



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención
domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración**

AUTORA:

Perez Celis, Ruth Elizabeth (orcid.org/0000-0002-4760-5758)

ASESOR:

Dr. Cancharí Preciado, Miguel Ángel (orcid.org/0000-0002-8873-8450)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mi hijo Gabriel, por ser mi soporte para cumplir cada uno de mis objetivos, a mi padre quien me dejó el mejor ejemplo de valentía y de esfuerzo constante para nunca rendirme ante las dificultades.

Pérez Celis Ruth

AGRADECIMIENTO

A mi docente: Dr. Cancharí Preciado Miguel Angel, por su guía en el desarrollo del presente desarrollo de Proyecto de investigación.

Pérez Celis Ruth

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CANCHARI PRECIADO MIGUEL ANGEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023", cuyo autor es PEREZ CELIS RUTH ELIZABETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He 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, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 18 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CANCHARI PRECIADO MIGUEL ANGEL DNI: 46105455 ORCID: 0000-0002-8873-8450	Firmado electrónicamente por: MCANCHARIP el 21- 11-2023 16:38:22

Código documento Trilce: TRI - 0655897



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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, PEREZ CELIS RUTH ELIZABETH estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
RUTH ELIZABETH PEREZ CELIS DNI: 42997976 ORCID: 0000-0002-4760-5758	Firmado electrónicamente por: PCELISRE el 18-11- 2023 23:14:22

Código documento Trilce: TRI - 0655898

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de Investigación	12
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población, muestra,muestreo, unidad de análisis.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Relación entre calidad del servicio y satisfacción del usuario.....</i>	18
Tabla 2: <i>Nivel de calidad de servicio en un establecimiento de salud en Chimbote</i>	19
Tabla 3: <i>Nivel de satisfacción del usuario en un establecimiento de salud en Chimbote.....</i>	20
Tabla 4: <i>Relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote.....</i>	20
Tabla 5: <i>Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote</i>	21
Tabla 6: <i>Relación entre seguridad y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote.....</i>	22
Tabla 7: <i>Relación entre empatía y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote.....</i>	22
Tabla 8: <i>Relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote</i>	23

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023. El tipo de investigación fue aplicada, nivel descriptivo, correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental de forma transversal. Asimismo, la muestra fue conformada por 162 usuarios quienes acudieron a sacar citas médicas para atención domiciliaria en un establecimiento de salud, y se les aplicaron los cuestionarios sobre la calidad de servicio y satisfacción del usuario, con 21 preguntas para la variable calidad de servicio y 10 para satisfacción del usuario, los instrumentos previa a la aplicación fueron validados por los expertos, el cual garantizó la confiabilidad y su validez. Se utilizó la prueba de correlación de Spearman, los resultados obtenidos comprobaron que existe una correlación positiva moderada de 0.671, concluyendo que la calidad de servicio se relaciona positivamente y significativamente con la satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del usuario, fiabilidad.

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the relationship that exists between quality of service and user satisfaction in home care of a health facility in Chimbote, 2023. The type of research was applied, descriptive level, correlational, quantitative approach, design non-experimental cross-sectionally. Likewise, the sample was made up of 162 users who came to make medical appointments for home care in a health facility, and questionnaires on the quality of service and user satisfaction were applied to them, with 21 questions for the variable quality of service and 10 for user satisfaction, the instruments prior to application were validated by experts, which guaranteed reliability and validity. The Spearman correlation test was used, the results obtained confirmed that there is a moderate positive correlation of 0.671, concluding that the quality of service is positively and significantly related to user satisfaction in home care at a health facility in Chimbote. 2023.

Keywords: Quality of service, user satisfaction, reliability

I. INTRODUCCIÓN

Los establecimientos de salud tienen una responsabilidad ética y profesional, por ello todo el personal que labore dentro del sector salud ya sea médico, asistencial y/o administrativo debe ofrecer un servicio eficaz y eficiente, con un toque humano porque se trata de aliviar dolencias de nuestro prójimo, y más si se atiende pacientes del servicio de atención domiciliaria, toda vez que está dirigido a pacientes que dependen de otras personas para llevar a cabo sus quehaceres cotidianos, conformado mayoritariamente por pacientes de la tercera edad, con dependencia funcional ya sea temporal o permanente y pacientes oncológicos.

Por ejemplo para (Valls Martínez M & Abad Segura E, 2018) la principal preocupación del paciente es que mejore la calidad de asistencia médica, pues cada vez son más los españoles que esperan recibir una buena atención médica como requisito para elevar su condición de vida. Para analizar, evaluar y que la calidad del servicio médico mejore, el mejor indicador a considerar es la satisfacción del cliente.

Para mejorar el nivel asistencial, los gobiernos deben tomar la iniciativa y aplicar políticas e iniciativas nacionales sensatas. Para que los usuarios sigan confiando en el sistema sanitario, estos deben priorizar una atención competente y una experiencia positiva para el usuario. Hay que capacitar e informar a los ciudadanos para que activamente participen en la toma de decisiones sanitarias y en la creación de modelos novedosos que respondan a lo que las comunidades locales necesiten. El intercambio de datos y su uso por los profesionales sanitarios son esenciales para demostrar seguridad y eficacia de los sistemas sanitarios. También deben considerar a los pacientes como socios en su trabajo. (Banco Mundial, 2018).

Para la (OMS, s.f.) calidad de la atención es la probabilidad de que se den los resultados sanitarios previstos como consecuencia de las intervenciones sanitarias individuales y poblacionales. Esta es indispensable para lograr el objetivo de la cobertura sanitaria universal de manera plena y se basa en conocimientos especializados respaldados por datos. A medida que los gobiernos se comprometen

a lograr la salud para todos, es vital evaluar cuidadosamente el nivel de la atención sanitaria y los servicios. Hay varias formas de describir una gran atención sanitaria, pero cada vez está más claro que deben estar presentes estas tres características: debe ser eficiente, segura y centrada en el cliente.

Asimismo, el (Ministerio de Salud, 2017) se comprometió a fortalecer los centros sanitarios, de primer nivel de atención mediante una reingeniería que mejore los servicios y prolongue las horas de funcionamiento en beneficio de la población de la nación.

A nivel local uno de los mayores problemas en las entidades del sector salud es el alto número de reclamos de los usuarios, principalmente por la falta de personal para realizar las visitas domiciliarias, así como que no se cuente con todas las especialidades básicas para una atención más idónea en este tipo de pacientes, debido a lo cual se otorgan citas después de 30 días o incluso a los 60 días, generando el malestar en estos.

Desde este enfoque es importantísimo brindar una mejora en la atención del servicio de calidad e identificar los factores que perjudican este servicio.

Partiendo de esta realidad se formula el siguiente problema general: ¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud de Chimbote, 2023?

La justificación teórica, se basa en el conocimiento de dos variables importantes en todo establecimiento que presta servicios de salud como son, calidad de atención y satisfacción del usuario. El conocimiento de la relación que existen entre ambas, ayudará a comprender las percepciones de los usuarios sobre las diferencias que surgen al usar el servicio.

En cuanto a la justificación práctica, se sustenta en el hecho de que a través del uso de instrumentos se podrá conocer cómo se manifiestan las variables, permitiendo realizar un diagnóstico desde el estudio correlacional de ambas variables estudiadas. La investigación también se justifica de manera metodológica ya que el

uso de métodos y técnicas utilizadas permitirán acceder a una realidad de un área específica de interés.

El impacto social de la investigación está dado en que, se brindará un aporte, desde la perspectiva del usuario de un establecimiento de salud sobre su calidad de atención y satisfacción, beneficiándose así la comunidad en general.

Por ello la investigación tiene como objetivo: Determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023. Entre los objetivos específicos se plantea: a) Identificar el nivel de calidad de servicio en un establecimiento de salud en Chimbote, 2023, b) Identificar el nivel de satisfacción del usuario en un establecimiento de salud en Chimbote, 2023. c) Identificar la relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023, d) Establecer la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023, e) Establecer la relación entre seguridad y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023, f) Establecer la relación entre empatía y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023, g) Establecer la relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023.

La hipótesis general planteada para la siguiente investigación es: La calidad del servicio tiene una relación directa y significativa con la satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

En Inglaterra, (Plasencia E & Yánez A, 2022), en su investigación desarrollada en el Hospital General Puyo, concluyeron que para lograr la satisfacción en el área de emergencia, la aplicación del triaje debe emplearse de manera correcta, ya que permite clasificar las necesidades del paciente, organizar, y asignar mejor los recursos, agilizar la atención del paciente, reducir la permanencia hospitalaria, y una mayor satisfacción en la atención. Sin embargo, si se hace mal puede llevar a la insatisfacción del paciente.

Igualmente en Cuba (Eirin E, et al., 2022) , se realizó una investigación descriptiva transversal que pertenece a un estudio sobre la eficiencia y organización del sistema de salud, concluyendo que los usuarios de consultorios urbanos están satisfechos, y que dicha satisfacción depende de la información adecuada para el paciente, condiciones estructurales y los aspectos asociados a la atención médica.

México (Vizcaino A, et al., 2018) después de realizar un estudio cuantitativo, descriptivo, transversal y correlacional concluyeron que la impresión que tienen los pacientes sobre calidad del servicio precisa de la eficacia que muestran los trabajadores de salud de la institución al realizar sus funciones, los resultados permiten tomar decisiones y garantizar la calidad en la atención de manera constante. Asimismo, (Silva B, et al., 2021) después de investigar la conexión entre calidad en el servicio, satisfacción y lealtad del cliente, concluyeron que una atención diligente y un buen servicio es una gran herramienta para la productividad y sustentabilidad del negocio.

En Pakistán (Ahmed et al., 2014) en su estudio para determinar la satisfacción del paciente en el hospital privado de Karachi para los departamentos de pacientes hospitalizados, concluyeron que la mayor parte de los pacientes están contentos con los servicios prestados por los departamentos de pacientes hospitalizados de hospitales privados seleccionados de Karachi, por lo tanto, esto muestra un impacto significativo en satisfacción general de los pacientes. Las fortalezas de las

organizaciones de atención médica, tal como las destacan los pacientes, deben continuar.

Según un estudio realizado en Venezuela (Morillo M & Morillo D, 2017), los términos “satisfacción del cliente” y “calidad del servicio” no son intercambiables porque el estudio encontró que existe una conexión positiva entre ambos factores y que son dependientes entre sí. También resultó que satisfacción y categoría del negocio influyen más en la calidad que percibe el usuario. Por ende, aumentar la calidad del servicio y viceversa son dos formas de influir en el agrado del usuario.

Asimismo en Nigeria (Suleiman, S., & Abdulkadir, Y., 2022), los resultados de un estudio que analizó el vínculo entre calidad del servicio hospitalario y satisfacción de los pacientes en la metrópolis de Katsina concluyeron que existe una relación favorable entre ambas, determinando que la satisfacción de los pacientes se ve influenciada por la calidad del servicio de los hospitales.

Chile (Fernández C, et al., 2020) mediante un estudio, basado en el Modelo de Promoción de la Salud; cuantitativo de tipo descriptivo y correlacional, obtuvieron entre otros resultados que un 76.7 % de personas están satisfechas por los servicios prestados, además existe relación entre satisfacción, grupo etario y situación laboral. Concluyendo que la utilización de este modelo necesita mejorar aspectos que tengan relación con la autoeficacia y la satisfacción de los usuarios.

En Indonesia (Raka, 2021) en una investigación realizada durante la pandemia el objetivo fue probar el importante papel de mediación de calidad del servicio en relación con la imagen de marca del hospital en la satisfacción del paciente del servicio hospitalario en Denpasar, Bali. Los resultados demuestran que la satisfacción del paciente se ve influida positiva y considerablemente por la imagen de marca del hospital, así como por la calidad del servicio, que a su vez tiene un efecto positivo en la satisfacción del paciente.

En Ecuador (Manosalvas et al, 2022) en su estudio, cuyo objetivo era examinar la satisfacción general de pacientes en los hospitales públicos del centro de Ecuador,

los investigadores descubrieron que calidad del servicio y satisfacción, y esta última con la fidelidad del cliente, están positiva y significativamente correlacionadas. La lealtad del paciente y la calidad no estaban directamente correlacionadas. Estas conclusiones resaltan la importancia de estos factores para los niveles de lealtad del cliente y la satisfacción general.

(Numpaqué A, et al., 2019) realizaron una investigación tipo descriptiva, transversal con enfoque cuantitativo para examinar aspectos objetivos y subjetivos de la calidad en la prestación del servicio de cirugía ambulatoria en Boyacá-Colombia, concluyeron que el desarrollo de proyectos de mejora dentro de la labor administrativa de las instituciones sanitarias se ha visto influenciado significativamente por las evaluaciones de pacientes sobre calidad de los servicios.

Dentro del contexto nacional (Chuquicusma et al., 2020) en su investigación desarrollada en el Hospital José Cayetano Heredia en Piura, con el objeto de determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de Atención al Asegurado se encontró que estas dos variables están altamente correlacionadas, con un 0,88, con bajos niveles de satisfacción del usuario (45,7%) y bajos niveles de calidad de servicio (42,9%). Concluyendo que hay relación considerable de las variables.

En Huancayo (Febres R & Mercado M, 2020) utilizaron un estudio no experimental, descriptivo, transversal para determinar la satisfacción de calidad del servicio por parte del usuario de medicina interna en consultorios externos del Hospital Daniel Alcides Carrión. Con una muestra de 292 pacientes, encontraron que la satisfacción general fue de 60,3%. Los porcentajes de satisfacción, que se basan principalmente en las dimensiones empatía y seguridad, son de 80,3% y 86,8 % correspondientemente. Con un 57,1 % de clientes insatisfechos, la dimensión de aspectos tangibles recibió un considerable nivel de descontento, siguiendo con 55,5% la capacidad de respuesta de los servicios sanitarios. Según sus conclusiones, los sistemas sanitarios deben adoptar medidas para implementar mejoras en la calidad de asistencia sanitaria ofrecida.

(Carhuancho et al., 2021) en su estudio realizado en Lima encontraron que no existe calidad de servicio en la atención ambulatoria en los hospitales estudiados, ya que sólo el 0,2% de los pacientes estaban contentos con el servicio que recibieron; existiendo diferencias que pueden ser atribuibles a la inversión en elementos físicos como equipos médicos, infraestructura, así como capacitaciones del personal.

Por otro lado (Aliaga, 2019) estudiando la relación de calidad del servicio, satisfacción y lealtad del usuario de consultorios externos en clínicas del Perú concluyeron que en este servicio, la calidad tiene una influencia en la satisfacción y esta, a su vez en la lealtad.

De manera similar, (Vigo J & Gonzales J, 2020), utilizando un diseño no experimental correlacional y una muestra de 50 clientes, investigaron la asociación entre satisfacción del cliente y calidad del servicio en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo. Así existe una relación entre estas variables, ($Rho = 0,617$); así como entre satisfacción del cliente y dimensiones de calidad de servicio como: elementos tangibles ($Rho = 0,517$), fiabilidad ($Rho = 0,528$), capacidad de respuesta ($Rho = 0,440$), seguridad ($Rho = 0,448$) y empatía ($Rho = 0,678$). Se concluye que existe relación entre ambas variables.

Seguidamente se abordará los fundamentos teóricos de acuerdo a las variables de investigación, (Parasuraman et al, 1993) definieron calidad del servicio como la evaluación total por parte del cliente sobre superioridad o excelencia del servicio, que viene a ser el resultado de analizar lo que percibe de los resultados del servicio ofrecido y sus expectativas (lo que cree que debe ofrecer la empresa).

Según (Castañeda, 2022) un buen servicio significa cumplir y superar las expectativas de este. Es crucial porque podría determinar el rendimiento de una empresa, su base de clientes, su nivel de fidelidad e incluso si otros clientes la recomendarán o no. Es importante entender lo que quieren los clientes porque cada vez exigen servicios mejores y de mayor calidad.

Por otro lado (Yoon & Cheon, 2020) consideran que calidad del servicio es la evaluación de la situación de este por parte del usuario y significa que el servicio se entrega sin errores. También tiene que ver con que todos los trabajadores de la empresa compartan una misma mentalidad de excelencia. Teniendo esto en cuenta, la calidad debe compartirse y vivirse a diario en toda la organización, desde el director o gerente hasta el personal operativo.

Para (Coelho, 2019) La calidad se relaciona con la manera en que cada persona evalúa un objeto en relación con otro de la misma especie, y en esta definición influyen directamente una serie de variables, como el producto o servicio, la cultura, los requisitos y las expectativas.

Asimismo (Martinez, 2020) afirma que hoy en día, la calidad del servicio es crucial, ya que las personas exigen más, pues gracias a la tecnología están mejor informados. Al momento de definir la calidad como el grado de satisfacción o no de las expectativas del usuario, es necesario tener en cuenta elementos subjetivos relacionados con las opiniones de quienes van a utilizar el servicio. Es crucial comprender lo que los usuarios requieren, de ahí que esta definición se base en lo que ellos perciben y la satisfacción de sus expectativas.

Según (Donabedian 1993, como se cita en Rojas, Bertha, 2018), entre sus características que permiten la calidad del servicio están: la estructura, el proceso, los resultados, la accesibilidad, oportunidades, la continuidad, suficiencia e integridad, racionalidad lógica y científica, la efectividad y también la satisfacción del usuario y atención humanizada.

Esta variable tiene en cuenta las siguientes dimensiones: (Zeithaml y Bitner, 2002), señalan que la dimensión fiabilidad hace referencia a la capacidad de entregar fiel y confiablemente un servicio propuesto, es decir que se ofrezca bien desde un inicio y que la organización acate sus compromisos. Tiene que ver entre otras cosas, con la puntualidad en facturación y la prestación de los servicios dentro del plazo

especificado en el diseño del servicio. Dado que la gente lo toma muy en cuenta, la fiabilidad es clave para lograr una buena acogida de los servicios por parte de los usuarios.

Como segunda dimensión (Grande, 2005) identifica a la capacidad de respuesta, como el deseo y la disposición del colaborador por brindar ayuda a los clientes y darles un rápido servicio, eficaz y aceptable. Las personas ahora son más exigentes en este ámbito, desean que se satisfagan sus necesidades de inmediato. Esta dimensión se manifiesta para el consumidor en el tiempo que tarda en recibir respuestas a sus consultas, así como en la adaptabilidad y competencias del servicio por satisfacer sus necesidades.

La seguridad es la tercera dimensión. Esta, según (Riveros, 2007), enfatiza lo necesario que es contar con colaboradores que tenga el conocimiento, habilidades y aptitudes necesarias para prestar servicios, entrar en contacto directo con los clientes, realizar tareas relacionadas con su puesto de trabajo, responder a las consultas de los clientes, atender sus inquietudes y ser atentos, considerados, respetuosos y amables con los clientes.

La cuarta dimensión, empatía, (Grande, 2005) la define como la forma de prestar los servicios, se debe brindar atención personalizada, dar facilidades para la conexión y llegada a la empresa e informando a los clientes en un lenguaje sencillo, con respecto al servicio prestado y sus costes, cambios realizados y brindar soluciones si surge algún problema. Se evidencia en: estar comprometidos con el cliente, siendo corteses, amables, tratándolos con consideración y respeto, estar dispuesto a resolver problemas, tener capacidad para saber escuchar sus reclamos y sugerencias, entre otros.

Como quinta dimensión tenemos, elementos tangibles, según (Westreicher, 2020) se considera tangible todo aquello que se puede sentir con el tacto (u otro sentido) o que se puede percibir claramente.

Para interpretar las variables, como base teórica empleada se tiene: La Teoría de Desconfirmación de Expectativas de (Oliver, 1980), se basa en un modelo cognitivo de las percepciones del consumidor antes de la compra y las impresiones iniciales que le producen los productos consumidos. Esta teoría intenta explicar el comportamiento del consumidor antes de la percepción del producto y la gratificación posterior.

El modelo Servqual, por su parte, es una metodología de investigación empresarial, permitiendo medir la calidad del servicio, comprender expectativas del consumidor y determinar cómo valora el servicio. Permite analizar características cuantitativas y cualitativas del cliente. Ofrece una percepción de los factores imprevistos e incontrolables de los clientes. El Servqual ofrece datos exhaustivos sobre la impresión que tienen los clientes acerca de los servicios de la empresa, comentarios, sugerencias sobre los factores que podrían mejorarse, y la percepción que tienen los empleados de la expectativa del cliente y la apreciación que tienen de ellos. Este modelo también puede utilizarse para comparar su empresa con otras e introducir mejoras. Dicho modelo encuentra su base en dimensiones como: fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles (Nishisawa R, 2014).

Según (Kotler & Armstrong, 2003) satisfacción del usuario es la cantidad de estado de ánimo que los consumidores exhiben en respuesta a la atención que han obtenido y si todas sus expectativas han sido satisfechas.

Para (Pozo, 2021) es el grado en que las expectativas de este se cumplan, después de haber recibido un servicio o producto. La diferencia entre el valor que perciben los clientes y sus expectativas antes de utilizar el servicio o comprar el producto determina la satisfacción del cliente.

Según (Silva y Soncini , 2019), mencionan que existen tres perspectivas principales sobre la satisfacción del cliente: la primera es una óptica cognitivista que considera

la satisfacción del consumidor como una respuesta racional; la segunda es una evaluación de cómo se comparan las expectativas y calidad real del servicio o producto; y la tercera es un enfoque que considera la satisfacción del consumidor como una respuesta emocional placentera que resulta de un producto o acontecimiento planificado que supera las expectativas

Según (Nigel Hill & Rob MacDougall, 2017) la satisfacción del cliente mide en qué magnitud los productos de una empresa cubren con sus expectativas, es decir la satisfacción del cliente con respecto a los requisitos cumplidos y las percepciones son indicadores que nos permiten comprender el funcionamiento general de la empresa.

Esta variable considera las siguientes dimensiones: la calidad percibida, la cual es la evaluación que hace el usuario sobre la superioridad o excelencia de un servicio y/o producto. (Recuenco y Reyes , 2020)

La expectativa del usuario que conforma la segunda dimensión, se refiere a los "deseos" de estos de recibir algo. Pueden verse influidas por más de uno de los cuatro supuestos que se enumeran a continuación: promesas hechas por la propia entidad; por los usuarios, experiencia de compra anterior y opinión de familiares, amistades o conocidos. (Gonzales, 2023)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Aplicada, toda vez que el investigador conoce el problema que ya está establecido, en consecuencia, la investigación se utiliza para abordar cuestiones concretas (Rodríguez, 2018) y correlacional porque su objetivo general y principal es demostrar la relación entre las variables examinadas (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). Nivel descriptivo, porque proporciona los datos tal y como son, describiendo el contexto de la investigación en el momento, y analizando, interpretando, publicando y evaluando los resultados para obtener lo que se desea (Hernández, Fernández & Baptista, 2006), es de enfoque cuantitativo, pues es un conjunto de procedimientos que siguen una secuencia y deben ser verificados; el orden es riguroso y no se pueden saltar etapas (Hernández et al, 2014).

3.1.2. Diseño de investigación

No experimental, variables no fueron manipuladas, se observaron y analizaron los fenómenos de su entorno, además es transversal porque se recogieron datos en un momento determinado, teniendo como objetivo haber descrito las variables y su incidencia de interrelación. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

3.2. Variables y operacionalización:

Variable 1: Calidad de servicio

Definición conceptual: (Parasuraman et al, 1993) la definieron como la evaluación total por parte del cliente sobre superioridad o excelencia del servicio, que viene a ser el resultado de comparar lo que percibe de los resultados del servicio ofrecido y sus expectativas (lo que cree que debe ofrecer la empresa).

Definición operacional:

La variable se ha operacionalizado con 21 preguntas y sus cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Se determinó en cinco niveles: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Indicadores: Atención oportuna y ordenada, interés en solucionar problemas de los usuarios, cuidado al registrar datos personales del usuario, sencillez y rapidez de trámites para la atención, criterio en la asignación de citas, capacidad para atender preguntas, quejas y reclamos, cooperación entre compañeros de trabajo, confianza desplegada por el personal, efectividad en las citas programadas, cumplimiento de medidas de seguridad, recepción de la medicación adecuada, competencia del personal médico que realiza las visitas, cordialidad en el trato por parte del personal, el personal sabe la necesidad del usuario, el personal da atención personalizada, claridad en orientaciones sobre la enfermedad, cuidados, tratamiento, horario de atención conveniente, equipos médicos e infraestructura del hospital.

Escala de medición: Ordinal

Variable 2: Satisfacción de usuario

Definición conceptual: Para (Kotler & Armstrong, 2003) es la cantidad de estado de ánimo que los consumidores exhiben en respuesta a la atención que han obtenido y si todas sus expectativas han sido satisfechas.

Definición operacional:

La satisfacción se ha puesto en funcionamiento, con 10 preguntas dentro de dos dimensiones: Calidad percibida y expectativas del usuario. Se determinaron cinco categorías: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Indicadores: agrado del servicio, agrado por el resultado, promesas cumplidas e interés por el servicio.

Escala de medición: Ordinal

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Grupo de componentes que reúnen algunos aspectos que queremos estudiar (Ludeña, 2021).

Estuvo conformada por usuarios, mayores de edad, que acudieron a sacar citas médicas para atención domiciliaria en un establecimiento de salud– Chimbote, durante el mes de abril 2023 para lo cual fueron 280 usuarios, base de datos del Sistema virtual de historias clínicas del establecimiento de Salud.

Criterios inclusión:

- Mayores e igual a 18 años
- Usuarios masculinos y femeninos, que han dado su consentimiento de forma voluntaria e informada para tomar parte del estudio.
- Pacientes que están afiliados

Criterios exclusión:

- Usuarios que no están afiliados
- Los usuarios que, no aceptaron participar.
- Usuarios menores de edad.

3.3.2. Muestra

Es una selección de los elementos de una población con la finalidad de separar la información necesaria a estudiar. (Ludeña, 2021)

Para ello se utilizó la fórmula de población finita la cual fue de 162 usuarios, para la Atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote.

3.3.3. Muestreo

Probabilístico aleatorio simple. El principio de equiprobabilidad es el fundamento de las técnicas de muestreo probabilístico. dado que existe la misma probabilidad de que cualquier elemento del universo sea elegido para la muestra. (López, 2017)

3.3.4. Unidad de análisis

Usuarios que acudieron a recibir alguna prestación de salud en un establecimiento de salud de Chimbote.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El conjunto de herramientas utilizadas para llevar a cabo un método, procedimientos y actividades permitiendo al investigador reunir datos precisos para contestar las preguntas de investigación. Estas herramientas son denominadas técnicas (Hernández S y Duana D, 2020) En esta investigación se utilizó la encuesta.

El instrumento para recolección de datos está enfocado a crear las condiciones para la medición, cualquier herramienta utilizada para recopilar datos para una investigación científica debe ser legítima, fiable y objetiva (Hernandez S y Duana D, 2020) .Para este proyecto se utilizó el cuestionario.

Un cuestionario es utilizado para recopilar metódicamente los datos indispensables para advertir los factores de interés en un determinado estudio, investigación, encuesta o sondeo (Bravo T y Valenzuela S, 2019), dicho cuestionario midió la calidad del servicio, mediante 5 dimensiones la que fue acoplado por el modelo

SERVQUAL, asimismo se evaluó la satisfacción del cliente mediante 2 dimensiones, todas compuestas por una escala de Likert del 1 al 5.

El cuestionario fue validado por 3 profesionales calificados, con grado académico de doctor y maestro respectivamente.

Se realizó una prueba piloto, para establecer la confiabilidad del instrumento, se realizó una encuesta a 15 usuarios, comprobándose la confiabilidad, con Alfa de Cronbach obteniendo un coeficiente de confiabilidad de 0.836, por tanto, se afirma que el instrumento aplicado para esta variable es confiable, asimismo para la medición de satisfacción del usuario, se obtuvo un puntaje de 0,789 por lo cual, el instrumento está en nivel óptimo de confiabilidad.

3.5. Procedimientos

El proyecto se desarrolló en un establecimiento de salud de Chimbote, donde se pidió permiso al jefe de recursos humanos para entrevistar a los usuarios que recibían atención allí. El usuario tuvo que dar su consentimiento previo para participar en la encuesta, cuyos resultados se emplearon para la investigación. Se realizó de forma presencial utilizando un cuestionario debidamente firmado, durando 15 minutos.

3.6. Método de análisis de datos

Para efectuar las tabulaciones necesarias en la escala de valores indicada por las variantes y sus dimensiones asociadas, primero se importaron los datos en la aplicación Microsoft Excel. A continuación, los datos de la configuración se exportaron a IBM SPSS Statistics V. 29.0 para su análisis estadístico, a fin de realizar los cálculos necesarios para el planteamiento de estudio que se sugirió. Se crearon e interpretaron tablas con los resultados.

3.7. Aspectos éticos

Este estudio indica la sinceridad con el que fue realizado ya que se apegó a las normas éticas que todo profesional en el campo de la investigación debe poseer. Estas normas y principios fueron creados por la Universidad César Vallejo.

Los datos del estudio fueron utilizados de acuerdo a los principios de consentimiento informado, compromiso de confiabilidad y obtención de autorización para realizar la encuesta.

A la luz de la investigación, esto beneficia a todos los usuarios, ya que la información recopilada puede utilizarse para ejecutar acciones encaminadas a ofrecer un servicio de alta calidad.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Relación entre calidad del servicio y satisfacción del usuario

		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	1.000	.671**
	Satisfacción del usuario	.671**	1.000
	N	162	162

Nota. Significancia estadística: ** $p < 0,01$, N: Número de trabajadores

Fuente: Información recolectada del instrumento

Interpretación:

Los resultados obtenidos revelan una asociación significativa y positiva en ambas variables. El ($r=0.671^{**}$) demostró esa relación entre ambas variables.

Tabla 2*Nivel de calidad de servicio según sus dimensiones*

Niveles	Bajo fi	%	Medio fi	%	Alto fi	%	Total fi	%
Calidad de Servicio	0	0%	162	100%	0	0%	162	100%
Fiabilidad	22	14%	51	31%	89	55%	162	100%
Capacidad de respuesta	31	19%	78	48%	53	33%	162	100%
Seguridad	100	62%	18	11%	44	27%	162	100%
Empatía	46	28%	107	66%	9	6%	162	100%
Elementos tangibles	68	42%	84	52%	10	6%	162	100%

Fuente: Información recolectada del instrumento

Interpretación:

Los resultados revelan que la mayor parte de los que participaron experimentan un nivel medio de calidad de servicio (100%), Fiabilidad (31%), Capacidad de respuesta (48%), Seguridad (11%), Empatía (66%), Elementos tangibles (52%). No obstante, un porcentaje de los encuestados se encuentra en niveles bajos en cada una de estas dimensiones: fiabilidad (14%), Capacidad de respuesta (19%), Seguridad (62%), Empatía (28%), Elementos tangibles (42%). Además, hay un porcentaje menor de participantes que reportan niveles altos en empatía (6%) y elementos tangibles (6%).

Tabla 3*Nivel de satisfacción del usuario según sus dimensiones*

Niveles	Bajo fi	%	Medio fi	%	Alto fi	%	Total fi	%
Satisfacción del Usuario	0	0%	76	47%	86	53%	162	100%
Calidad percibida	77	48%	84	52%	1	1%	162	100%
Expectativas del usuario	37	23%	116	72%	9	6%	162	100%

Fuente: Información recolectada del instrumento

Interpretación:

Los resultados revelan que la mayor parte de los participantes experimentan un nivel alto de satisfacción (53%). La calidad percibida es considerada media por 84 usuarios encuestados que representa un 52%, la dimensión expectativa del usuario es considerada media por 116 usuarios encuestados que representa el 72%.

Tabla 4*Relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario*

			Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de	Fiabilidad	r	1.000	.528**
Spearman	Satisfacción del usuario	r	.528**	1.000
		N	162	162

Nota. Significancia estadística: ** $p < 0,01$, N: Número de trabajadores

Fuente: Información recolectada del instrumento

Interpretación:

Según datos presentados, se evidencia una asociación positiva entre estas dos variables, con un r de 0.528. Esto indica que se encuentra presente una asociación con un nivel de significancia estadísticamente relevante.

Tabla 5

Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote

			Capacidad de Respuesta	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Capacidad de Respuesta	r	1.000	.596**
	Satisfacción del usuario	r	.596**	1.000
		N	162	162

Nota. Significancia estadística: ** $p < 0,01$, N: Número de trabajadores

Fuente: Información recolectada del instrumento

Interpretación:

De acuerdo a datos presentados, se evidencia una asociación positiva entre estas dos variables, con un r de 0.596. Esto indica que se encuentra presente una asociación con un nivel de significancia estadísticamente relevante.

Tabla 6*Relación entre seguridad y satisfacción del usuario*

			Seguridad	Satisfacción del Usuario
Rho de	Seguridad	r	1.000	.072
Spearman	Satisfacción del	r	.072	1.000
	Usuario	N	162	162

Nota. Significancia estadística: ** $p < 0,01$, N: Número de trabajadores

Fuente: Información recolectada del instrumento

Interpretación:

El coeficiente de correlación entre ambas variables es bajo. Es decir, la relación es directa ($Rho=0.072$), y estadísticamente nula, con un valor de $p= 0.359 >0.05$); aceptar la hipótesis nula.

Tabla 7*Relación entre empatía y satisfacción del usuario*

			Empatía	Satisfacción del Usuario
Rho de	Empatía	r	1.000	.406**
Spearman	Satisfacción del	r	.406**	1.000
	Usuario	N	162	162

Interpretación:

Según datos presentados, se evidencia una correlación positiva entre ambas variables, con un r de 0.406. Esto indica que se encuentra presente una asociación con un nivel de significancia estadísticamente relevante.

Tabla 8*Relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario*

			Elementos tangibles	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Elementos tangibles	r	1.000	.287**
	Satisfacción del Usuario	r	.287**	1.000
		N	162	162

Nota. Significancia estadística: ** $p < 0,01$, N: Número de trabajadores

Fuente: Información recolectada del instrumento

Interpretación:

De datos presentados, se evidencia una asociación positiva entre estas dos variables, con un r de 0.287. Esto indica que se encuentra presente una asociación con un nivel de significancia estadísticamente relevante.

V. DISCUSIÓN

El presente estudio tiene como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023. Según el análisis estadístico inferencial se tiene como resultado un coeficiente de asociación Rho Spearman de 0,671, indicando una correlación moderada y directa con nivel de confianza del 95% menor a 0,05 ($p\text{-valor} = 0,000 < \alpha = 0,05$). El estudio de Chuquicusma et al. (2020), analizó la relación entre calidad de servicio del Hospital José Cayetano Heredia y satisfacción del usuario. Sus resultados coinciden con los de la presente investigación, que buscó determinar la satisfacción del usuario a través de la correlación con la calidad del servicio. Se calculó un coeficiente de asociación Rho Spearman, que dio un valor de 0,88. Demostrando una correlación directa entre la alta satisfacción del cliente y los servicios de alta calidad brindados a los usuarios del área de atención al asegurado.

En cuanto al primer objetivo específico, Identificar el nivel de Calidad de servicio en un establecimiento de salud en Chimbote, 2023. En base a ello, Parasuraman et al. (1993) aseguran que la evaluación completa del cliente sobre la superioridad o excelencia del servicio es lo que constituye calidad del servicio y surge de comparar lo que el cliente percibe con sus expectativas y los resultados del servicio. Se obtuvo que el nivel de Calidad de servicio de los usuarios del establecimiento de salud, cuenta con 100% que refiere un nivel medio, siendo evidente que los usuarios, expresan que la calidad de servicio del establecimiento de salud es totalmente buena. Este resultado se sustenta en que el establecimiento se destaca dimensiones como la empatía y seguridad que incluye indicadores como la cordialidad, confianza y efectividad. Los datos obtenidos se pueden apoyar en los resultados hallados por Febres & Mercado (2020), en donde se pudo corroborar la calidad del servicio brindado, con respecto al servicio de medicina interna en los consultorios externos del Hospital Alcides Carrión un 60,3% satisfecho.

Para el objetivo específico 2: Identificar el nivel de Satisfacción del usuario en un establecimiento de salud en Chimbote, 2023. Al respecto, Kotler & Armstrong (2003), refirieron que satisfacción del usuario es la cantidad de estado de ánimo que los consumidores exhiben en respuesta a la atención que han obtenido y si todas sus expectativas han sido satisfechas. Se obtuvo que un 53% refiere un nivel alto, seguido por 47% que refiere al nivel medio, observándose que los usuarios de este establecimiento de salud, deben mejorar su satisfacción en busca de que el 100% de estos obtengan satisfacción en niveles altos. Estos resultados tienen coherencia con la investigación efectuada por Vigo, J., & González, J. (2020), quienes sostuvieron que factores como la seguridad, fiabilidad, aspectos tangibles, capacidad de respuesta y empatía contribuyen a la satisfacción del cliente, la dimensión que presentó mayor grado de satisfacción fue la seguridad con un promedio de $Rho=0,678$. Además, Aliaga (2019) llegó a la conclusión de que la satisfacción del cliente está influenciada por la calidad del servicio.

Para el objetivo específico 3: Establecer la relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario. Se detectó que existe una correlación positiva moderada de 0,528. Zeithaml & Bitner (2002) señalan que la dimensión fiabilidad hace referencia a la capacidad de entregar fiel y confiablemente un servicio propuesto, es decir que se ofrezca bien desde un inicio y que la organización acate sus compromisos. De igual manera Vigo, J., & González, J. (2020) en su investigación de tesis encontraron de manera similar que la dimensión fiabilidad contribuye con el nivel de satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínico de Pacasmayo. Determinaron que dimensión y variable están directamente vinculadas, donde $Rho=,528$ y el p valor menor a 0.05; es decir, la correlación es positiva moderada.

Para el objetivo específico 4: Establecer la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario de un establecimiento de salud en Chimbote. Se encontró una correlación positiva moderada de 0,596. A modo de teoría (Grande, 2005) identifica a la capacidad de respuesta, como el deseo y la disposición del colaborador por brindar ayuda a los clientes y darles un rápido servicio, eficaz y aceptable. De igual manera Vigo, J., & González, J. (2020) en su investigación de

tesis encontraron de manera similar que la dimensión capacidad de respuesta contribuye con el nivel de satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínico de Pacasmayo. Determinaron que dimensión y variable están directamente vinculadas, donde $Rho=,440$ y el p valor menor a 0.05; es decir, la correlación es positiva moderada.

El punto más relevante en la dimensión capacidad de respuesta es la evidencia del trabajo en equipo, toda vez que los usuarios logran percibir el apoyo mutuo entre los trabajadores, y esto con la finalidad de atender sus inquietudes y solucionar sus inconvenientes dentro del tiempo apropiado.

Para el objetivo específico 5: Establecer la relación entre seguridad y satisfacción del usuario de un establecimiento de salud en Chimbote. En aspecto teórico Riveros (2007) enfatiza lo necesario que es contar con colaboradores que tenga el conocimiento, habilidades y aptitudes necesarias para prestar servicios de una forma que brinde seguridad al usuario, entrar en contacto directo con los clientes, realizar tareas relacionadas con su puesto de trabajo, responder a las consultas de los clientes, atender sus inquietudes y ser atentos, considerados, respetuosos y amables con los clientes. Hallándose una correlación baja 0,072. Concordando con lo encontrado por Febres & Mercado (2020) toda vez que en su investigación de tesis encontraron que la dimensión seguridad si contribuye con el nivel de satisfacción de los usuarios del hospital Daniel Alcides Carrión, con un promedio de 86,8%.

Para el objetivo específico 6: Establecer la relación entre empatía y satisfacción del usuario de un establecimiento de salud en Chimbote. Grande (2005) la define como la forma de prestar los servicios, se debe brindar atención personalizada, dar facilidades para la conexión y llegada a la empresa e informando a los clientes en un lenguaje sencillo, con respecto al servicio prestado y sus costes, cambios realizados y brindar soluciones si surge algún problema Encontrándose una correlación moderada de 0,406. De la misma manera coinciden los resultados: Febres & Mercado (2020) en su investigación de apreciaron que la dimensión

empatía se correlaciona positivamente con satisfacción del usuario, con un promedio de 80,3%.

Coincidiendo con Vigo, J., & González, J. (2020) que en su investigación de tesis encontraron de manera similar que la dimensión empatía contribuye con el nivel de satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínico de Pacasmayo. Determinaron que la dimensión y la variable están directamente vinculadas, donde $Rho=,678$ y el p valor menor a 0.05; es decir, la correlación es positiva moderada.

Para el objetivo específico 7: Establecer la relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario de un establecimiento de salud en Chimbote. Según Westreicher (2020) se considera tangible todo aquello que se puede sentir con el tacto (u otro sentido) o que se puede percibir claramente. Se encontró que existe una correlación media de 0,287.

De igual manera Vigo, J., & González, J. (2020) en su investigación de tesis descubrieron en un laboratorio de análisis clínicos Pacasmayo que la dimensión elementos tangibles eleva el grado de satisfacción del cliente. Descubrieron un vínculo directo entre dimensión y variable, con un valor p inferior a 0,05 y una correlación moderadamente positiva indicada por $Rho=,517$.

Concordando con Carhuancho et al. (2021) que en su estudio encontraron que la dimensión elementos tangibles si contribuye con la calidad de servicio y por extensión con el grado de satisfacción de los Hospitales estudiados.

De acuerdo con los resultados anteriores, se observa que los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los compradores, ya que están relacionados con los aspectos físicos de la infraestructura, los equipos y los colaboradores que representan a la empresa ante los clientes.

VI. CONCLUSIONES

1. Se pudo concluir que existe correlación moderada y directa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023, pues el $Rho=0.671$.
2. Se identificó que un 100% de los colaboradores señalan que el establecimiento brinda una buena calidad de servicio.
3. Se obtuvo que un 53% de los colaboradores refieren un nivel alto de satisfacción.
4. Se identificó que existe relación significativa y directa entre fiabilidad y satisfacción del usuario; pues existe una correlación positiva moderada de 0,528, es decir a mayor nivel de fiabilidad más satisfecho resultará el usuario.
5. Se encontró una correlación positiva moderada de 0,596 entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario; por tanto, existe relación directa.
6. Se encontró que existe relación significativa y directa entre seguridad y satisfacción del usuario, pues hay una correlación baja de 0,072; lo que indica que mientras más seguridad se transmita en la entrega de servicio, más satisfecho resultará el usuario.
7. Existe relación entre empatía y satisfacción del usuario; pues el $Rho=0.406$, señala una correlación positiva moderada; es decir a más empatía brindada por los colaboradores más satisfecho resultará el usuario.
8. Existe relación entre elementos tangibles y satisfacción, pues el $Rho=0.287$, señala una correlación positiva media; observándose que los elementos tangibles influyen en que un usuario se sienta satisfecho.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que el equipo responsable de prestar atención domiciliaria atienda bien al usuario, cultive la confianza y establezca expectativas de satisfacción, mediante emplear estrategias, diseñadas para satisfacer las necesidades de salud.
2. Se recomienda al coordinador de la atención domiciliaria continuar esforzándose por mejorar la calidad del servicio, para lo cual deberá proponer y aprobar normas internas para los empleados.
3. Se recomienda plantear estrategias para conseguir la satisfacción del usuario a cabalidad; para ello debería realizarse encuestas de forma periódica con la finalidad de hacer un seguimiento más continuo.
4. Que el establecimiento de salud desarrolle estrategias para abordar los problemas de salud que afectan a los usuarios y aumentar su confianza en los profesionales de la salud.
5. Prestar una atención rápida, estar disponible de inmediato para atender las demandas del usuario y estar dispuesto a responder a las preguntas que éste pueda plantear, con el fin de crear un ambiente de tranquilidad y satisfacción en función de la demanda y necesidad que el usuario presente.
6. Se recomienda a todos los trabajadores de atención domiciliaria, fortalecer la formación de conocimientos según su perfil y así dar a los pacientes una atención integral, trato humanizado y confianza.
7. Se recomienda fortalecer estrategias de atención personalizada para atender las necesidades específicas de los usuarios con empatía y amabilidad.
8. Se sugiere solicitar al director del hospital tomar en cuenta los problemas encontrados en el programa y mejorar la infraestructura, así como implementar a los doctores con equipos médicos para una mejor atención domiciliaria.

REFERENCIAS

- Aliaga, R. (2019). Calidad de servicio, satisfacción y lealtad de los usuarios del servicio de consulta externa de las clínicas en el Perú. *Universidad*, 1–222. [Tesis de Doctorado, Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/415b70cb-496f-47fa-b16e-4b5ff7385a48/content>
- Banco Mundial (05 de julio de 2018) *La atención de la salud de baja calidad está aumentando. La morbilidad y los costos relacionados con la salud en todo el mundo*. [Comunicado de prensa] <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/07/05/low-quality-healthcare-is-increasing-the-burden-of-illness-and-health-costs-globally>
- Bravo, T., & Valenzuela, S. (2019). ¿Qué es un cuestionario? In M. García (Ed.), *Cuadernillo técnico de evaluación educativa Desarrollo de instrumentos de evaluación: cuestionarios* (Vol. 1, pp. 3–5). <https://www.mendeley.com/catalogue/faae5b8a-1268-3282-87be-7b611585747b/>
- Carhuancho-Mendoza, I. M., Nolazco-Labajos, F. A., Guerrero Bejarano, M. A., y Silva Siu, D. R. (2021). Calidad de servicio en hospitales de nivel III de la ciudad de Lima, Perú. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26 (Número Especial 5), 693-707. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.44>
- Castañeda, S. (2022). ¿Qué es la calidad de servicio? concepto, tipos y medición. Retrieved from <https://www.mendeley.com/catalogue/ee313638-3e53-3ffd-8d18-1f7a07f6620c/>
- Chuquicusma Tocto, T., Luján Vera, P. E., Sánchez-Chero, M. J., Montalban Ramos, Y. M., Silva Juárez, R., & Rosas-Prado, C. E. (2020). Calidad de servicio y nivel de satisfacción en el hospital José Cayetano Heredia, Perú. *Revista de La Universidad Del Zulia*, 11(31), 39–51. <https://doi.org/10.46925//rdluz.31.04>

- Coelho, F. (2019). Significado de Calidad (Qué es, Concepto y Definición) - Significados. Recuperado de: <https://www.mendeley.com/catalogue/58a38e02-3e1c-3357-a048-71fbe4f99c75/>
- Eirin Rey, Erick José, Pereira Valdés-Prieto, Yanelis, Fuentes Miranda, Liset, Castellanos Oñate, Carlos, & Rodríguez González, Herminia. (2022). User Satisfaction with Urban Family Medical Offices Belonging to the Norte Polyclinic from Placetas Municipality, Villa Clara Province. Recovered from: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252022000300011&lang=es
- Fernández-Silva, Carlos Alberto, Mansilla, Betty Antiñirre, & Chávez, Viviana Carolina De La Hoz. (2020). Autoeficacia y satisfacción de los usuarios con diabetes tipo 2 de un centro de salud chileno. *Revista Cuidarte*, 11(2), e933. Epub November 04, 2020. <https://doi.org/10.15649/cuidarte.933>
- González, Cristian (2023) *Relación entre calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en el Hospital de Especialidades Básicas La Noria* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/113299/Gonzales_CCD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Grande, I. (2005). Marketing de servicios. 4ta Edición. ESIC Editorial. España
- Hernández Mendoza, S., & Duana Ávila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51–53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). Nacimiento de un proyecto de investigación cuantitativa o mixta: la idea. *Metodología de la investigación*. (pp. 24-30). Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2707>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (4ta ed.). México: McGraw-Hill.

- Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, L. (2006). Metodología de la Investigación (4ta Edic). DF, México. McGraw Hill.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). Marketing. Madrid: Pearson
- López, R. (2017). Interpretación de datos estadísticos. *Universidad de Managua*, 1–5.[Archivo PDF] <https://www.ricardonica.com/Interpretacion/Muestreo.pdf>
- Ludeña, J. A. (2021). Diferencia entre muestra y población. Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-muestra-y-poblacion.html>
- Manosalvas-Vaca, C. A., Manosalvas-Vaca, L. O., Quevedo-Amay, D. V., & Haro-Acosta, S. N. (2022). Quality, satisfaction and loyalty in the emergency service of public hospitals, from the central zone of Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 7(2), 194–204. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n2.2022.2030>
- Martinez, R. (2020). ¿Qué Es La Calidad De Servicio? Retrieved from <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-calidad-de-servicio.html>
- Ministerio de Salud (25 de julio de 2017) Minsa realizará reingeniería para fortalecer centros de salud del primer nivel de atención. [Nota de prensa] Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/13491-minsa-realizara-reingenieria-para-fortalecer-centros-de-salud-del-primer-nivel-de-atencion>
- Morillo Marysela & Morillo Milángela (2017) Satisfacción del usuario y calidad de servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida Venezuela. *Revista de ciencia sociales*, 2(22),111-131. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/24863/25430>
- Nigel Hill, J. B., & Rob, M. (2017). How to Measure Customer Satisfaction. Recovered from: https://books.google.com.pe/books/about/How_to_Measure_Customer_Satisfaction.html?id=6HvHtAEACAAJ&redir_esc=y
- Nishizawa, R. M. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda

- Experto. *PERSPECTIVAS*, (34), 181–209. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941264005>
- Numpaque-Pacabaque, A., Buitrago-Orjuela, L. Á., & Pardo-Santamaría, D. F. (2019). Calidad de la atención en el servicio de cirugía ambulatoria desde la percepción del usuario. *Revista de La Facultad de Medicina*, 67(2), 235–239. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v67n2.65978>
- Oliver, R. L. (1980) "A cognitive model for the antecedents and consequences of satisfaction". *Journal of Marketing research* 17(4): 460-469
- Organización Mundial de la Salud(s.f.) Calidad de la atención. Recuperado de: https://www.who.int/es/health-topics/quality-of-care#tab=tab_1
- Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry. "Research note: more on improving service quality measurement". *Journal of Retailing*. Vol. 69, Issue 1, pp. 140-147. 1993. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(05\)80007-7](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(05)80007-7)
- Plasencia Evelyn & Yáñez Alicia (24 de junio de 2022) Satisfacción del usuario del área de emergencia respecto a la aplicación del triaje de Manchester. Recuperado de: <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/satisfaccion-del-usuario-del-area-de-emergencia-respecto-a-la-aplicacion-del-triaje-de-manchester/>
- Pozo, J. (2021). Satisfacción del cliente. ¿Qué es y cómo medirla? Recuperado de: <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>
- Raheem, Ahmed and Ahmad, Nawaz and Nasir, Fouzia and Khoso, Imamuddin, Patients' Satisfaction and Quality Health Services: An Investigation From Private Hospitals of Karachi, Pakistan (July 2, 2014). *Research Journal of Recent Sciences*, ISSN 2277-2502, Vol. 3(7), 34-38, July (2014), Available at SSRN: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2462044
- Raka Sukawati, T. G. (2021). Hospital Brand Image, Service Quality, and Patient Satisfaction in Pandemic Situation. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 10(2), 119–127. <https://doi.org/10.18196/jmmr.v10i2.12230>

- Recuenco, A., & Reyes, W. (2020). Calidad percibida: El bien mejor aceptado en el lenguaje del marketing. *SCIENDO*, 23(3), 187–195.
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/3122/pdf>
- Richard J. Febres-Ramos, Miguel R. Mercado-Rey. Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del hospital Daniel Alcides Carrión, Huancayo - Perú. *Rev. Fac. Med. Hum.* Julio 2020; Recuperado de.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v20n3/2308-0531-rfmh-20-03-397.pdf>
- Riveros, P. (2007). Sistema de gestión de la calidad del servicio. Sea líder en mercados altamente competitivos. 3ra Edición. ECOE Ediciones. Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, D. (2018). Investigación aplicada: características, definición, ejemplos. Retrieved from <https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>
- Rojas, Bertha (2018) Calidad de los servicios de salud en el Programa PADOMI EsSalud Huánuco – 2018. (Tesis de pregrado). Recuperado de.
http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3266/TRAB.SUF.PROF_Bertha%20Misania%20Rojas%20Nazario.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Silva, G. y Soncini, A. (2019). Customer Satisfaction based on the Attributes of Accommodation Services. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. vol. 13 (2), p. 32-53.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5041/504160351003/504160351003.pdf>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101.
<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Suleiman, S., & Abdulkadir, Y. (2022). Partial least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) of Patient Satisfaction on Service Quality in Katsina Public

Hospitals. *Asian Journal of Probability and Statistics*, 49–60.
<https://doi.org/10.9734/ajpas/2022/v17i330426>

Valls Martínez, M.C., & Abad Segura, E. (2018). Satisfacción del paciente en el Sistema Nacional de Salud español. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 41(3), 309-320. Recuperado de:
https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272018000300309#aff1

Vigo, J., & González, J. (2020). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 16(3), 57–66. Recuperado de:
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3010>

Vizcaíno, A. D.-J., Vizcaíno-Marín, V. D.-P., & Fregoso-Jasso, G. S. (2018). Análisis de la satisfacción de pacientes del servicio de urgencias en un hospital público de Jalisco. *HORIZONTE SANITARIO*, 18(1).
<https://doi.org/10.19136/hs.a18n1.2103>

Westreicher G. (01 de agosto de 2020) Tangible. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/tangible.html>

Yoon, Y. y Cheon, K. (2020). A Qualitative Review of Cruise Service Quality: Case Studies from Asia. *Sustainability* 2020, 12(19), 8073; ;
<https://doi.org/10.3390/su12198073>

Zeithaml V, y Bitner M. (2002). *Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. Segunda Edición. Mc Graw Hill. México.

ANEXOS

Anexo 1.

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote,2023

Investigador (a) Pérez Celis, Ruth Elizabeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote,2023”, cuyo objetivo es Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario del programa de atención domiciliaria en un establecimiento de salud en Chimbote, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se brindará información sobre cómo la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente, en un establecimiento de salud en Chimbote,2023.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote,2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 15 minutos y se realizará en “modalidad presencial. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participo no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) [Pérez Celis, Ruth Elizabeth] email pcelisre@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor [Cancharí Preciado Miguel Angel] email mcancharip@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

* Obligatorio a partir de los 18 años

Anexo 2.

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos:	DNI:

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
Nombre del Programa Académico: Administración	
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 y sello: _____

(Titular o Representante legal de la Institución)

() Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal “c” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.*

Anexo 3.



Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

Título del proyecto de Investigación: Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023

Autor(es): Ruth Elizabeth Pérez Celis

Especialidad del autor principal del proyecto: Marketing

Programa: Administración

Otro(s) autor(es) del proyecto:

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Chimbote, Perú

Código de revisión del proyecto: 2023-1_ PREGRADO_PL_CHIM_C1_05

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor: mcanchari@ucv.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.	X		
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.	X		
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.	X		
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.	X		
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.	X		
II. Criterios éticos				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.			X
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.	X		
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.	X		
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.	X		

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	


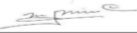



Anexo 4.



Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de [colocar el nombre la facultad o programa de estudio], deja constancia que el proyecto de investigación titulado “Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023”, presentado por los autores Ruth Elizabeth Pérez Celis, ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 09 de julio de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:
(X)favorable () observado () desfavorable.

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Anexo 5.

Tabla 9: Operalización de Variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIO	Las cualidades deseables y aceptables que debe tener el servicio para satisfacer las peticiones y expectativas del usuario y contribuir a cubrir sus necesidades sanitarias se denominan calidad de servicio (Parasuraman, et al., 1988).	Cuestionario de Calidad de Servicio, consta de 21 ítems para responder con cinco opciones de respuesta (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre) y mide las siguientes dimensiones: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía y elementos tangibles).	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Atención oportuna y ordenada • Interés en solucionar los problemas de los usuarios. • Cuidado en el registro de datos personales de los usuarios 	1-4	Ordinal
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Sencillez y rapidez de los trámites para la atención. • Criterio en la asignación de citas. • Capacidad para atender preguntas, quejas y reclamos. • Cooperación entre compañeros de trabajo. 	5-09	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza desplegada por el personal. • Efectividad en las citas pactadas. • Cumplimiento de medidas de seguridad • Recepción de la medicación adecuada. • Competencia del personal médico que realiza las visitas. 	10-14	

			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Cordialidad en el trato por parte del personal. • El personal sabe la necesidad del usuario • El personal da atención personalizada • Claridad en orientaciones sobre la enfermedad, cuidados, tratamiento. • Horario de atención conveniente 	15-19	
			Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos médicos • Infraestructura del hospital 	20-21	
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Según (Kotler & Armstrong, 2003) la variable Satisfacción del usuario es la cantidad de estado de ánimo que los consumidores exhiben en respuesta a la atención que han obtenido y si todas sus expectativas han sido satisfechas	Cuestionario de Satisfacción de usuarios, consta de 10 ítems para responder con cinco opciones de respuesta (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre) y mide las siguientes dimensiones: calidad percibida y Expectativas del servicio)	Calidad percibida	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de percepción de calidad 	1-5	Ordinal
			Expectativas del usuario	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de calidad de servicio 	6-10	

Anexo 6.

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

Estimado participante, a continuación, se presenta este cuestionario que contiene una serie de proposiciones relativas a la percepción de la calidad de servicio del paciente en un establecimiento de Salud de Chimbote; por tanto, se le pide marcar con la mayor sinceridad posible, tu colaboración será confidencial y muy apreciada.

Marque con un aspa (X) en el recuadro que corresponda según la siguiente escala: Nunca (1), Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) y Siempre (5).

Tabla 10: Cuestionario de calidad de servicio

N°	CALIDAD DE SERVICIO	ESCALA				
		1	2	3	4	5
D1	FIABILIDAD					
1	En el establecimiento de salud se ofrece la misma atención a todos los usuarios					
2	En el establecimiento de salud , se atiende a los usuarios respetando el orden de llegada					
3	En el establecimiento de salud se observa el interés del personal para resolver los problemas de salud de los pacientes.					
4	En el establecimiento de salud se mantiene la confidencialidad de la información brindada por los pacientes.					
D2	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
5	Los trámites en el establecimiento de salud son sencillos y facilitan la atención.					
6	En el establecimiento de salud el tiempo de espera para la atención es prudente.					
7	En el establecimiento de salud las citas son otorgadas teniendo en cuenta la condición de cada paciente.					
8	Todo el personal del establecimiento de salud responde a dudas e interrogantes.					
9	En el establecimiento de salud se evidencia que los trabajadores se brindan apoyo mutuo y realizan acciones de cooperación para un mejor servicio.					
D3	SEGURIDAD					
10	Los trabajadores del establecimiento de salud brindan confianza a los usuarios durante la atención					
11	En el establecimiento de salud se cumple la atención, según el día programado					

12	En el establecimiento de salud se cumplen las medidas de seguridad, como lavado de manos, uso de guantes y mascarillas.					
13	Las recetas en el establecimiento de salud son completas y adecuadas según la enfermedad del paciente.					
14	Se considera que el personal de salud del establecimiento de salud cuenta con el conocimiento necesario para brindar una adecuada atención a los pacientes.					
D4	EMPATÍA					
15	El personal de oficina del establecimiento de salud atiende con amabilidad y empatía.					
16	El personal asistencial del establecimiento de salud conoce las necesidades del paciente en el momento de su atención.					
17	El personal de salud del establecimiento de salud brinda una atención personalizada, entendiendo las emociones y preocupaciones de los pacientes.					
18	El personal médico del establecimiento de salud brinda orientaciones claras sobre la situación del paciente.					
19	El horario de atención del establecimiento de salud en domicilio es conveniente para todos los pacientes.					
D5	ELEMENTOS TANGIBLES					
20	El establecimiento de salud tiene equipos en buen estado, para brindar un servicio de calidad					
21	Las instalaciones del establecimiento de salud son de fácil acceso y lucen limpias					

Gracias por participar

Anexo 6a.

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE USUARIO

Este cuestionario contiene una serie de proposiciones relativas a la percepción de la satisfacción que sientes respecto a la atención en un establecimiento de Salud de Chimbote; por tanto, se le pide marcar con la mayor sinceridad posible, tu colaboración será confidencial y muy apreciada.

Marque con un aspa (X) en el recuadro que corresponda según la siguiente escala: Nunca (1), Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) y Siempre (5).

Tabla 11: Cuestionario de satisfacción de usuario

N°	SATISFACCION DEL USUARIO	ESCALA				
		1	2	3	4	5
D1	CALIDAD PERCIBIDA					
1	¿El personal de informes del establecimiento de salud le orientó, explicó y le trató con amabilidad, respeto y paciencia?					
2	¿Encontró citas disponibles y las obtuvo con facilidad, en el establecimiento de salud?					
3	¿El médico del establecimiento de salud que le visitó realizó un examen minucioso sobre su estado de salud?					
4	¿El médico del establecimiento de salud brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas sobre su problema de salud?					
5	¿Comprendió la explicación que realizó el médico del establecimiento de salud sobre el tratamiento a seguir?					
D2	EXPECTATIVAS DEL USUARIO					
6	El personal de informes del establecimiento de salud le oriente, explique y le trate con amabilidad, respeto y paciencia.					
7	Que las citas se encuentren disponibles y se encuentren con facilidad en el establecimiento de salud					
8	Que el médico del establecimiento de salud que visite realice un examen minucioso sobre su estado de salud.					
9	Que el médico del establecimiento de salud brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas sobre su problema de salud.					
10	Que usted comprenda la explicación que realice el médico del establecimiento de salud sobre el tratamiento a seguir.					

Gracias por participar

Anexo 7. Ficha técnica de los instrumentos de recolección de datos

Ficha técnica de la variable Calidad de servicio

Nombre: Cuestionario sobre Calidad de servicio

Autor: Ruth Elizabeth Pérez Celis

Año: 2023

Lugar: Establecimiento de Salud de Ciudad de Chimbote

Objetivo: Recoger datos sobre los niveles de Calidad de servicio

Niveles: Bajo: 0-35; Medio: 36-70; Alto: 71-105

Muestra: 162 trabajadores

Confiabilidad 0,671 de alfa de Cronbach. Escala de medición Likert, ordinal.

Cantidad de ítems: 21 ítems

Tiempo: 15 minutos aproximadamente.

Ficha técnica de la variable Satisfacción del usuario

Nombre: Cuestionario sobre satisfacción del usuario

Autor: Ruth Elizabeth Pérez Celis

Año: 2023

Lugar: Establecimiento de Salud de Ciudad de Chimbote

Objetivo: Recoger datos sobre los niveles de satisfacción del usuario

Niveles: Bajo: 0-17; Medio: 18-33; Alto: 34-50

Muestra: 162 trabajadores

Confiabilidad 0,671 de alfa de Cronbach. Escala de medición Likert, ordinal.

Cantidad de ítems: 10 ítems

Tiempo: 12 minutos aproximadamente.

Anexo 8. Confiabilidad

Estadístico de confiabilidad: variable 1

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.836	21

Estadísticas de confiabilidad: variable 2

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.789	10

Anexo 9. Print turnitin

feedback studio RUTH ELIZABETH PEREZ CELIS TESIS - RUTH PEREZ Turnitin.docx -- /100 ?

 **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023

TESIS PARA OBTENER EL
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:
Pérez Celis, Ruth Elizabeth (orcid.org/0000-0002-4760-5758)

Resumen de coincidencias X

19 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe	6 %	>
	Fuente de Internet		
2	Entregado a Universida...	5 %	>
	Trabajo del estudiante		
3	dspace.unitru.edu.pe	1 %	>
	Fuente de Internet		
4	hdl.handle.net	1 %	>
	Fuente de Internet		
5	Entregado a Universida...	1 %	>
	Trabajo del estudiante		
6	repositorio.upn.edu.pe	<1 %	>
	Fuente de Internet		
7	Entregado a Universida...	<1 %	>
	Trabajo del estudiante		
8	www.researchgate.net	<1 %	>
	Fuente de Internet		
9	Entregado a Universida...	<1 %	>
	Trabajo del estudiante		

Anexo 10: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliaria de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del	CHAUCA QUIÑONES MARIA ELENA		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.


3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Pérez Celis Ruth Elizabeth
Procedencia:	Adaptada
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	A los usuarios de un establecimiento de salud en Chimbote
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 19 indicadores y 21 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.



4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Calidad del servicio
Según (Parasuraman et, al. 1993), es la evaluación global por parte del cliente de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de una comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que creen que deben ofrecer las empresas) y sus percepciones de los resultados del servicio ofrecido.
- **Variable 2:** Satisfacción del cliente
Según (Kotler 2012), la variable Satisfacción del usuario es la cantidad de estado de ánimo que los consumidores exhiben en respuesta a la atención que han obtenido y si todas sus expectativas han sido satisfechas.



Variable	Dimensiones	Definición
Calidad de servicio	Fiabilidad	La capacidad de prestar el servicio propuesto de forma concienzuda y fiable, esto es que el servicio se ofrezca bien desde un inicio y que la empresa acate sus compromisos. (Zeithaml y Bitner, 2002).
	Capacidad de Respuesta	La disposición y deseo del colaborador por brindar ayuda a los clientes y darles un servicio rápido, eficaz y aceptable. (Grande 2005)
	Seguridad	Enfatiza lo necesario que es contar con colaboradores que tenga el conocimiento, habilidades y aptitudes necesarias para prestar servicios, entrar en contacto directo con los clientes, realizar tareas relacionadas con su puesto de trabajo, responder a las consultas de los clientes, atender sus inquietudes y ser atentos, considerados, respetuosos y amables con los clientes (Riveros, 2007).
	Empatía	
	Elementos Tangibles	La forma de prestar los servicios, se debe brindar atención personalizada, dar facilidades para la conexión y llegada a la empresa e informando a los clientes en un lenguaje sencillo, con respecto al servicio prestado y sus costes, cambios realizados y brindar soluciones si surgen problemas

Satisfacción del cliente	Calidad percibida	Esta variable considera las siguientes dimensiones: la calidad percibida, la cual es la valoración que un consumidor realiza de la excelencia o superioridad de un servicio y/o producto. (Recuenco y Reyes , 2020)
	Expectativas del usuario	La expectativa del usuario que conforma la segunda dimensión, se refiere a los "deseos" estos de recibir algo. Las expectativas del cliente surgen más de una de entre las siguientes cuatro situaciones: Promesas por parte de la misma entidad, experiencias de compra anteriores, opinión de los amigos, familia, y conocidos y promesas hechas por los usuarios. (Gonzales, 2023)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “**Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023**”, elaborado por Pérez Celis Ruth Elizabeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde

sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Calidad del Servicio

- Primera dimensión: Fiabilidad

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Atención oportuna y ordenada	1	4	4	3	
	2	4	4	3	
Interés en solucionar los problemas de los usuarios.	3	4	4	3	
Cuidado en el registro de datos personales de los usuarios	4	4	4	3	

- Segunda dimensión: Capacidad de respuesta

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Sencillez y rapidez de los trámites para la atención.	5	4	4	3	
	6	4	4	3	
Criterio en la asignación de citas	7	4	4	3	
Capacidad para atender preguntas, quejas y reclamos.	8	4	4	3	
Cooperación entre compañeros de trabajo.	9	4	4	3	

- Tercera dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Confianza desplegada por el personal.	10	4	4	3	
Efectividad en las citas programadas	11	4	4	3	
Cumplimiento de medidas de seguridad	12	4	4	3	
Recepción de la medicación adecuada.	13	4	4	3	
Competencia del personal médico que realiza las visitas.	14	4	4	3	

- Cuarta dimensión: Empatía

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Cordialidad en el trato por parte del personal.	15	4	4	3	
El personal sabe la necesidad del usuario	16	4	4	3	
El personal da atención personalizada	17	4	4	3	
Claridad en orientaciones sobre la enfermedad, cuidados, tratamiento.	18	4	4	3	
Horario de atención conveniente	19	4	4	3	

- Quinta dimensión: Elementos Tangibles

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
• Equipos médicos	20	4	4	3	
• Infraestructura del hospital	21	4	4	3	

Variable del instrumento: Satisfacción del usuario

- Primera dimensión: Calidad percibida

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Nivel de percepción de calidad	1	4	4	3	
	2	4	4	3	
	3	4	4	3	
	4	4	4	3	
	5	4	4	3	

- Segunda dimensión: Expectativas del usuario

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Nivel de calidad de servicio	6	4	4	3	
	7	4	4	3	
	8	4	4	3	
	9	4	4	3	
	10	4	4	3	



.....
(Dra. Chauca Quiñones Maria Elena)

DNI N° 32967420

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 10: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del	CARRION ADAN WILLIAN ARNOLD	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa)	Organizacion X)
Áreas de experiencia profesional:	Logística, Planeamiento, Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Pérez Celis Ruth Elizabeth
Procedencia:	Adaptada
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	A los usuarios de un establecimiento de salud en Chimbote
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 19 indicadores y 21 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1: Calidad del servicio**
Según (Parasuraman et, al. 1993), es la evaluación global por parte del cliente de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de una comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que creen que deben ofrecer las empresas) y sus percepciones de los resultados del servicio ofrecido.
- **Variable 2: Satisfacción del cliente**
Según (Kotler 2012), la variable Satisfacción del usuario es la cantidad de estado de ánimo que los consumidores exhiben en respuesta a la atención que han obtenido y si todas sus expectativas han sido satisfechas.



Variable	Dimensiones	Definición
calidad de servicio	Fiabilidad Capacidad de Respuesta Seguridad Empatía Elementos Tangibles	<p>La capacidad de prestar el servicio propuesto de forma concienzuda y fiable, esto es que el servicio se ofrezca bien desde un inicio y que la empresa acate sus compromisos. (Zeithaml y Bitner, 2002).</p> <p>La disposición y deseo del colaborador por brindar ayuda a los clientes y darles un servicio rápido, eficaz y aceptable. (Grande 2005)</p> <p>Enfatiza lo necesario que es contar con colaboradores que tenga el conocimiento, habilidades y aptitudes necesarias para prestar servicios, entrar en contacto directo con los clientes, realizar tareas relacionadas con su puesto de trabajo, responder a las consultas de los clientes, atender sus inquietudes y ser atentos, considerados, respetuosos y amables con los clientes (Riveros, 2007).</p> <p>La forma de prestar los servicios, se debe brindar atención personalizada, dar facilidades para la conexión y llegada a la empresa e informando a los clientes en un lenguaje sencillo, con respecto al servicio prestado y sus costes, cambios realizados y brindar soluciones si surgen problemas (Grande, 2005)</p> <p>Tangible es un adjetivo utilizado para hacer referencia a todo lo que puede sentir con el tacto (u otro sentido), o que puede ser percibido con claridad (Westreicher, 2020).</p>

Satisfacción del cliente	Calidad percibida	Esta variable considera las siguientes dimensiones: la calidad percibida, la cual es la valoración que un consumidor realiza de la excelencia o superioridad de un servicio y/o producto. (Recuenco y Reyes , 2020)
	Expectativas del usuario	La expectativa del usuario que conforma la segunda dimensión, se refiere a los "deseos" estos de recibir algo. Las expectativas del cliente surgen más de una de entre las siguientes cuatro situaciones: Promesas por parte de la misma entidad, experiencias de compra anteriores, opinión de los amigos, familia, y conocidos y promesas hechas por los usuarios. (Gonzales, 2023)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “**Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023**”, elaborado por Pérez Celis Ruth Elizabeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde

sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel



Variable del instrumento: Calidad del Servicio

- Primera dimensión: Fiabilidad

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Atención oportuna y ordenada	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
Interés en solucionar los problemas de los usuarios.	3	4	4	4	
Cuidado en el registro de datos personales de los usuarios	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: Capacidad de respuesta

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Sencillez y rapidez de los trámites para la atención.	5	4	4	4	
	6	4	4	4	
Criterio en la asignación de citas	7	4	4	4	
Capacidad para atender preguntas, quejas y reclamos.	8	4	4	4	
Cooperación entre compañeros de trabajo.	9	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Confianza desplegada por el personal.	10	4	4	3	
Efectividad en las citas programadas	11	4	4	3	
Cumplimiento de medidas de seguridad.	12	4	4	3	
Recepción de la medicación adecuada.	13	4	4	3	
Competencia del personal médico que realiza las visitas.	14	4	4	3	



- Cuarta dimensión: Empatía

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Cordialidad en el trato por parte del personal.	15	4	4	4	
El personal sabe la necesidad del usuario	16	4	4	4	
El personal da atención personalizada	17	4	4	4	
Claridad en orientaciones sobre la enfermedad, cuidados,	18	4	4	4	
Horario de atención conveniente	19	4	4	4	

- Quinta dimensión: Elementos Tangibles

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
• Equipos médicos	20	4	4	3	
• Infraestructura del hospital	21	4	4	3	

Variable del instrumento: Satisfacción del usuario

- Primera dimensión: Calidad percibida

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Nivel de percepción de calidad	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	
	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Expectativas del usuario



Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Nivel de calidad de servicio	6	4	4	4	
	7	4	4	4	
	8	4	4	4	
	9	4	4	4	
	10	4	4	4	

Mba. Carrión Adán William Arnold

DNI: 70918504

CLAD: 19624

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 10: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	ADRIANZEN CENTENO XANDDER LUIS
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Pérez Celis Ruth Elizabeth
Procedencia:	Adaptada
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	A los usuarios de un establecimiento de salud en Chimbote



Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 19 indicadores y 21 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 2 dimensiones, de 2 indicadores y 10 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Calidad del servicio
Según (Parasuraman et, al. 1993), es la evaluación global por parte del cliente de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de una comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que creen que deben ofrecer las empresas) y sus percepciones de los resultados del servicio ofrecido.
- **Variable 2:** Satisfacción del cliente
Según (Kotler 2012), la variable Satisfacción del usuario es la cantidad de estado de ánimo que los consumidores exhiben en respuesta a la atención que han obtenido y si todas sus expectativas han sido satisfechas.



Variable	Dimensiones	Definición
Calidad de servicio	Fiabilidad	La capacidad de prestar el servicio propuesto de forma concienzuda y fiable, esto es que el servicio se ofrezca bien desde un inicio y que la empresa acate sus compromisos. (Zeithaml y Bitner, 2002).
	Capacidad de Respuesta	La disposición y deseo del colaborador por brindar ayuda a los clientes y darles un servicio rápido, eficaz y aceptable. (Grande 2005)
	Seguridad	Enfatiza lo necesario que es contar con colaboradores que tenga el conocimiento, habilidades y aptitudes necesarias para prestar servicios, entrar en contacto directo con los clientes, realizar tareas relacionadas con su puesto de trabajo, responder a las consultas de los clientes, atender sus inquietudes y ser atentos, considerados, respetuosos y amables con los clientes (Riveros, 2007).
	Empatía	La forma de prestar los servicios, se debe brindar atención personalizada, dar facilidades para la conexión y llegada a la empresa e informando a los clientes en un lenguaje sencillo, con respecto al servicio prestado y sus costes, cambios realizados y brindar soluciones si surgen problemas (Grande, 2005)
	Elementos Tangibles	Tangible es un adjetivo utilizado para hacer referencia a todo lo que puede sentir con el tacto (u otro sentido), o que puede ser percibido con claridad (Westreicher, 2020).



Satisfacción del cliente	Calidad percibida	Se entiende como un servicio hecho a la medida del usuario, que es un factor subjetivo a juicio del usuario. El valor percibido es lo mejor para el usuario, pues califican la calidad de los productos que reciben (Morales, Hernández 2004)
	Expectativas del usuario	Se refiere a lo que siente el usuario sobre las tareas realizadas por el personal y si la atención prestada satisfizo todas sus expectativas previas (Millonez 2012).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “**Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la atención domiciliar de un establecimiento de salud en Chimbote, 2023**”, elaborado por Pérez Celis Ruth Elizabeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.



	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde

sus observaciones que considere pertinente

9. No cumple con el criterio
10. Bajo Nivel
11. Moderado nivel
12. Alto nivel

Variable del instrumento: Calidad del Servicio

- Primera dimensión: Fiabilidad

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Atención oportuna y ordenada	1	4	4	3	
	2	4	4	3	
Interés en solucionar los problemas de los usuarios.	3	4	4	3	
Cuidado en el registro de datos personales de los usuarios	4	4	4	3	

- Segunda dimensión: Capacidad de respuesta

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Sencillez y rapidez de los trámites para la atención.	5	4	4	4	
	6	4	4	4	
Criterio en la asignación de citas	7	4	4	4	
Capacidad para atender preguntas, quejas y reclamos.	8	4	4	4	
Cooperación entre compañeros de trabajo.	9	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Confianza desplegada por el personal.	10	4	4	3	
Efectividad en las citas programadas	11	4	4	3	



Cumplimiento de medidas de seguridad	12	4	4	3	
Recepción de la medicación adecuada.	13	4	4	3	
Competencia del personal médico que realiza las visitas.	14	4	4	3	

- Cuarta dimensión: Empatía

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Cordialidad en el trato por parte del personal.	15	4	4	4	
El personal sabe la necesidad del usuario	16	4	4	4	
El personal da atención personalizada	17	4	4	4	
Claridad en orientaciones sobre la enfermedad, cuidados, tratamiento.	18	4	4	4	
Horario de atención conveniente	19	4	4	4	

- Quinta dimensión: Elementos Tangibles

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
• Equipos médicos	20	4	4	3	
• Infraestructura del hospital	21	4	4	3	

Variable del instrumento: Satisfacción del usuario

- Primera dimensión: Calidad percibida

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Nivel de percepción de calidad	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	
	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Expectativas del usuario

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren cia	Rele van cia	Observaciones
Nivel de calidad de servicio	6	4	4	4	
	7	4	4	4	
	8	4	4	4	
	9	4	4	4	
	10	4	4	4	



.....
Mgtr. Xandder Luis Adrianzen Centeno

DNI N° 40166110

Anexo 11. Cálculo y tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5)(0,5) \cdot (280)}{(280-1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 162$$

Donde:

n = Muestra

N = Población

p = Eventos favorables (0,5)

q = Eventos desfavorables (0,5)

Z = Nivel de significación (1,96)

E = margen de error (0.05)

Anexo 12. Base de datos

N°	CALIDAD DE SERVICIO																				SATISFACCIÓN DEL USUARIO											
	Fiabilidad				Capacidad de respuesta					Seguridad					Empatía				Elem.tang	Calidad percibida			Expectativa del usuario									
	Ite 1	Ite 2	Ite 3	Ite 4	Ite 5	Ite 6	Ite 7	Ite 8	Ite 9	Ite 10	Ite 11	Ite 12	Ite 13	Ite 14	Ite 15	Ite 16	Ite 17	Ite 18	Ite 19	Ite 20	Ite 21	Ite 22	Ite 23	Ite 24	Ite 25	Ite 26	Ite 27	Ite 28	Ite 29	Ite 30	Ite 31	
1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4	4		
2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	4	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	5	4	4	4	4	
3	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4		
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
5	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4		
6	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	3	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
7	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4		
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4		
10	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4		
11	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3		
12	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
13	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4		
14	3	4	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	3	4	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4		
15	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
16	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	3	4	4		
17	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	1	3	3	2	4	2	2	2	4	4	3	3	4		
18	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4		
19	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		
20	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4		
21	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	4	4	4		
22	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4		
23	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
24	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
25	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4		
26	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	4	3	2	2	4	4	4	4	3		
27	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4		
28	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	4	4	3	4	3	
29	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	
30	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	
31	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3		
32	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
33	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	2	2	3	2	2	3	4	3	2	2	3	5	4	4	4	4	
34	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	
35	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
36	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4	3	4	
37	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	
38	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	
39	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
40	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	4	3	2	2	2	4	4	4	3	4	
41	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	
42	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
44	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
45	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	3	4	4	
46	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	
47	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	2	4	2	3	3	5	4	4	4	4	5	
48	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	
49	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
50	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	
51	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	5	4	
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
53	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	3	2	2	4	3	2	2	2	5	4	4	3	4	4	
54	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
55	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
56	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
57	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	4	5	4	4	4	4

58	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4				
59	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	3			
60	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	4	4	3	3	5	4	4	4	4			
61	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
62	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
63	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4			
64	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4		
65	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4
66	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	
67	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	1	3	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
68	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		
69	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	3	2	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4		
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4		
71	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	
72	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3		
73	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		
74	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		
75	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		
76	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		
77	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	3	4	4		
78	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	1	3	3	2	4	2	2	2	4	4	3	3	4	4		
79	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4		
80	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	2	1	1	2	2	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4		
81	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4		
82	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4		
83	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4		
84	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4		
85	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4		
86	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4		
87	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	4	4	4	4	3		

88	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4
89	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	4	4	3	4	3
90	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4
91	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4
92	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3
93	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
95	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
97	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
99	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4
100	2	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4
101	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4
102	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4
103	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
104	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4
105	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	3	4	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4
106	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
107	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
108	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4
109	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4
110	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	2	1	1	2	2	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4
111	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
112	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4
113	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
114	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4
115	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4
116	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
117	2	4	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3

118	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	
119	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	4	4	3	4	3	
120	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	
121	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	
122	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	3	
123	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	
124	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	2	2	3	2	2	3	4	3	2	2	3	5	4	4	4	4	
125	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
126	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
127	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
128	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
129	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4
130	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	
131	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	4	3	2	2	2	4	4	4	4	3	
132	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	
133	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	4	4	3	4	3		
134	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	
135	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	
136	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	3	
137	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4		
138	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	
139	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	
140	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	
141	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
142	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
143	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	
144	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	
145	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	4	3	2	2	2	4	4	4	3	4	
146	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	
147	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	

148	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	
149	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
150	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	3	4	4	
151	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3
152	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	4	4	3	4
153	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4
154	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
155	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
156	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4
157	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4
158	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
159	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4
160	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
161	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	2	5	4	4	4	4
162	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4

Anexo 13. Fotos

