1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento
Calidad de Servicio	Es juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad de este, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. ( Parasuraman, Zeithaml y Berry ,1988)	Se define como la forma de medir cuando un servicio satisface una necesidad del cliente. La presente variable se medirá a través de un cuestionario, mediante las siguientes dimensiones elementos tangibles, la capacidad de atención, empatía, fiabilidad y seguridad.	Elementos Tangibles	Infraestructura	Ordinal	Cuestionario
				Equipos Tecnológicos		
				Presentación del personal		
				Material de comunicación		
			Capacidad de Atención	Ayuda		
				Servicio		
			Empatía	Atención personalizada		
				Interés en el cliente		
			Fiabilidad	Eficiencia		
				Eficacia		
Seguridad	Conocimiento					
	Habilidades					
Satisfacción del Cliente	Es la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas.(Mejias y Manrique ,2011)	Se define como la satisfacción que llega a tener un cliente en relación al producto o al servicio que se le brindó o consumió, lo cual será medido a través de un cuestionario mediante las siguientes dimensiones: recomendación, transparencia y complacencia.	Calidad funcional percibida	Nivel de recomendación	Ordinal	Cuestionario
			Confianza	Grado de veracidad		
				Transparencia		
				Comunicación		
			Expectativas	Capacidad de atención		

Título del proyecto de investigación: Relación de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la clínica San Pedro ,  
Chimbote 2021.

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS GENERALES	HIPÓTESIS	VARIABLES Y = F(X) DEPENDIENTE	INDICADORES	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
Efecto de la calidad de Servicio en la satisfacción del cliente de la clínica San Pedro, Chimbote – 2021.	¿Cuál es el efecto que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica San Pedro?	Determinar el efecto entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021	la calidad del servicio tiene efecto significativamente en la satisfacción del cliente en la clínica San Pedro, Chimbote - 2021	(Y) = Satisfacción del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Equipos Tecnológicos</li> <li>• Presentación del personal</li> <li>• Material de comunicación</li> <li>• Ayuda</li> <li>• Servicio</li> <li>• Atención Perzonalizada</li> </ul>	Tipo: básica Nivel: Correlacional
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE (X)</b>			
determinar el nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021 , determinar el nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021 y analizar el efecto entre las dimensiones de la calidad de servicio y las dimensiones de la satisfacción del cliente del Clínica San Pedro, Chimbote - 2021.	determinar el nivel de la calidad de servicio de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021 , determinar el nivel de la satisfacción del cliente de la Clínica San Pedro, Chimbote - 2021 y analizar el efecto entre las dimensiones de la calidad de servicio y las dimensiones de la satisfacción del cliente del Clínica San Pedro, Chimbote - 2021.	la calidad del servicio tiene efecto significativamente en la satisfacción del cliente en la clínica San Pedro, Chimbote - 2021 , luego para la hipótesis nula la calidad del servicio no tiene efecto significativamente en la satisfacción del cliente en la clínica San Pedro, Chimbote – 2021.	(X) = Efecto de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interéz en el cliente</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Eficacia</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Habilidades</li> <li>• Nivel de recomendación</li> <li>• Grado de veracidad</li> <li>• Transparencia</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Capacidad de atención</li> </ul>		

**Anexo N°1: Matriz de consistencia**

## Anexo N°2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### Cuestionario de Evaluación de Calidad de Servicio de los clientes de la clínica San Pedro 2021

Instrucciones: Marcar una (x) en la alternativa que Usted crea conveniente.

Se recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutral (4) De acuerdo (5)

Totalmente en acuerdo

#### CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

Declaro estar informado de la investigación con fines académicos, y que mediante el presente cuestionario que tiene por objetivo determinar la calidad de servicio y satisfacción del cliente. Se recogerá la información pertinente por lo

DIMENSIONES	ÍTEM S	INDICADOR	1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES	INFRAESTRUCTURA/ EQUIPOS/ PRESENTACIÓN/ MATERIAL						
	1	¿La clínica San Pedro es cómoda y adecuada para brindar la atención?					
	2	¿La clínica San Pedro cuenta con equipos modernos disponibles y materiales necesarios para la atención?					
	3	¿El personal de la clínica San Pedro están bien uniformados y con una apariencia cuidada?					
	4	¿Los asistentes de la clínica San Pedro utilizan materiales de alta calidad para una mejor información para una atención?					
CAPACIDAD DE ATENCIÓN	AYUDA / SERVICIO						
	5	¿El asistente se preocupa por darme una excelente asistencia?					
	6	¿El asistente tiene un alto grado de compromiso con los usuarios?					
	7	¿Cuándo se presenta algún problema en la clínica los trabajadores muestran interés en resolverlo?					
EMPATÍA	ATENCIÓN PERSONALIZADA / INTERÉS EN EL CLIENTE						
	8	¿Considera usted que los trabajadores de la clínica muestran disposición para brindarle alguna ayuda ante alguna necesidad?					
	9	¿Cómo considera usted la amabilidad, trato y cortesía al ser atendido en la clínica San Pedro?					
FIABILIDAD	EFICIENCIA /EFICACIA						
	10	Los trabajadores de la Clínica demuestran igualdad e imparcialidad con todos los clientes?					
SEGURIDAD	CONOCIMIENTO / HABILIDADES						
	11	¿El asistente cuenta con el conocimiento adecuado para realizar su trabajo?					
	12	¿Los trabajadores de la Clínica brindan un servicio rápido y de calidad?					
	13	¿Los asistentes demuestran dominio acerca de los servicios que imparten?					
	14	¿Percibe que el personal está muy bien capacitado para brindar información sobre los servicios de la clínica ?					

que participo de manera voluntaria, honesta y anónima.

## Cuestionario de Evaluación de Satisfacción de los clientes de la clínica San Pedro 2021

Instrucciones: Marcar una (x) en la alternativa que Usted crea conveniente. Se recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutral (4) De acuerdo (5)

Totalmente de acuerdo

### Cuestionario de Satisfacción del Cliente

DIMENSIONES	ÍTEMS	INDICADOR	1	2	3	4	5
<b>CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA</b>	Recomendación						
	1	¿Cómo percibe usted la calidad de servicio que le brinda la clínica San Pedro de Chimbote?					
	2	¿La experiencia del servicio brindado fue de su agrado ?					
	3	¿Recomendaría usted a otras personas para que reciban algún tipo de atención en la clínica?					
	Grado de Veracidad						
	4	¿Considera que la información que recibe por parte de los asistentes es verdadera?					
	transparencia						
	5	¿El comportamiento y trato del personal le transmite confianza?					
	6	¿Se siente seguro de realizar sus atenciones en nuestro establecimiento?					
<b>Confianza</b>	Comunicación						
	7	¿Percibe que el personal está capacitado para responder las preguntas de los clientes de forma clara y precisa?					
	8	¿Los folletos y la documentación que ofrece la clínica son visualmente atractivos, sencillos y contiene la información precisa del servicio?					
	9	¿Recibe información de los cambios que se introduce en el proceso y servicio de la clínica San Pedro?					
	Capacidad de respuesta						
<b>expectativas</b>	10	¿Considera que el personal de la clínica San Pedro ante una inquietud le dan una solución inmediata?					
	11	¿La clínica San Pedro tiene el personal suficiente para brindar un adecuado servicio?					
	12	¿Considera que el tiempo de espera ante un servicio de la clínica es adecuado?					

### Anexo N°3. Cálculo del tamaño de la muestra

Muestra poblacional – Formula

Donde :

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

Z: 1.96 ( valor del 95%)

P : 0.5

Q : 0.5

N : 1800

E: 0.05 de error

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1800}{(1800 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1800}{(1800 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 317 pacientes

**Unidad de estudio:** Cliente de la clínica San Pedro – Chimbote 2021

## Anexo N°4. Confiabilidad

Base de datos de la Muestra Piloto de la Variable Calidad de Servicio.

N°	Elementos Tangibles				Capacidad de Atención					Empatía			Fiabilidad		Seguridad	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	5	4	3
2	4	3	2	4	4	4	7	3	4	2	4	4	4	2	4	3
3	4	3	2	4	4	4	5	2	4	2	4	4	4	2	4	3
4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	2	3	3
5	4	4	4	4	4	4	6	5	4	3	3	3	4	3	3	2
6	4	4	3	4	4	4	6	4	5	3	3	3	4	3	4	4
7	4	4	3	4	4	4	6	5	5	3	3	3	5	2	3	3
8	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	4
9	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5
10	4	2	4	2	3	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
11	3	2	5	2	3	2	4	3	3	5	4	3	4	3	4	3
12	3	3	3	3	3	2	3	3	3	5	4	5	4	3	4	2
13	3	3	2	3	3	3	2	4	3	5	4	5	4	5	4	4
14	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	2	4	4	4	2
15	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	5	3	3	4	3	4
16	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
17	3	2	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	3	2	3	4
18	3	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	4
19	3	4	3	5	5	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	5
20	3	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3

Base de datos de la Muestra Piloto de la Variable Satisfacción del Cliente.

N°	Recomendación			Transparencia						Complacencia		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	4	3	4	2	4	2	3	4	1	2	3	4
2	4	2	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4
3	4	2	4	4	2	3	2	3	4	2	4	3
4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	2	4	2
5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
6	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
7	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
8	3	4	3	2	2	4	4	3	3	4	3	4
9	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
10	3	2	2	4	2	2	2	4	3	3	3	3
11	3	3	2	3	4	4	4	3	3	2	2	4
12	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3
13	3	2	3	4	4	4	4	2	3	3	2	2
14	2	2	2	4	3	2	3	3	3	2	3	4
15	2	2	4	4	2	3	3	4	2	2	2	3
16	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	4	4
17	2	2	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3
18	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	4	4
19	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2
20	2	3	3	3	2	3	4	4	4	2	4	4

### Evaluación del Alfa de Cronbach

Resultado de la Confiabilidad del instrumento de la Variable Calidad de Servicio.

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
0.85	16

Nivel De Confiabilidad Bueno

#### Estadísticos Total – Elementos

<b>N° de Items</b>	<b>Promedio</b>	<b>Varianza</b>
Item 1	3.1	0.766
Item 2	3.0	0.899
Item 3	3.0	0.737
Item 4	2.8	0.976
Item 5	3.0	0.892
Item 6	2.7	0.934
Item 7	3.0	0.787
Item 8	2.8	0.800
Item 9	3.2	0.800
Item 10	2.7	0.747
Item 11	3.1	0.832
Item 12	3.4	0.779
Item 13	2.8	0.976
Item 14	3.1	0.766
Item 15	2.7	0.934
Item 16	3.0	0.787

### Análisis de la Confiabilidad:

La confiabilidad de instrumento (cuestionario) con que se midió la relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021, determinó la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectó si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, utilizando el método del Alfa de Cronbach y aplicado a una muestra piloto de 20 clientes con características similares a la muestra, la cual se obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $\alpha = 0.85$ , lo que permite inferir que el instrumento a utilizar es Significativamente Confiable Bueno, según la Escala de Alfa de Cronbach.

Resultado de la Confiabilidad del instrumento de la Variable Satisfacción del Cliente.

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
0.86	12

Nivel de Confiabilidad Bueno

Estadístico total – Elementos

## Análisis de la Confiabilidad

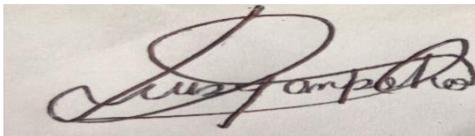
La confiabilidad de instrumento (cuestionario) con que se midió la relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021, determinó la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, utilizando el método del Alfa de Cronbach y aplicado a una muestra piloto de 20 clientes de la Caja del Santa sede Casma con características similares a la muestra, la cual se obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $\alpha = 0.86$ , lo que permitió inferir que el instrumento a utilizar es Significativamente Confiable Bueno, según la Escala de Alfa de Cronbach.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
CALIDAD DE SERVICIO	28,96	7,630	,351	,855
ELEMENTOS TANGIBLES	28,75	8,156	,254	,857
FIABILIDAD	29,14	7,818	,280	,867
CAPACIDAD DE ATENCION	29,05	8,775	,044	,862
SEGURIDAD	28,71	8,004	,211	,884
EMPATIA	29,13	8,886	,048	,861
SATISFACCION DEL CLIENTE	29,58	6,765	,468	,851
CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA	28,72	8,295	,188	,859
CONFIANZA	29,73	7,518	,338	,855
EXPECTATIVAS	29,35	6,559	,449	,851

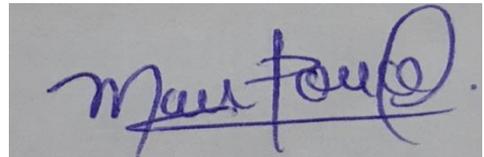
**Anexo°5. Validez**

# VALIDACIÓN CUESTIONARIO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN (Calidad de servicio)

variable	dimension	indicador	items	opcion de respuesta				criterios de evaluacion								Observación y/o recomendaciones	
								relacion entre la variable y la dimension		relacion entre la dimension e indicador		Relación entre el indicador y el		Relación entre el item y la opcion de			
								si	no	si	no	si	no	si	no		
calidad de servicio	elementos tangibles	infraestructura	1. ¿La clínica San Pedro es cómoda y adecuada para brindar la atención?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		equipos	2. ¿La clínica San Pedro cuenta con equipos modernos disponibles y materiales necesarios para la atención?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		presentacion	3. ¿El personal de la clínica San Pedro están bien uniformados y con una apariencia cuidada?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		material	4. ¿Los asistentes de la clínica San Pedro utilizan materiales de alta calidad para una mejor información para una atención?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
	capacidad de atencion	ajuda	5. ¿El asistente se preocupa por darme una excelente asistencia?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
			6. ¿Cuándo se presenta algún problema en la clínica los trabajadores muestran interés en resolverlo?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		servicio	7. ¿El asistente tiene un alto grado de compromiso con los usuarios?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
			8. ¿Considera usted que los trabajadores de la clínica muestran disposición para brindarle alguna ayuda	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
	empatia	atencion personalizada	9. Los trabajadores de la Clínica dan una atención personalizada e imparcial con todos los clientes?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		interes en el cliente	10. ¿Cómo considera usted la amabilidad, trato y cortesía al ser atendido en la clínica San Pedro?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
	Fiabilidad	eficiencia	11. ¿Los trabajadores de la Clínica brindan un servicio rápido y de calidad?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		eficacia	12. ¿El asistente cuenta con el conocimiento adecuado para realizar su trabajo?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
	seguridad	conocimiento	13. ¿Los asistentes demuestran dominio acerca de los servicios que imparten?	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		
		habilidades	14. ¿Percibe que el personal está muy bien capacitado para brindar información sobre los servicios de la	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente en desacuerdo	X		X		X		X		



Lic. Guzman Infante Luis Yanpohol



Lic. Acuña Martinez Janelly Mavel

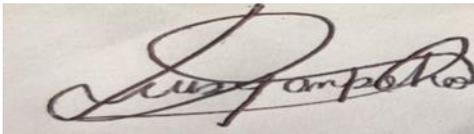


Lic. Ponce Marreros Jery Meydelith

# VALIDACIÓN CUESTIONARIO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

## (Satisfacción del cliente)

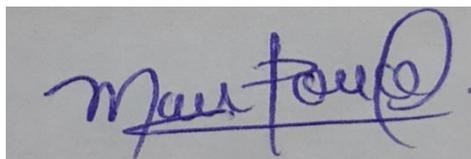
variable	dimension	indicador	Items	opcion de respuesta		criterios de evaluacion								Observación glo recomendaciones					
						relacion entre la variable y la dimension		relacion entre la dimension e indicador		Relación entre el indicador y el item		Relación entre el item y la opcion de respuesta							
						si	no	si	no	si	no	si	no						
satisfacción del cliente	CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA	nivel de recomendación	1 ¿Cómo percibe usted la calidad de servicio que le brinda la clínica San Pedro de Chimbote?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X				
			2 ¿La experiencia del servicio brindado fue de su agrado?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X				
			3 ¿Recomendaría a usted a otras personas para que reciban algún tipo de atención en la clínica?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X				
	CONFIANZA	grado de veracidad	4 ¿Considera que la información que recibe por parte de los asistentes es verdadera?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X				
			transparencia	5 ¿El comportamiento y trato del personal le transmite confianza?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X			
		6 ¿Se siente seguro de realizar sus atenciones en nuestro establecimiento?		Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X				
		comunicación		7 ¿Percibe que el personal está capacitado para responder las preguntas de los clientes de forma clara y precisa?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X			
			8 ¿Los folletos y la documentación que ofrece la clínica son visualmente atractivos, sencillos y contienen la información precisa?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X				
			9 ¿Flexibiliza información de los cambios que se introduce en el proceso y servicio de la clínica San Pedro?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X				
			EXPECTATIVAS	capacidad de respuesta	10 ¿Considera que el personal de la clínica San Pedro ante una inquietud le dan una solución inmediata?	Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X		
		11 ¿La clínica San Pedro tiene el personal suficiente para brindar un adecuado servicio?			Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X			
		12 ¿Considera que el tiempo de espera ante un servicio de la clínica es adecuado?			Totamente de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	de acuerdo	totalmente de acuerdo	X		X		X		X			



Lic. Guzman Infante Luis Yanpohol



Lic. Acuña Martínez Janelly Mavel



Lic. Ponce Marreros Jery Meydelith

## Anexo 6. Grado de los validadores

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
PONCE MARREROS, JERY MEYDELITH DNI 74311971	BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 19/07/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 04/01/2016 Fecha egreso: 11/01/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
PONCE MARREROS, JERY MEYDELITH DNI 74311971	LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 11/04/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
GUZMAN INFANTE, LUIS YANPOHOL DNI 76457773	BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 11/10/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 02/04/2012 Fecha egreso: 14/08/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
GUZMAN INFANTE, LUIS YANPOHOL DNI 76457773	LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 14/03/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ACUÑA MARTINEZ, JANELLY MAVEL DNI 70185264	BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 20/09/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 31/03/2014 Fecha egreso: 15/08/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
ACUÑA MARTINEZ, JANELLY MAVEL DNI 70185264	LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 17/01/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

## Declaración de autonzación

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

28 de octubre de 2021

Señores

Escuela de ADMINISTRACION

Universidad César Vallejo – Campus CHIMBOTE

A través del presente, **TELVINA AVILA MONTOYA**, identificado (a) con DNI N°32858276 representantes de la empresa/institución **CLINICA SAN PEDRO** con el cargo de **ADMINISTRADORA**, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

a) **NORABUENA CASAHUAMAN JOSE LUIS**

b) **VILLARRUEL COTRINA JUAN ANDRES**

Están autorizadas para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada **INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA CLINICA SAN PEDRO , 2021**

Si  No

b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Si  No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,



Firma y Sello

**ELVINA AVILA MONTOYA**  
**ADMINISTRADORA**

## Anexo 7: AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

### Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Clínica San Pedro	20445226590
Nombre del Titular o Representante legal: Telvina	
Nombres y Apellidos Telvina Avila Montoya,	DNI: 32858276

### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [    ], no autorizo [    ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Efecto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la clínica San Pedro 2021	
Nombre del Programa Académico:	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma:



\_\_\_\_\_  
**(Titular o Representante legal de la Institución)**

# ANEXO N°8. Base de datos de la aplicación total de la población o muestra

ELEMENTOS	CALIDAD DE SERVICIO												No de Servicio	5	3	4	5	21	3	5	4	12	Medic	5	4	3	Alto	4	3	7	Alto	68																					
	FIABILIDAD				CAPACIDAD DE				SEGURIDAD																								EMPATÍA																				
	P1	P2	P3	P4	TOT NIVEL	P1	P2	P3	P4	TOT NIVEL	P1	P2																					P3	P4	TOT NIVEL	P1	P2	P3	P4	TOT NIVEL													
1	5	5	4	4	19	Alto	5	5	5	4	24	Alto	5	4	5	4	14	Medic	5	4	3	3	6	Medi	71	tedi	3	5	5	4	20	Alto	4	4	4	4	12	Medic	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	59						
2	5	4	4	4	17	Alto	4	4	4	5	4	21	Alto	5	4	5	4	14	Medic	5	5	5	5	4	22	Alto	5	5	5	4	22	Alto	4	4	4	3	10	Medic	5	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	66				
3	5	3	4	5	17	Alto	4	4	5	5	22	Alto	4	4	4	4	16	Medic	4	5	4	5	14	Medic	5	4	5	4	23	Alto	5	4	5	4	13	Medic	5	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	58						
4	4	3	4	5	16	Alto	4	4	3	5	20	Alto	4	5	5	4	14	Medic	4	5	5	4	14	Medic	5	5	5	4	24	Alto	5	4	5	4	14	Medic	5	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	71						
5	4	4	5	4	17	Alto	5	5	5	4	23	Alto	5	4	4	13	Medic	5	5	5	5	10	Alto	5	4	4	3	19	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	68							
6	5	4	4	4	17	Alto	5	5	5	4	24	Alto	5	4	5	14	Medic	5	5	5	5	10	Alto	4	4	4	3	20	Alto	4	5	4	4	12	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	65							
7	5	1	5	5	16	Alto	4	4	4	4	20	Alto	4	4	5	13	Medic	5	4	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	84	tedi	5	5	5	4	23	Alto	5	4	5	4	13	Medic	5	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	64
8	4	2	4	4	16	Medic	5	5	4	4	22	Alto	4	5	4	13	Medic	4	5	5	4	9	Alto	3	3	3	6	Medi	64	tedi	5	5	5	4	23	Alto	5	4	5	4	13	Medic	5	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	72
9	5	1	5	5	16	Alto	5	5	5	5	25	Alto	5	4	4	13	Medic	5	5	5	5	10	Alto	4	4	4	4	20	Alto	4	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	64							
10	2	3	3	2	10	Medic	3	5	3	4	19	Alto	5	4	5	14	Medic	4	3	7	Alto	1	1	2	Bajo	52	No	5	5	4	4	22	Alto	4	5	4	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	64			
11	2	3	2	3	10	Medic	3	4	3	3	16	Alto	4	5	4	13	Medic	4	4	8	Alto	2	1	3	Bajo	50	tedi	5	5	5	5	25	Alto	5	4	4	3	12	Medic	5	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	70			
12	5	2	4	5	16	Alto	4	4	5	5	21	Alto	5	3	5	13	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	85	tedi	3	5	3	4	19	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	3	7	Alto	1	1	2	Bajo	52				
13	4	4	4	3	15	Alto	4	3	4	3	17	Alto	4	4	4	12	Medic	4	4	8	Alto	4	3	7	Alto	69	tedi	3	4	3	3	15	Alto	4	4	5	4	13	Medic	4	4	3	7	Alto	1	1	2	Bajo	50				
14	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	20	Alto	4	5	5	14	Medic	4	5	9	Alto	3	2	5	Medi	64	No	4	4	5	3	21	Alto	5	3	5	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	65				
15	4	3	4	4	15	Alto	5	4	5	5	24	Alto	5	4	4	13	Medic	4	4	8	Alto	4	4	8	Alto	68	No	4	3	4	3	17	Alto	4	4	4	4	12	Medic	4	4	3	7	Alto	1	1	2	Bajo	53				
16	4	4	5	5	19	Alto	5	5	5	5	24	Alto	5	4	5	13	Medic	4	4	8	Alto	4	4	8	Alto	68	No	4	4	4	4	20	Alto	4	5	5	4	12	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	64			
17	5	3	4	4	16	Alto	4	3	5	4	21	Alto	5	3	4	12	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	84	No	5	4	5	5	24	Alto	5	4	4	3	13	Medic	4	4	3	7	Alto	1	1	2	Bajo	53			
18	5	4	5	5	19	Alto	4	3	4	4	19	Alto	4	4	5	13	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	86	No	4	3	4	4	21	Alto	4	4	5	4	13	Medic	4	4	3	7	Alto	1	1	2	Bajo	53			
19	4	5	5	5	19	Alto	5	5	5	4	22	Alto	5	5	4	14	Medic	4	5	9	Alto	3	3	6	Medi	70	No	4	3	5	4	21	Alto	5	3	4	4	12	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	64			
20	5	4	5	5	19	Alto	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	14	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	89	No	4	3	4	4	19	Alto	4	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	66		
21	5	4	5	5	19	Alto	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	14	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	89	No	5	3	5	5	22	Alto	5	5	4	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	70		
22	5	4	5	5	19	Alto	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	14	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	89	No	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	69		
23	5	4	5	5	19	Alto	4	3	5	5	20	Alto	5	5	3	13	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	87	No	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	69		
24	5	4	5	5	19	Alto	4	3	5	5	21	Alto	5	3	4	12	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	87	No	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	69		
25	4	4	4	4	16	Alto	5	3	4	4	20	Alto	4	3	3	10	Medic	5	4	3	Alto	3	3	3	6	Medi	61	No	4	3	4	5	20	Alto	5	5	3	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	67			
26	5	4	4	4	16	Alto	5	3	4	5	21	Alto	5	4	4	11	Medic	5	4	3	Alto	3	3	7	Alto	61	No	4	3	5	5	21	Alto	5	3	4	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	67			
27	5	3	3	3	14	Medic	4	4	3	5	16	Alto	5	4	4	13	Medic	4	3	7	Alto	2	3	3	6	Medi	61	No	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	67		
28	3	4	4	4	15	Alto	3	5	5	5	21	Alto	4	5	3	12	Medic	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	60	No	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	69			
29	3	5	3	3	14	Medic	3	5	5	5	23	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	3	Alto	2	3	5	Medi	86	No	4	3	5	5	21	Alto	5	4	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	69			
30	4	2	4	3	13	Medic	2	4	3	4	17	Alto	5	4	4	13	Medic	4	4	3	Alto	2	2	5	Medi	57	No	4	3	4	5	20	Alto	5	5	3	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	67				
31	4	3	3	3	13	Medic	2	4	3	5	17	Alto	4	4	4	12	Medic	4	5	3	Alto	3	3	5	Medi	66	No	4	3	4	5	21	Alto	5	3	4	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	67			
32	4	3	4	3	15	Alto	4	4	3	5	20	Alto	4	5	4	13	Medic	4	5	3	Alto	3	2	5	Medi	63	No	4	3	5	4	21	Alto	5	3	4	4	12	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	67			
33	4	4	5	4	17	Alto	5	5	5	4	23	Alto	5	5	5	15	Medic	5	5	10	Alto	5	4	9	Alto	74	tedi	5	3	4	4	20	Alto	4	4	3	10	Medic	5	4	3	7	Alto	1	1	2	Bajo	51					
34	5	4	4	4	17	Alto	5	5	5	5	24	Alto	5	4	4	13	Medic	5	5	10	Alto	4	4	8	Alto	72	tedi	4	4	3	5	21	Alto	5	4	4	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	61			
35	5	1	5	5	16	Alto	4	4	4	4	20	Alto	4	4	3	11	Medic	5	4	3	Alto	3	3	3	6	Medi	62	No	3	5	5	3	21	Alto	4	5	3	12	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	60			
36	4	2	4	4	16	Medic	5	5	4	4	22	Alto	4	5	4	13	Medic	4	5	9	Alto	3	3	3	6	Medi	84	tedi	3	5	5	5	23	Alto	5	5	5	4	13	Medic	4	5	4	3	7	Alto	2	3	5	Medi	86		
37	4	4	4	3	15	Alto	4	3	4	3	18	Alto	4	5	5	14	Medic	4	4	8	Alto	4	3																														

**ANEXO N°9.** Tablas y figuras como resultado de aplicación del instrumento

**Tabla 1**

Variable	Alfa de Cronbach	N° de variables
Calidad de Servicio	0,95	1
Satisfacción del Cliente	0,94	2

**Objetivo General:**

Determinar el efecto entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021

**Tabla 3**

*Efecto entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021*

			CALIDAD DE SERVICIO	D de Somers	Gamma
		Coeficiente de correlación	.686**	0.452	0.46
<i>Rho de Spearman</i>	SATISFACCIÓN DEL LOS CLIENTES	Sig. (bilateral)	<.001	0.000	0.040
		N		316	

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

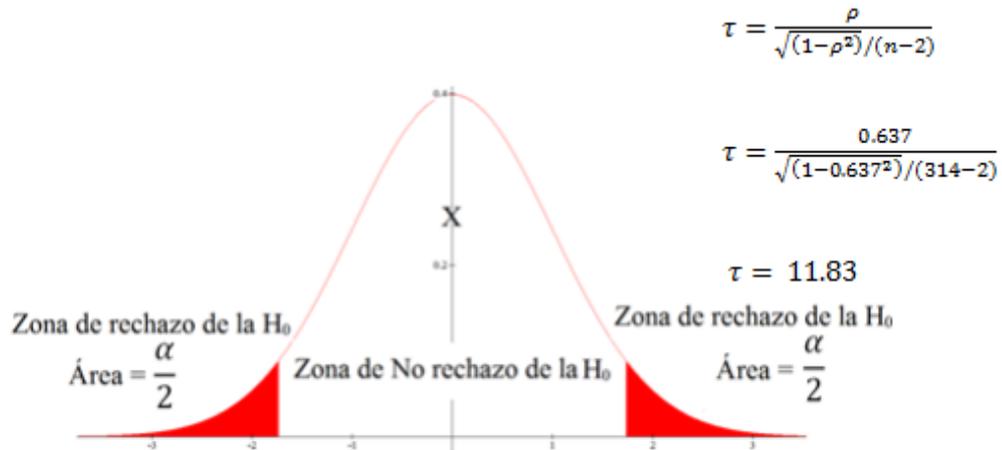
### Figura 2

Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica San Pedro, Chimbote – 2021



### Figura 8

La Satisfacción del Cliente y la Seguridad de los clientes del Clínica San Pedro, Chimbote – 2021





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad de los Asesores**

Nosotros, ESPINOZA DE LA CRUZ MANUEL ANTONIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesores de Tesis titulada: "Efecto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la clínica San Pedro 2021", cuyos autores son NORABUENA CASAHUAMAN JOSE LUIS, VILLARRUEL COTRINA JUAN ANDRES, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 16 de Junio del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ESPINOZA DE LA CRUZ MANUEL ANTONIO <b>DNI:</b> 18195946 <b>ORCID:</b> 0000-0001-6290-4484	Firmado electrónicamente por: MANTONIOED el 02- 07-2022 18:23:57
SALAZAR LLANOS JUAN FRANCISCO <b>DNI:</b> 44137812 <b>ORCID:</b> 0000-0001-8314-2634	Firmado electrónicamente por: SLLANOSJF el 06- 07-2022 20:47:46

Código documento Trilce: TRI - 0307783