



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

Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio Centro  
de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús  
María, 2023.

**TESIS PARA OBTENER TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciado en Administración**

**AUTORA:**

Linares Cruz, Yeny (orcid.org/0000-0002-4777-9037)

**ASESOR:**

Mg. Trujillo Hinojosa, Cesar (orcid.org/0000-0002-6684-5749)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CALLAO–PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi hijo por ser el pilar fundamental de todo lo que soy, y por su apoyo y comprensión durante mi etapa universitaria y a mi hermano que siempre me motiva a seguir.

## AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fortaleza y sabiduría para poder lograr mis sueños y también por haber puesto a personas que han sido mi soporte y compañía durante este proceso.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, TRUJILLO HINOJOSA CESAR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.", cuyo autor es LINARES CRUZ YENY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, 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.

LIMA, 11 de Enero del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
TRUJILLO HINOJOSA CESAR <b>DNI:</b> 10336856 <b>ORCID:</b> 0000 -0002-6684-5749	Firmado electrónicamente por: CTRUJILLOH el 11- 01-2024 14:12:46

Código documento Trilce: TRI - 0730480



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, LINARES CRUZ YENY estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 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.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
LINARES CRUZ YENY <b>DNI:</b> 47679766 <b>ORCID:</b> 0000-0002-4777-9037	Firmado electrónicamente por: LLINARESCR1 el 11- 01-2024 13:08:18

Código documento Trilce: INV - 1620584

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CARÁTULA</b> .....	<i>i</i>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<i>ii</i>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<i>iii</i>
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR</b> .....	<i>iv</i>
<b>DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR</b> .....	<i>v</i>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<i>vi</i>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<i>viii</i>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURA</b> .....	<i>ix</i>
<b>RESUMEN</b> .....	<i>x</i>
<b>ABSTRACT</b> .....	<i>xi</i>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<i>1</i>
<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	<i>5</i>
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	<i>13</i>
<b>3.1. Tipo y diseño de investigación:</b> .....	<i>13</i>
3.1.1 Tipo de investigación .....	<i>13</i>
3.1.2 Diseño de investigación .....	<i>13</i>
<b>3.2. Variables y operacionalización</b> .....	<i>14</i>
3.2.1 Variable 1: Calidad de servicio.....	<i>15</i>
3.2.2 Variable 2: Satisfacción del usuario.....	<i>16</i>
<b>3.3. Población, muestra y muestreo</b> .....	<i>16</i>
3.3.1 Población.....	<i>16</i>
3.3.2 Muestra .....	<i>17</i>
3.3.3 Muestreo .....	<i>18</i>
3.3.4 Unidad de análisis:.....	<i>19</i>
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	<i>19</i>
<b>3.5. Procedimientos</b> .....	<i>20</i>

3.6. Método de análisis de datos .....	20
3.7. Aspectos éticos.....	22
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>23</b>
4.1. Estadísticos Descriptivos por variable y dimensión. ....	23
4.2. Contrastación de Hipótesis (Inferencial).....	32
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>38</b>
<b>VI. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>42</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>44</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>45</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>51</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Estadística del Servicio Centro de Imágenes.</i> .....	17
<b>Tabla 2</b> <i>Evaluación de Juicio de expertos.</i> .....	20
<b>Tabla 3</b> <i>Resultados de casos - SPSS 26.</i> .....	21
<b>Tabla 4</b> <i>Resultados de la confiabilidad de la V1 - SPSS 26.</i> .....	21
<b>Tabla 5</b> <i>Resultados de la confiabilidad de la V2 - SPSS 26.</i> .....	22
<b>Tabla 6</b> <i>Prueba de normalidad (K.S).</i> .....	32
<b>Tabla 7</b> <i>Correlación de las Variables.</i> .....	33
<b>Tabla 8</b> <i>Correlación de la D1 y V2.</i> .....	34
<b>Tabla 9</b> <i>Correlación de la D2 y V2.</i> .....	34
<b>Tabla 10</b> <i>Correlación de la D3 y V2.</i> .....	35
<b>Tabla 11</b> <i>Correlación de la D4 y V2.</i> .....	36
<b>Tabla 12</b> <i>Correlación de la D5 y V2.</i> .....	37



## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURA

<b>Figura 1</b> <i>Las 5 dimensiones del modelo de medición SERVQUAL</i> .....	11
<b>Figura 2</b> <i>Diagrama diseño correlacional</i> .....	14
<b>Figura 3</b> <i>Variable 1: Detalle de C.S.</i> .....	23
<b>Figura 4</b> <i>Detalle de los niveles de la D1 (Elementos tangibles)</i> .....	24
<b>Figura 5</b> <i>Detalle de los niveles de la D2 (Confiabilidad)</i> .....	25
<b>Figura 6</b> <i>Detalle de los Niveles de la D3 (Capacidad de respuesta)</i> .....	26
<b>Figura 7</b> <i>Detalle de los niveles de la D4 (Seguridad)</i> .....	27
<b>Figura 8</b> <i>Detalle de los valores de la D5 (Empatía)</i> .....	28
<b>Figura 9</b> <i>Variable 2: Detalle de Satisfacción del Usuario</i> .....	29
<b>Figura 10</b> <i>Descripción de los valores de Percepción del producto</i> .....	30
<b>Figura 11</b> <i>Descripción de los valores de Expectativas del usuario</i> .....	31

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María 2023. El enfoque de investigación fue cuantitativo, nivel correlacional, de diseño no experimental y de corte transversal. Se utilizó como instrumento el modelo SERVQUAL, el mismo que cuantificó la calidad del servicio; mediante sus 5 dimensiones (elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía y seguridad). La población de estudio estuvo conformada por los usuarios atendidos en el Servicio Centro de Imágenes. La muestra fue de 107 usuarios, para la recolección de datos se utilizó la técnica encuesta, para el instrumento se consideró el cuestionario, los resultados fueron procesados por el Programa SPSS 26, obteniendo una confiabilidad muy alta a través del Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos mediante el Rho de Spearman es de 0,955 lo que indico que existe correlacion positiva perfecta entre la calidad de servicio y la satisfaccion del usuario, tambien se hallo una Sig. (bilateral) de 0,000 siendo este menor a ( $p \leq 0.05$ ), por lo que se acepto la H1 y se rechazo la H0. Finalmente se pudo determinar que existe relación positiva perfecta entre la variables Calidad de servicio y satisfacción de usuario.

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

## **ABSTRACT**

The main objective of this research was to determine the relationship between service quality and user satisfaction at the Imaging Center of the Central Military Hospital of the district of Jesús María 2023. The research approach was quantitative, correlational, non-experimental and cross-sectional. The SERVQUAL model was used as an instrument, which quantified the quality of service through its 5 dimensions (tangible elements, responsiveness, empathy and safety). The study population consisted of the users attended at the Imaging Center Service. The sample consisted of 107 users, the survey technique was used for data collection, the questionnaire was used for the instrument, the results were processed by the SPSS 26 program, obtaining a very high reliability through Cronbach's Alpha. The results obtained through Spearman's Rho is 0.955 which indicates that there is a perfect positive correlation between the quality of service and user satisfaction, also found a Sig. (bilateral) of 0.000 being less than ( $p \leq 0.05$ ), so H1 was accepted and H0 was rejected. Finally, it was determined that there is a perfect positive relationship between the variables Quality of service and user satisfaction.

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

## I. INTRODUCCIÓN

En las diferentes instituciones del entorno internacional, bien sea en el ámbito privado o público, uno de los sus compromisos primordiales es preservar principalmente la facultad que tienen todos los habitantes de acceder a un servicio con alta calidad para los cuidados de su salud, Dado que se trata de un derecho universal, debemos darle prioridad independientemente de la clase social, la posición económica o la raza. Esto incluye proporcionar información adecuada y pertinente, al igual que un trato gentil y cortés. Por ello, estas organizaciones que ofrecen diversos servicios sanitarios buscan cada vez más profesionales formados para prestar servicios de alta calidad, Cobo et al., (2018) Colombia es un ejemplo notable de una región en la que el calibre de la atención prestada por las organizaciones del sector de la salud, tanto públicas como privadas, es una preocupación crucial. El paciente ocupa un lugar prioritario en el procedimiento de los diferentes servicios, y es necesario atenderlo de manera oportuna y eficiente, manteniendo el nivel de calidad que el usuario requiere.

No obstante, la O.M.S (2020) calculo que el gasto sanitario afecta directamente a la economía familiar, ya que las personas destinan entre el 10% y el 20% de sus ingresos mensuales a sufragar diversos gastos médicos que el gobierno no puede pagar. La OMS también señala que, para garantizar un acceso equitativo a estas necesidades, las naciones, especialmente las naciones en desarrollo, deben fortalecer sus equipos de trabajo, su infraestructura sanitaria y sus suministros.

Una apropiada referencia internacional es Irán, país en el que las valoraciones en lo concerniente a la C.S, la gestión de la C.S en los hospitales y el nivel de satisfacción de los pacientes dentro de las unidades de gestión pública, evidencian un enfoque primordial hacia la atención. (Abbasi-Moghaddam, et al., 2019).

En el sistema nacional de salud de Perú, los programas gubernamentales financian el sistema público, ofreciendo a los residentes acceso gratuito a la atención sanitaria. Datos del MINSA muestran que a inicios del 2021 (ocho mil 531 de ocho mil 783 centros), es decir que 97.1% del total de las instalaciones sanitarias catalogados en el primer nivel de atención, tenían una capacidad instalada inadecuada. evidenciado especialmente en una infraestructura carente y limitada,

insuficiente equipamiento, con escasa operatividad y alto nivel de obsolescencia. Según ComexPerú, estos datos ponen a descubierto la urgente necesidad de una intervención integral de la infraestructura, habitabilidad y equipamiento de la mayor parte de los establecimientos de salud de nivel primario de atención, A ello se suma la coexistencia de servicios médicos de tres sistemas de salud distintos: MINSA, ESSALUD y salud privada, así también los servicios que ofrecen las Fuerzas Armadas.

MINSA (2014), menciona que la prestación de servicios se ha vuelto un elemento primordial de la administración y la expansión empresarial, que abarca a entidades públicas y también privadas. En la actualidad, estas empresas se enfrentan a una supervisión administrativa inadecuada. Asimismo, la condición actual de los nosocomios del Ministerio de Salud está muy alejado de los parámetros de calidad apropiada, presentando deficiencias graves a causa de la insuficiente implementación a los centros de diagnósticos por imágenes, siendo este una pieza fundamental en el apoyo al diagnóstico en las diferentes especialidades médicas, principalmente porque permite iniciar cualquier diagnóstico, procesamiento e interpretación de una enfermedad, equipos de protección personal de limitada calidad y deficiencias en las adquisiciones de insumos y medicamentos o de tecnología ya desfasada.

En nuestro país, una de las diferentes unidades ejecutoras con las que cuenta el Ministerio de Defensa, es el Ejército del Perú. Esta institución tiene una diversidad de unidades operativas, siendo una de ellas el Hospital Militar Central, Lima; este tiene como una de sus finalidades el alcanzar una óptima ejecución presupuestal y prestación del servicio de salud a la familia militar y los derechohabientes; sin embargo, pese a tener una satisfactoria ejecución de su presupuesto anual, no viene ofreciendo una adecuada calidad de los servicios de salud.

Tomando de muestra el H.M.C, se ha podido determinar que el Servicio de Imágenes (tomografía y resonancia magnética) presenta serios problemas como continuos desperfectos en los equipos médicos, carencia de insumos, limitado cantidad de personal técnico y médico, mala atención del personal, elevados costos de atención, lo que deriva a su vez en demora en las atenciones, citas largas, retraso en la entrega de resultados de los exámenes y por consiguiente en la escasa satisfacción de los pacientes. Aparte de ello, se ha evidenciado también

falta y limitaciones en el proceso de mantenimiento de la infraestructura y equipos, factor que acelera su deterioro. Ante este grave problema, este estudio es especialmente significativo, ya que pretende determinar si el nivel de calidad del servicio y la satisfacción del usuario están relacionados. Por consiguiente se formuló el P. G: ¿Cuál es la relación entre Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023?. También se planteó los P. específicos; a)¿Qué relación existe entre elementos tangibles y la satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; b)¿Qué relación existe entre confiabilidad y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; c)¿Qué relación existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023?; d)¿Qué relación existe entre seguridad y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023?; e)¿Qué relación existe entre empatía y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023?.

Citaremos a Fernández (2020) para la justificación teórica quien hace mención que hay necesidad de investigación teórica cuando se identifica un vacío en la comunidad científica y la metodología del estudio permite llenarlo total o parcialmente. Para el estudio se está investigando de forma específica en relación entre las variables, igualmente se hicieron las indagaciones sobre la relación de las dimensiones. Y como justificación desde la vista metodológica citaremos a Fernández (2020) este considera que un estudio está metodológicamente justificado cuando se plantea o crea un enfoque o plan novedoso para producir información precisa o fidedigna. Por lo que la presente investigación se orienta y permite identificar conceptos y definiciones de distintos autores y contextos de las variables en estudio. Y para la justificación práctica según Baena (2017) afirmo que tiene justificación práctica cuando su creación ayuda a solucionar problemas o como mínimo, sugiere tácticas que, si se ponen en práctica, ayudarán a resolverlos; Por esta razón, se hacen sugerencias para solucionar problemas reales y viables en el entorno del estudio.

Planteamos el O.G: Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central

del distrito de Jesús María, 2023; de igual manera los O.E: a)Identificar la relación que existe entre elementos tangibles y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; b)Identificar la relación que existe entre confiabilidad y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; c)Identificar la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; d)Identificar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; e) Identificar la relación que existe entre empatía y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

Para concluir la hipótesis general: H1=Existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; H0= No existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023. Por consiguiente también las hipótesis específicas, a)Existe relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; b)Existe relación entre confiabilidad y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; c)Existe relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; d)Existe relación entre seguridad y satisfacción de los usuarios del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023; e)Existe relación entre empatía y satisfacción de los usuarios del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

Para lograr fortalecer las diferentes variables de la presente tesis en curso se tomó a bien considerar determinados antecedentes internacionales y nacionales.

A nivel internacional se tomó en cuenta el siguiente artículo Según Rillera R. et al. (2021) El principal objetivo del artículo era analizar el impacto de la C.S que recibían los pacientes de parte los médicos y como repercutía en su satisfacción, en la Klinik Kesehatan Maharani Maharani Muar Healthcare Facility (KMMHF), tanto dentro como fuera de sus consultas. La metodología del estudio fue transversal y se ejecutó de agosto a diciembre de 2019. Se utilizó un cuestionario de entrevista de satisfacción médica, y dieron su consentimiento un total de 407 pacientes a través de una encuesta de muestreo aleatorio directo. Usaron el programa SPSS 23, y emplearon estadísticas correlacionales, de comparación de grupos y descriptivas. La media general de todos los encuestados que respondieron al estudio fue de 407 pacientes en relación con la satisfacción médico-paciente obtuvo  $4,089 \pm 0,5$ , la más alta entre los tres objetivos. Por último, con una puntuación media global de  $4,077 \pm 0,5$ , las instalaciones sanitarias recibieron la puntuación más baja de los tres. concluyeron que gran parte de pacientes que concurrieron al KMMHF para recibir atención estaban en general satisfechos con los resultados de sus interacciones con los médicos, pero hubo insatisfacción con las instalaciones sanitarias. las clínicas deberían estar siempre bien equipadas con material de última generación.

Continuando con el nivel internacional tenemos el estudio de Abbasi-Moghaddam, et al., (2019). Menciona que el objeto de estudio era determinar cómo en los hospitales iraníes los pacientes asociados a la Universidad de Teherán - Ciencias Médicas calificaron el nivel del servicio al cliente brindado por varias clínicas. Cuatrocientos (400) pacientes fueron elegidos al azar de cada uno de los cuatro hospitales del estudio. se utilizó el cuestionario para recoger diversos datos. Los hallazgos mostraron que los pacientes expresaron una mayor satisfacción en la consulta médica evaluándolo con (media: 4,17), también los procedimientos de admisión (media: 2,64) y el procedimiento cargos por servicio entre los ocho (08) componentes de la C.S de salud que se evaluaron. sus resultados demostraron que 2,5% de los pacientes evaluó como mala los servicios ambulatorios, el 40% una opinión moderada y el 57,5% una buena opinión. En general, los pacientes se



mostraron satisfechos con la consulta médica (78,3%), el coste de los servicios (76,5%) y el proceso de admisión (62,5%) respecto a las dimensiones de C.S, el tiempo de espera fue el aspecto con el que los pacientes se mostraron menos satisfechos, con un 58% de pacientes que lo calificaron de malo. Finalmente, llegaron a la conclusión de que gran parte de los pacientes mantuvieron experiencias agradables al visitar las clínicas y consideraron que los servicios se brindaron de manera decente, especialmente a la hora de darles información a los pacientes, teniendo una alta correlación con la calidad del servicio.

Ademas, Manzoor et al., (2019). El proposito de su estudio era determinar la satisfacción del paciente con los servicios sanitarios públicos de Pakistán con respecto a diversos servicios sanitarios, como la atención de laboratorio y de diagnóstico, la atención preventiva y la atención prenatal. se adoptó un diseño de investigación por encuesta descriptiva. Su población objetivo fueron pacientes que recibían atención ambulatoria en los tres hospitales públicos de Pakistán y seleccionaron 290 participantes mediante una técnica de muestreo conveniente. Para calcular las escalas de fiabilidad Se utilizaron el alfa de Cronbach. Tambien examinaron el comportamiento de los médicos para determinar su efecto moderador mediante el programa SPSS Hayes. Y obtuvieron como resultado que existe correlación positiva entre los servicios de atención sanitaria y las prestaciones. La satisfacción del paciente está positivamente correlacionada con la atención de laboratorio y diagnóstica ( $r = 0,260$ ), la atención sanitaria preventiva ( $r = 0,347$ ), la atención prenatal ( $r = 0,438$ ) y el comportamiento del médico ( $r = 0,251$ ) con respecto a la satisfacción del paciente. La conclusión del análisis de regresión confirma que la satisfacción de los pacientes se ve influida de forma significativa y favorable por los servicios de atención sanitaria, incluida la atención prenatal, la atención de laboratorio y de diagnóstico, y la atención sanitaria preventiva.

Asimismo, en el artículo de Vrtođušić & Škarica (2017). Tuvo como objetivo en su articulo, determinar el nivel de satisfaccion del usuario si se establece a los servicios de salud un sistema de gestión de la calidad o, averiguar qué opina la población de los servicios de salud pública tras su acreditación y certificación conforme a las normas especificadas. El Instituto de Educación en Salud Pública del condado de Primorje-Gorski Kotar – Croata acreditó por primera vez sus laboratorios en 2007. Y también unos años más tarde, todas las unidades

organizativas del Instituto obtuvieron la certificación ISO 9001. Como base de la investigación se utilizó una encuesta anual compuesta por una escala Likert de 5. Los encuestados evaluaron su grado de satisfacción con cada uno de los enunciados recogidos en un cuestionario, en total unos 450 cuestionarios. realizaron un resumen y una presentación de los datos de los últimos nueve años. y concluyeron que los resultados demuestran cómo la aplicación de la norma de acreditación (ISO/IEC 17025) y de la norma de certificación (ISO 9001) aumenta la satisfacción general de los pacientes.

Por otra parte, tenemos a Paredes y Santos (2022) El objetivo de su estudio era determinar cómo afectaba a la satisfacción la calidad de la atención prestada en los hospitales de la Seguridad Social, utilizaron como instrumento el modelo SERVPERF, su muestra fue de 384 asegurados, considerando un 5% de valor de significancia y error, utilizaron el software SPSS, los resultados entre la D3 Y V2 (capacidad de respuesta y satisfacción de los asegurados) muestran un Rho. S de 0,789, y de sig. de 0,000 siendo inferior a 0.05. definiendo que existe una buena correlación entre D3 y V1 del usuario asegurado del IESS en la ciudad de Guayaquil; es decir, se acepta la hipótesis H3, indicando que hay influencia entre la D3 en la V2. Llegaron a concluir que el 34% de los asegurados tenían una opinión desfavorable sobre la asistencia recibida en los hospitales de la Seguridad Social calificándolo con un en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, mientras que el 31% se mostraba indeciso sobre el nivel de atención recibido. Esta constatación confirma que si existe una fuerte correlación entre la asistencia recibida y la satisfacción del asegurado con la atención médica recibida.

En el nivel nacional tenemos a Morocho y Santos (2018) el objetivo de su investigación C.S y satisfacción del cliente fue determinar la relación entre las dos variables de la empresa Alpecorp S.A, fue una investigación de diseño no experimental, correlacional y de corte transversal y, y utilizaron dos cuestionarios como herramienta de medición utilizando el modelo SERVQUAL y una escala de Likert, para una muestra de 69 clientes. Los resultados que obtuvieron para las variables C. S y satisfacción fue un Rho. S. = 0,821 lo que indico que existe si una relación directa y positiva, y una Sig. (0,000  $\geq$  0,05) probando que la relación es altamente significativa. Por lo que ambas variables están significativamente relacionados, a mayor nivel en la C.S, mayor será la satisfacción, así mismo presentaron la relación entre la D4 y V2 (seguridad y la satisfacción del cliente),

con un  $Rho\ S.=0.749$ , indicando que hay una relación directa y positiva, y una  $sig.=0.000$  siendo este menor a  $0,05$ , indicando que la relación es altamente significativa y llegaron a la conclusión de que la satisfacción de los clientes de Alpecorp SA y la C.S están muy correlacionadas; es decir, cuanto mayor es el grado de C.S, mayor es la satisfacción, o viceversa

También tenemos a Paredes (2020) El objetivo era determinar la relación entre las variables (Calidad de atención y satisfacción del usuario externo) y sus respectivas dimensiones de la zona rural, Se trató de una investigación no experimental, descriptivo correlacional y corte transversal. Su población fue compuesta por pacientes atendidos entre mayo y junio de 2019 en consulta externa, eran pacientes de ambos géneros y con mayor de 18 años, tuvieron como muestra a 148 pacientes. Los resultados de la Calidad de la atención y su dimensión aspectos tangibles se tuvo que  $25,0\%$  de los usuarios indicaron que la calidad está en proceso; el  $40,5\%$  de los usuarios indicaron que la calidad esta por mejorar y el  $34,5\%$  de los usuarios indicaron que la calidad es aceptable. y concluyen que en el Centro de Salud de zona rural peruana existe relación positiva entre las variables y entre sus dimensiones de estudio.

Igualmente mencionaremos a Montalvo et al,. (2020) Su finalidad era determinar la relación entre la C.S y la satisfacción de los pacientes del Hospital Santa Rosa - Puerto Maldonado, y su metodología, fue cuantitativa, no experimental y de nivel correlacional, para la selección de la muestra (152 usuarios) se utilizó técnica de muestreo probabilístico, el cual estuvo constituida por pacientes que recibían tratamiento en traumatología. El cuestionario fue el instrumento para recoger los datos. Sus resultados hallados para las variables según  $rho\ Spearman=0,590$  con una  $sig. (bilateral)$  de  $(p=0,000<0,05)$ , señalando que existe correlación moderada, directa y significativa entre ambas variables (C.S y S.U), del mismo modo hallaron los resultados para las dimensiones aspectos tangibles  $Rho\ Spearman=0,543$ ;  $p=0,000<0,05$ , fiabilidad  $Rho. S.=0,406$ ; y  $p=0,000<0,05$ , capacidad de respuesta con un  $Spearman=0,439$ ;  $Sig. 0,000<0,05$ , seguridad con un  $Spearman=0,444$ ;  $p=0,00<0,05$ , y empatía  $rho\ Spearman=0,438$ ;  $p 0,000<0,05$ ). Por último, concluyen que si hay una mejor C.S, habrá más pacientes satisfechos.

Continuando con la secuencia tenemos a Condori y Arispe (2022) tuvieron como objetivo de estudio conocer la relación entre la satisfacción del usuario y la C.S en un Centro de Salud mental especializado. Fue de diseño cuantitativo y

utilizaron la encuesta SERVQUAL, que mide calidad asistencial, y el cuestionario SUCE, para medir la S.U. Ambos fueron modificados por los investigadores y verificados por expertos, recibiendo muy buena V de Aiken (70%), y un alfa de Cronbach de 0,923 y 0,901. La población lo constituyeron los pacientes que fueron atendidos mediante teleconsulta y los que cumplían los criterios de inclusión. su muestra estaba formada por 120 usuarios. Los resultados derivados de ambas variable (satisfacción de los usuarios y calidad de atención) con rho Spearman= 0,803 presentaron una correlación altamente positiva. Mientras que capacidad de respuesta tuvo un rho Spearman=0,599, los elementos tangibles un rho Spearman=0,625 señalando que tienen una relación moderadamente positiva, un rho Spearman= 0,658 para empatía, un rho Spearman=0,708 para fiabilidad y por ultimo seguridad rho Spearman=0,700 indicando que tienen una buena relación positiva entre las dimensiones de calidad. concluyendo que la S.U con el servicio de teleconsulta del Hospital Hermilio Valdizán está altamente correlacionada con la calidad de la atención prestada.

Y por último tenemos el artículo Febres y Mercado (2020); tuvieron como objetivo conocer el grado de satisfacción de los pacientes con el nivel de atención recibida en la consulta externa del consultorio de Medicina Interna (Hospital Daniel Alcides Carrión). Fue una investigación descriptiva y transversal. Su muestra fue de 292 usuarios. utilizaron el cuestionario SERVQUAL que ayudo en la evaluación de la C.S del sistema sanitario en función de la satisfacción de los pacientes. Concluyeron que el sistema sanitario necesitaba emprender formas de mejorar la prestación asistencial para ofrecer a los usuarios un servicio rápido y de calidad.

En razón a lo expresado en los párrafos anteriores, se ha tenido por conveniente considerar las investigaciones mencionadas dada su valía a fin de sustentar la presente tesis.

Para el enfoque teórico se consideraron; las Teorías de los sistemas y proceso de las atenciones médicas; Según el análisis de Acosta (2017), afirman que "todo sistema, requiere de un conjunto de procedimientos específicos de transformación que comprenden etapas definidas de cómo se realiza." Así como el software de una computadora, pero el software necesita un controlador que lo mantenga operando dentro de parámetros predefinidos. Estas especificaciones, que en el contexto de una organización se conocen como normas, políticas o

procedimientos, son las leyes que controlan cómo se transforman las entradas, que garantizan una adecuada atención a los pacientes. Se considero esta teoría para nuestro estudio por que guarda relación con el sistema y proceso de atención medica de la institución.

La Teoría de la Burocracia según Weber (1922), tiene una cadena de mando claramente definida. Contiene directrices explícitas que se cumplen de manera estricta. Considera la burocracia como un tipo de organización en los países industriales modernas y explica el funcionamiento de las grandes empresas e instituciones públicas. El funcionario puntual y de buen comportamiento que cumple fielmente sus deberes para con el Estado, apoyando así sus recursos. según esta teoría, a cada colaborador dentro de su cargo se le empiezan a mostrar de forma particular sus obligaciones, funciones, tareas y responsabilidades. También hay distinción en los niveles de autoridad de las llamadas jerarquías. Se consideró la teoría en mención por la relación que tiene con este estudio ya que guarda relación en cuanto al funcionamiento de la institución ya que esta tiene reglas y reglamentos claros, también hay distinción en los niveles de autoridad o jerarquías.

La Teoría del Desempeño o Resultado sugiere que el rendimiento de las características que los clientes ven en un producto o servicio está estrechamente relacionado con su nivel de satisfacción (Brooks 1995). El rendimiento se define como la apreciación que tiene el usuario/cliente de la calidad del producto en relación con el precio que ha pagado. Según Johnson, Anderson y Fornell (1995), La satisfacción es la valoración de la calidad percibida respecto al precio abonado por el bien o servicio, por lo que la satisfacción se equipara al valor. Se consideró esta teoría por la relación que tienen con nuestra variable, ya que puede suministrar información de gran valor sobre la manera en que las instituciones pueden cubrir las necesidades y anhelos de los usuarios/clientes, influyendo en su nivel de satisfacción.

La Teoría de las Expectativas indica que, antes de realizar una compra, los compradores conforman sus expectativas sobre el rendimiento de los aspectos del servicio/producto. Después de comprar y utilizar el servicio/producto, el consumidor lo califica utilizando una escala de "mejor que" o "peor que" en función de su rendimiento en comparación con sus expectativas sobre sus características. Cuando un producto o servicio cumple las expectativas mejor de lo previsto, se produce una insatisfacción positiva; por el contrario, cuando no cumple las

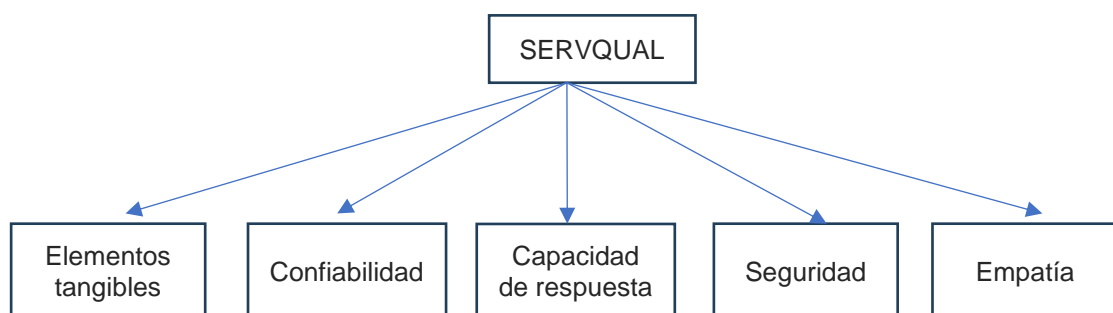
expectativas, se produce una insatisfacción negativa. El cumplimiento de las expectativas se produce cuando el producto o servicio funciona según lo previsto. Se prevé que, a medida que aumenten las no conformidades positivas, aumentará también la satisfacción del cliente (Liljander y Strandvik, 1995).

En cuanto al enfoque conceptual para V1 (calidad de servicio) se citó (Zeithaml, et al 1985); Citado por Lovelock, et al (2009) que nos mencionó que lo que define un servicio de calidad es el enfoque ideal para cubrir las necesidades de los clientes/usuarios, al mismo tiempo, ofrecer un trato cálido, bien informado y comprensivo. Todos debemos contribuir a la mejora de un servicio de calidad, ya que ello desencadenará una serie de acontecimientos favorables para los usuarios, clientes, empleados y consumidores, mejorando su bienestar general. Bustamante et al. (2020) afirman que la discordancia entre las expectativas del cliente y el servicio que recibe puede utilizarse para calibrar la C.S.

Para la V1 (calidad de servicio), mencionaremos al modelo SERVQUAL, con la finalidad de ayudar en la evaluación de la calidad percibida del servicio, Parasuraman et al. (1985) la desarrollaron como una herramienta para evaluar las expectativas y percepciones del usuario de forma independiente. En su trabajo, identificaron diez dimensiones, que posteriormente se redujeron a cinco.

### Figura 1

*Las 5 dimensiones del modelo de medición SERVQUAL.*



*Nota.* Extraído del modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993.

Continuando con los conceptos de las dimensiones de la primera variable citaremos a Lovelock, et al (2009) el cual concuerda con (Zeithaml, et al 1985). Indicando las 5 dimensiones: *“Elementos tangibles son las apariencias de las*

*instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación, Confiabilidad es la capacidad para desempeñar el servicio prometido con seguridad y precisión, Capacidad de respuesta es disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido, Seguridad es libre de peligros, riesgos o incertidumbre y por último la empatía es fácil acceso, buena comunicación y comprensión del cliente”.*

Para la segunda variable satisfacción de los usuarios citamos a Kotler (2013) quien señalo que la satisfacción del usuario depende del desempeño percibido de un producto en comparación con las expectativas del comprador determinando la felicidad del usuario. Si el servicio/producto no satisface las expectativas del cliente, éste se mostrara disconforme. Si el rendimiento está a la altura de las expectativas del cliente, estará contento. Sin embargo si las supera este quedara extasiado.

El cliente está satisfecho si el rendimiento cumple sus expectativas. En caso de que el rendimiento supere las expectativas del cliente, éste quedará fascinado.

Por otro lado tenemos como dimensiones de la segunda variable a percepción del producto a lo que menciono que este es el método por el cual los individuos seleccionan, ordenan y analizan los datos para crear una comprensión significativa del mundo. (kotler 2013).

Para Expectativas del usuario citamos a Cacciavillani (2018) destacó que las expectativas del usuario son las necesidades de un cliente, ya sea primerizo o habitual, espera que su empresa, productos y servicios satisfagan. Esto incluye también la experiencia que esperan tener al comprar o utilizar el producto.

### III. METODOLOGÍA

El presente estudio comprende un enfoque cuantitativo que, según Hernández, et. al. (2014: 4), se encuentra en diferentes libros, textos, publicaciones, etc., como el de Auguste Comte y Émile Durkheim.

Para el estudio cuantitativo el conocimiento debe ser objetivo. Sabiendo que ello se suscita partiendo de un desarrollo lógico mediante la meditación, el análisis estadístico inferencial y numérico. Todo esto confirmarían las hipótesis formuladas con anterioridad.

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación:

##### 3.1.1 Tipo de investigación

La tesis tiene un nivel correlacional de tipo básica porque intenta hallar una relación entre *“calidad de servicio”* y *“satisfacción del usuario”* del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C.

En concordancia con Arias y Covinos (2021). El estudio de tipo básico o investigación pura no permite resolver ningún problema inmediato. Al contrario, sirve para la base teórica de nuevos estudios. Por tanto, pueden proponer diferentes tesis con alcance exploratorio, descriptivo y correlaciones.

Este nivel correlacional, de acuerdo a Arias y Covinos, (2021), permite conocer el comportamiento entre una variable y otra correlacionada. En proporción a ello, sugieren algunas hipótesis correlacionales, pero sin plantear variables independientes o dependientes, simplemente vincula ambas variables (V1-V2). Ni existe alguna preponderancia o relevancia de una de las variables. Asimismo, no hay algún cambio en los resultados, si es que se cambia el orden de alguna de las variables. Este alcance mide el nivel de relación de las variables del estudio, pero no determina sus causas.

##### 3.1.2 Diseño de investigación



Esta tesis tuvo un diseño no experimental, sin manipulación de ninguna de las variables objeto del estudio ya que solo se observa y analiza el entorno.

Como señala Arias y Covinos (2021), en el diseño no experimental no se evidencian cambios o condiciones experimentales a la que las variables estén expuestas. Por tanto, los partícipes de la investigación son analizados sin cambiar las circunstancias, es decir, en su entorno natural.

Asimismo, el estudio de corte transversal solo recoge información en un periodo de tiempo. Este diseño, recopila los datos solo una vez, en un único momento, sin que se le haga seguimiento. Es similar a las fotografías o radiografías para luego plasmarlo en el estudio. Este diseño puede comprender alcances de investigación exploratorias y descriptivas o correlaciones.

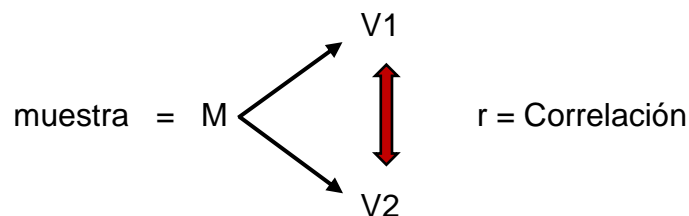
Arias y Covinos (2021) encontraron un rasgo primordial de estas investigaciones: ambas se realizaron en un solo momento, ello explica la falta de un seguimiento adecuado.

Después de observar las variables identificadas con sus indicadores pertenecientes a diferentes grupos, se procede a contrastar los resultados encontrados con las hipótesis.

## Figura 2

*Diagrama diseño correlacional.*

Esquema:



### 3.2. Variables y operacionalización

De acuerdo con Arias (2020): "La variable es esa frase o palabra que se encuentra en el título o tema de la investigación, y también se encuentra en el objetivo general, el problema general y la hipótesis general." (pág. 33).

Entendemos que la operacionalización de las variables, de acuerdo con Arias y Covinos (2021), es un proceso que se expresa principalmente en enfoques cuantitativos porque las variables deben ser observables y adecuadamente medibles. Por ello, el proceso se debe realizar de una manera secuencial (partiendo de lo general a lo específico). Además, actúa como una separación de la variable y sus componentes, es decir, las dimensiones y de estas a sus partes que son los indicadores.

### 3.2.1 Variable 1: Calidad de servicio

#### 3.2.1.1 Definición Conceptual

Teniendo en cuenta a (Zeithaml, et al 1985); citado por Lovelock, et al (2009) quien define un servicio de calidad como el enfoque ideal para satisfacer las necesidades de los usuarios. Además, ofrece un trato cálido, bien informado y comprensivo. Todos deben contribuir a la mejora de un servicio de calidad para desencadenar una serie de acontecimientos favorables hacia los usuarios, clientes, empleados y consumidores a fin de mejorar su bienestar general.

#### 3.2.1.2 Definición Operacional

La V1 fue medida por las siguientes dimensiones: *elementos intangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía*. Ellas serán aplicadas mediante un cuestionario de 22 interrogantes con una escala de Likert.

#### 3.2.1.3 Indicadores

Los indicadores de la primera variable son: *instalaciones físicas, equipamiento, personal, materiales de comunicación, desempeño del servicio con seguridad, precisión, disposición para ayudar, servicios rápidos, libre de peligro, libre de riesgo, libre de incertidumbre, fácil acceso, buena comunicación y comprensión del cliente*.

### 3.2.2 Variable 2: Satisfacción del usuario.

#### 3.2.2.1 Definición Conceptual

Para Satisfacción de los usuarios citamos a Kotler (2013) quien señalo que la satisfacción del usuario depende del desempeño percibido de un producto en comparación con las expectativas del cliente determinando la felicidad del usuario. Si el servicio / producto no satisface las perspectivas del usuario, este se percibe insatisfecho. Es decir, el usuario queda satisfecho si el rendimiento cumple con sus expectativas. Mientras, si el rendimiento supera sus esperanzas, este queda fascinado.

#### 3.2.2.2 Definición Operacional

Para medir la V2 se aplicó las dimensiones: *percepción del producto y expectativas del usuario*. Las cuales, fueron aplicadas por medio de un cuestionario de ocho (8) interrogantes en escala de Likert.

#### 3.2.2.3 Dimensiones e Indicadores

Los indicadores utilizados son: *elección de la información, organización de la información, interpretación de la información, anhelos del usuario y experiencia en el proceso de atención*.

#### 3.2.2.4 Escala de medición: Ordinal

Para la medición de ambas variables utilizamos una escala de evaluación ordinal. Esta nos permitió establecer una clasificación jerárquica de los datos en sentido negativo y positivo. Castro (2019).

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### 3.3.1 Población

Como afirma (Morles, 1994, p.17). La población hace referencia a la totalidad o conjunto de los elementos o individuos (objetos, instituciones, cosas o personas) que están involucrados en la investigación para que sean válidas las conclusiones finales que la investigación determine. La población objeto de estudio es de 147 usuarios quienes representan el 100 % de la población atendida y este se seleccionará de manera aleatoria.

Aplicando los criterios de inclusión, hemos considerado al personal del Ejército en actividad como oficiales (OO ACT), suboficiales (TCO ACT) y tropa. Porque son los principales beneficiarios del sistema de salud del ejército.

En cuanto al criterio de exclusión fueron considerados oficiales y suboficiales en situación de retiro, cadetes, alumnos, familiares, CGI y personal civil del HMC, dado que la mayoría de estos pacientes son adultos mayores o menores de edad por lo que no están en la capacidad de responder un cuestionario, también los familiares cuentan con otros seguros externos, por lo que pagan una tarifa en hospital.

**Tabla 1**

*Estadística del Servicio Centro de Imágenes.*

**ESTADISTICA DEL SERVICIO CENTRO DE IMÁGENES 2023**

MES	TIPO DE PACIENTES				T. PCTS
	OO ACT	TCO ACT	EX COMB	TROPA	
OCTUBRE	61	49		37	147
<b>TOTAL</b>	61	49	0	37	<b>147</b>

*Nota.* Estadística del mes de Octubre 2023.

**3.3.2 Muestra**

Citando a Gamboa (2018): “La muestra es una sección de la población a la que tenemos acceso y debe ser representativa de la población porque es la base de las mediciones pertinentes”, punto que se abordará más adelante. Asimismo Hernández et al., (2018), menciona que este es una

parte o un subgrupo que ha sido determinada para la representación de toda la población que está bajo estudio.

Para el estudio la recolección de datos fue obtenida de la población, mientras que la muestra fue identificada al inicio del estudio donde se habla de la problemática de la investigación.

Relativo a la proporción de nuestra población conocida (147 pacientes del Centro de Imágenes del HMC) hemos utilizado un muestreo aleatorio simple de tipo probabilístico que ha determinado una muestra de 107 usuarios quienes fueron la representación de la población total. Esto se obtuvo, según la fórmula de media poblacional teniendo un  $e = 5\%$  y el  $Z = 95\%$ .

### 3.3.3 Muestreo

Como afirman Covinos y Arias (2021), El muestreo es el proceso de elegir componentes (unidades de análisis o investigación) que sean representativos de la población que esta bajo estudio para crear una muestra a partir de la cual se puedan extraer conclusiones (generalizaciones) sobre dicha población.

El método de muestreo es un procedimiento intervalo entre la población y la muestra porque si el grupo poblacional es de gran tamaño, entonces se debe utilizar métodos de muestreo. Para la fórmula de muestreo se encuentran la muestra probabilística y la no probabilística. Por tanto, en nuestra investigación llevamos a cabo un muestreo simple aleatorio de naturaleza probabilística, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5) * (0.5) * 147}{(0.05)^2 (147 - 1) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5)} = 107$$

$n=?$

$Z= 1.96$

$p= 0.5$

$q=0.5$

e=5%

N= 147

#### 3.3.4 Unidad de análisis:

Se consideró una muestra de 107 pacientes del Servicio de Imágenes quienes fueron seleccionados aleatoriamente y son la interpretación de toda la población. Como señala Arias y Covinos (2021), el elemento de análisis sirvió como foco central del análisis por ser el principal tema examinado y el fundamento de toda la investigación.

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

Citando a Hernández (2020) enfatiza la importancia de la recopilación de datos porque la medición es un requisito previo para el conocimiento científico. El propósito de esta técnica e instrumento es crear condiciones para la recolección y medición de datos. Los sentidos pueden percibir datos a través de su abstracción del mundo real y las experiencias sensoriales, donde todos los datos empíricos son medibles (pág. 1 y 2).

Como señala Casas et al.,(2002) cita a García Ferrando, la encuesta es “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativos de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.” Al aplicar la técnica (encuesta) como procedimiento del estudio sirve para obtener y elaborar datos de manera rápida y eficaz.

Como afirma Hernández, et al.,(2014) “El cuestionario consta de un conjunto de preguntas relacionadas con una o más variables medidas.” (pág. 217).

Para esta investigación se utilizó la encuesta (técnica) y el cuestionario (instrumento)(método de obtención de información) compuesto, este último, de 30 preguntas dirigido a los 107 pacientes del

Servicio de Imágenes. El proceso de validación de las preguntas se dio mediante una evaluación y aprobación de tres (3) profesionales de administración.

Asimismo, se aplicó para la medición de los indicadores la escala de Likert a fin de clasificar sistemáticamente las respuestas de los usuarios del servicio, según su grado de acuerdo, y llegar a las conclusiones del estudio. (Tabla en anexo 2)

**Tabla 2**

*Evaluación de Juicio de expertos.*

<b>Validador</b>	<b>DNI</b>	<b>Grado</b>
Juan Martin Campos Huamán	8676760	Magister
Eliana Pérez Ruibal Regalado		Magister
Luis Enrique Dios Zárate	7909441	Magister

### 3.5. Procedimientos

El procedimiento de esta tesis contó con la aceptación de la organización para la colección de data fue a través de encuesta y cuestionario.

Los ítems se realizaron considerando la variable, dimensiones y los indicadores. Una vez desarrollados, se aplicó un cuestionario de 30 preguntas (Google Form) cuyo link de acceso fue enviado a los usuarios que se tomaron sus exámenes en el Servicio de Imágenes por medio de, WhatsApp y correo electrónico.

### 3.6. Método de análisis de datos

La ejecución de los datos obtenidos, se realizó mediante el uso del SPSS V. 26 a fin de elaborar los datos estadísticos exactos y representativos. Además, el Alfa de Cronbach para evaluar los componentes del cuestionario.

Después del procesamiento de los datos en el SPSS V. 26, se obtuvieron tablas y gráficas que fueron interpretadas. También se

analizaron las variables, sus dimensiones y las hipótesis.

Seguidamente, se detallarán los criterios de interpretación del coeficiente de Cronbach, los cuales fueron utilizados para evaluar la confiabilidad. (Tabla en anexo 2)

**Tabla 3**

*Resultados de casos - SPSS 26.*

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>		N	%
Casos	Válido	107	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	107	100,0

Se realizó la prueba de confiabilidad para la primera variable: Calidad de servicio, se consideró nuestra muestra, un total de 107 usuarios del Servicio de Imágenes del HMC para validar el instrumento. Esto determinó estadísticamente la confiabilidad, se obtuvo un resultado de 0,979 (97,9 %). Ello significa que se puede aplicar por ser excelente.

**Tabla 4**

*Resultados de la confiabilidad de la V1 - SPSS 26.*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,979	22

También realizamos la prueba de confiabilidad para la variable: Satisfacción del usuario, se consideró una muestra de 107 usuarios del Servicio de Imágenes del HMC para validar el instrumento. Esto determinó estadísticamente la confiabilidad, obteniendo un resultado de 0,970 (97 %). Lo que significa que se puede aplicar por ser excelente.



**Tabla 5**

*Resultados de la confiabilidad de la V2 - SPSS 26.*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,970	8

### 3.7. Aspectos éticos

La presente tesis consideró el Código de Ética e Investigación adoptado por la Universidad César Vallejo en el 2023. Ello para su uso como referencia de los principios de interés para que los investigadores se beneficien con este caso práctico de estudio.

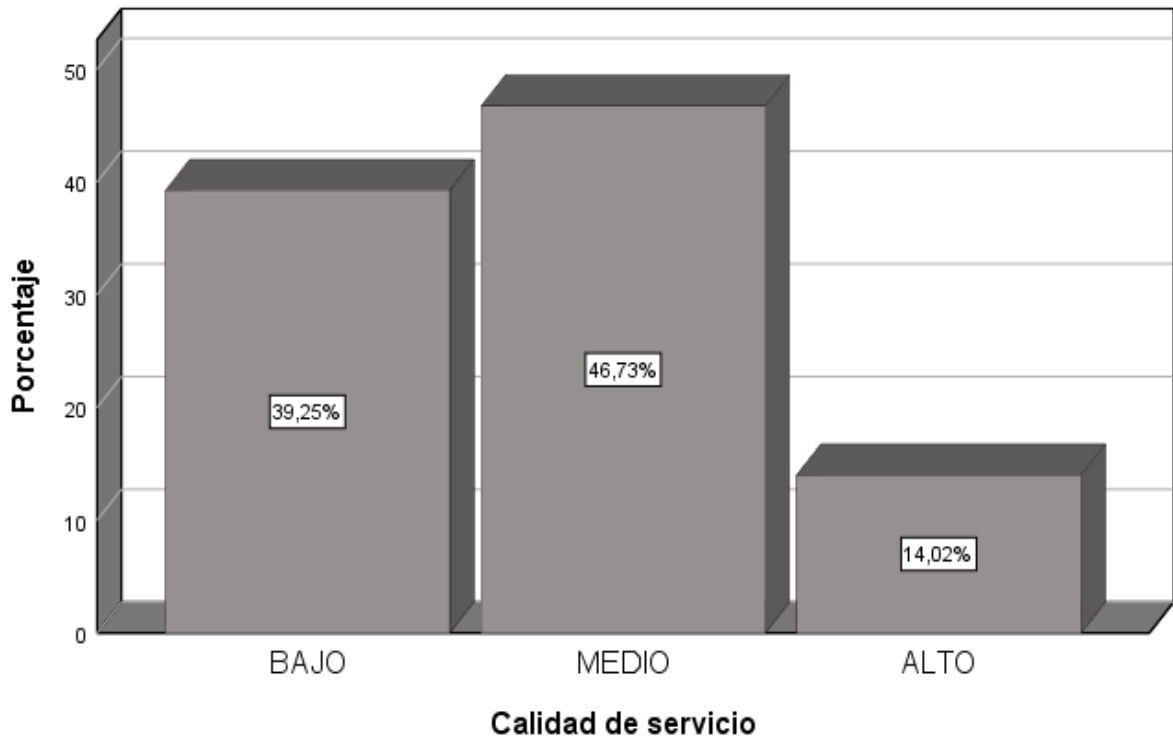
Asimismo, siempre se respetó el principio de confidencialidad e independencia de los participantes de esta investigación, realizado con fines estrictamente académicos. Además, este estudio de caso, se ejecutó en cumplimiento de los principios éticos de honestidad. Ello significa que no existe ninguna forma de manipulación de la información (que refleje los resultados reales) ni plagio.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Estadísticos Descriptivos por variable y dimensión.

**Figura 3**

*Variable 1: Detalle de C.S.*

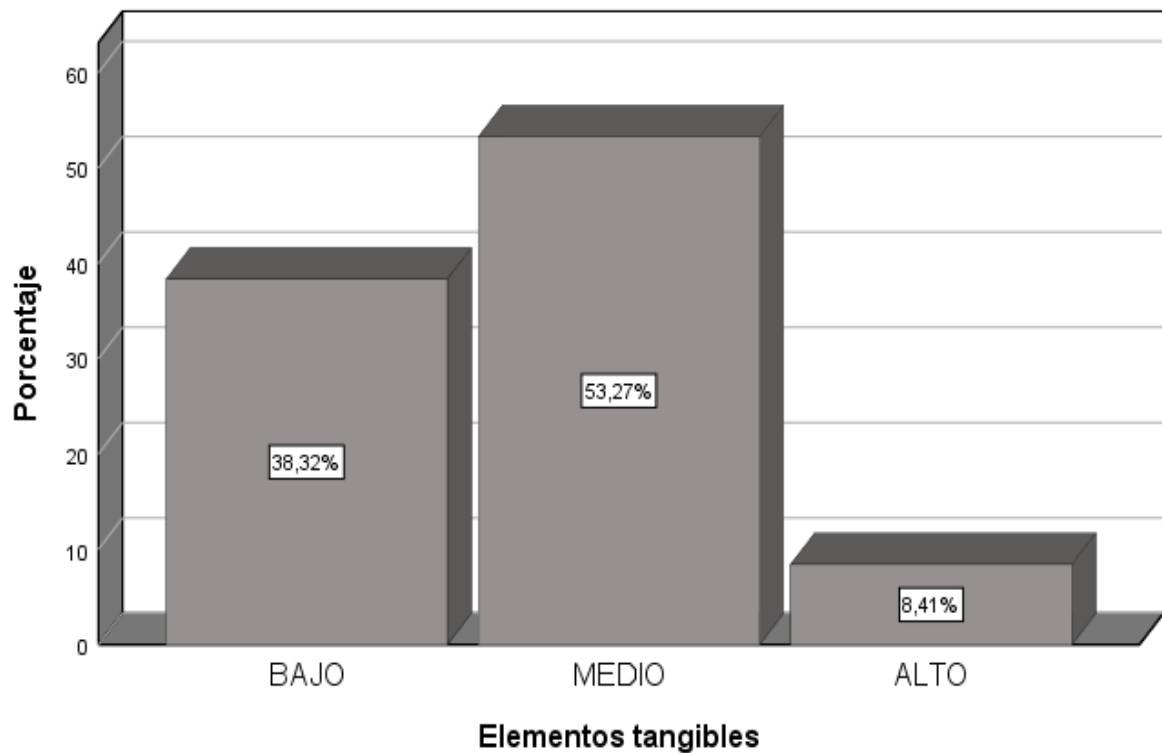


*Nota.* El gráfico representa el resultado de la V1 - SPSS Versión 26.

En la figura 3, logramos visualizar los resultados relacionados a la variable 1; en el que se puede ver que el 39.25% de pacientes sienten que es de nivel bajo, asimismo, el 46,73% considera que tiene un nivel regular, sin embargo un porcentaje menor de 14.02% indica que tiene un nivel alto, en base a estos resultados se aprecia que el 89% de los pacientes se encuentran insatisfechos por que perciben que el servicio centro de imágenes no desempeña bien el servicio que ofrece.

**Figura 4**

*Detalle de los niveles de la D1 (Elementos tangibles)*

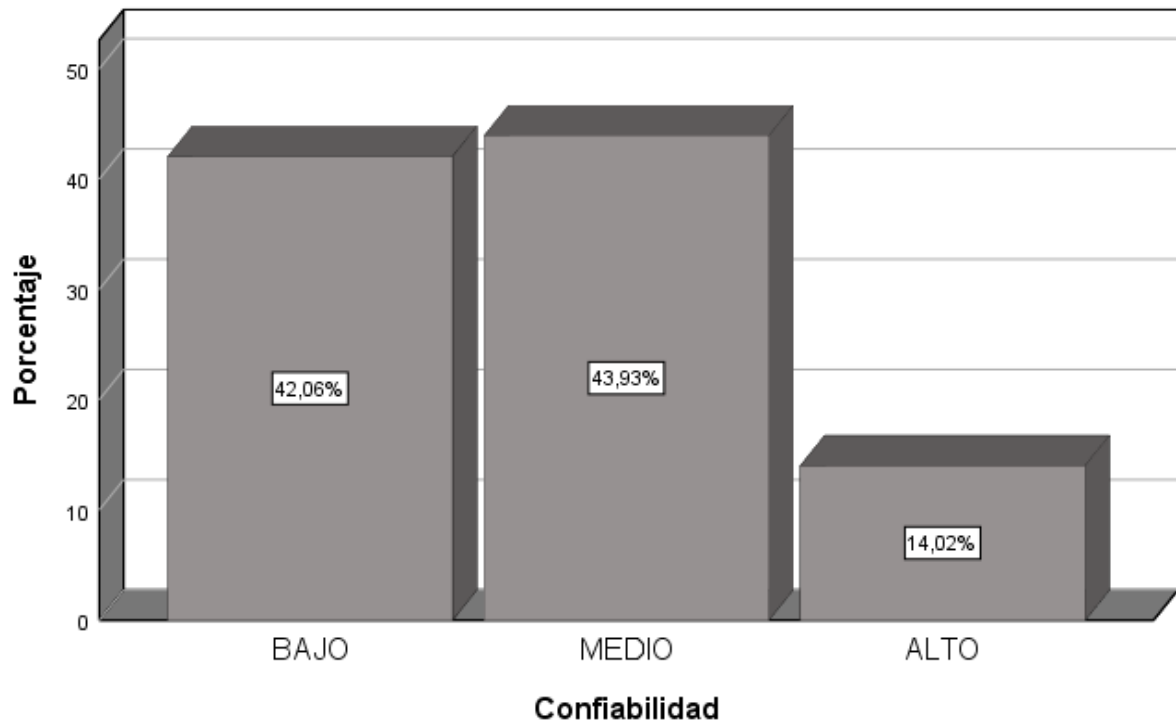


*Nota.* El gráfico representa el resultado de D1 - SPSS versión 26.

Observando la figura 4, se aprecian los resultados que corresponden a la D1 elementos tangibles, indicando que un 38,32% de los pacientes califica que tiene un nivel bajo, a la vez el 53,27% considera que tiene un nivel medio y un porcentaje menor de 8,41% cataloga que tiene un nivel alto, en base a estos resultados se puede estimar que el 91,59% de los pacientes se encuentran insatisfechos por que perciben que el servicio Centro de Imágenes no cuenta con equipos de aspecto moderno y ni con adecuado funcionamiento (P.2).

**Figura 5**

*Detalle de los niveles de la D2 (Confiabilidad).*

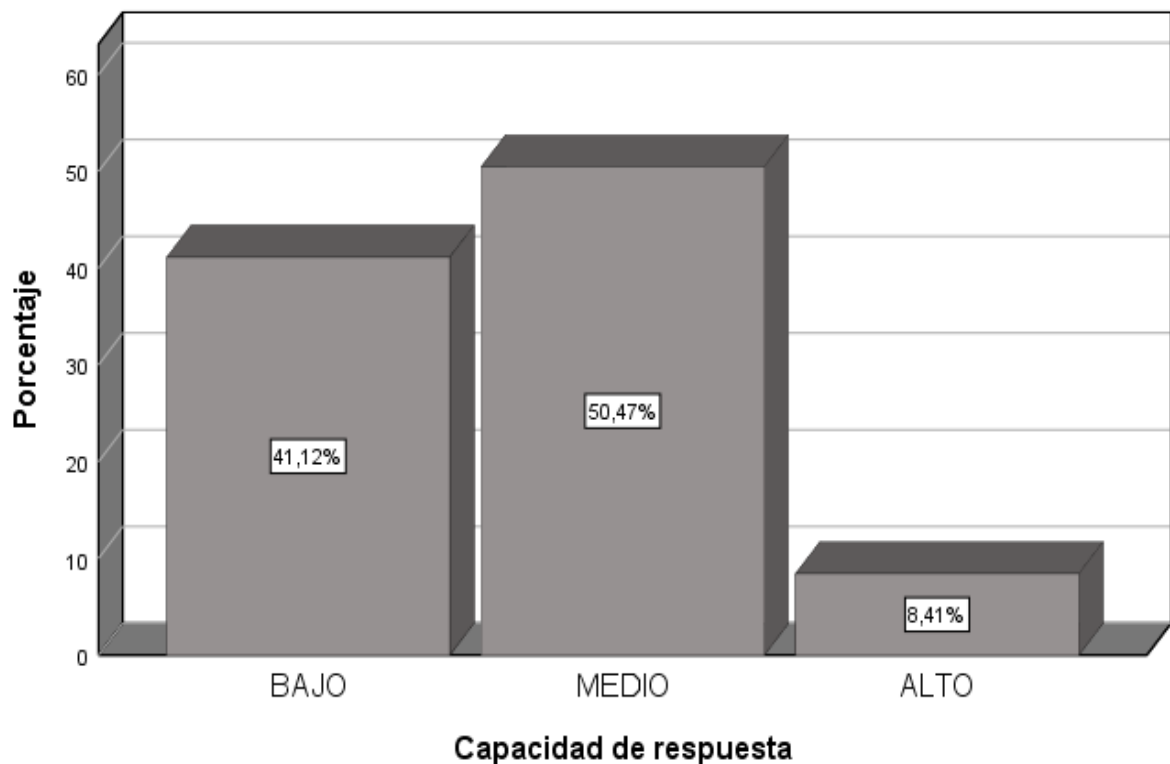


*Nota.* El gráfico representa el resultado de D2 - SPSS versión 26

En la figura 5, se aprecia los resultados que corresponden a la D2 - confiabilidad, en el que se observa que el 42,06% de los pacientes considera que tiene un nivel bajo, sin embargo el 43,93% percibe que tiene un nivel medio y el 14,02% de los pacientes estima que la D2 tiene un nivel alto, en base a estos resultados se puede demostrar que el 85,99% se encuentran insatisfechos por que los resultados no son entregados en el tiempo establecido (P.5).

**Figura 6**

*Detalle de los Niveles de la D3 (Capacidad de respuesta).*

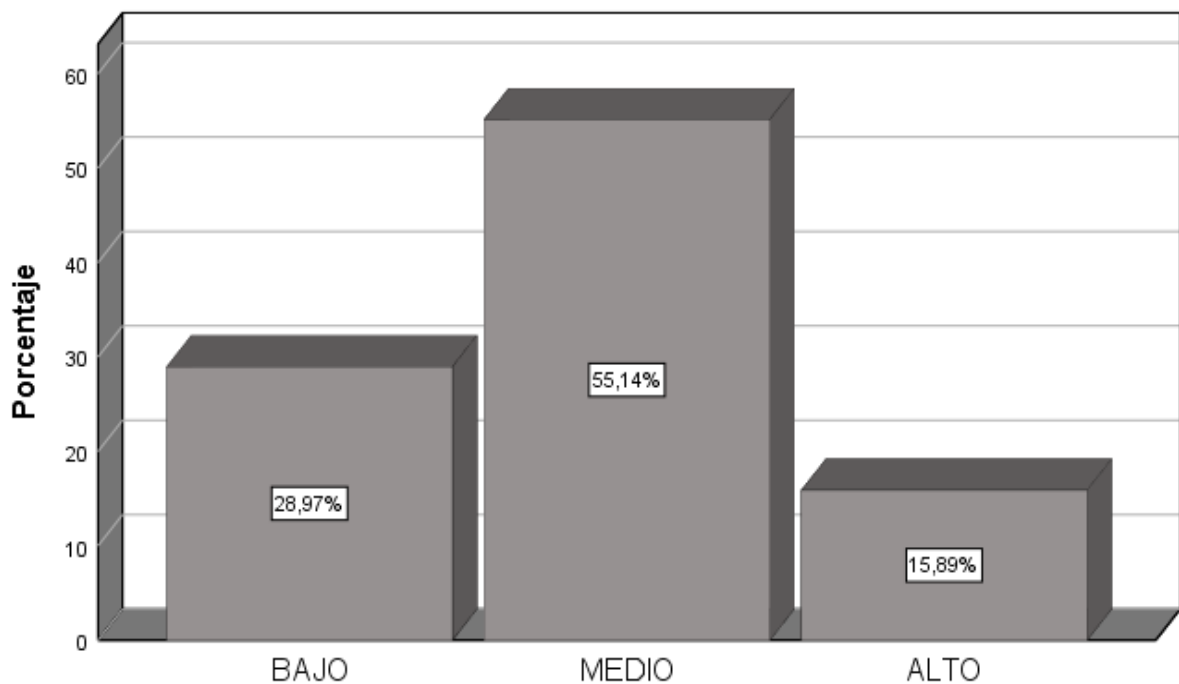


*Nota.* El gráfico representa el resultado de D3 - SPSS versión 26

En figura 6, se aprecia los resultados que corresponden a la D3 (capacidad de respuesta), indicando que un 41,12% de los usuarios estiman que tiene un nivel bajo, sin embargo con un porcentaje mayor del 50,47% de los pacientes consideran que tiene un nivel medio y tan solo el 8,41% de los pacientes valora que tiene un nivel alto, en base a estos resultados un total de 91.59% de pacientes se encuentran insatisfechos por que perciben que el Servicio Centro de Imágenes no ofrece un servicio rápido (P.12).

## Figura 7

Detalle de los niveles de la D4 (Seguridad).

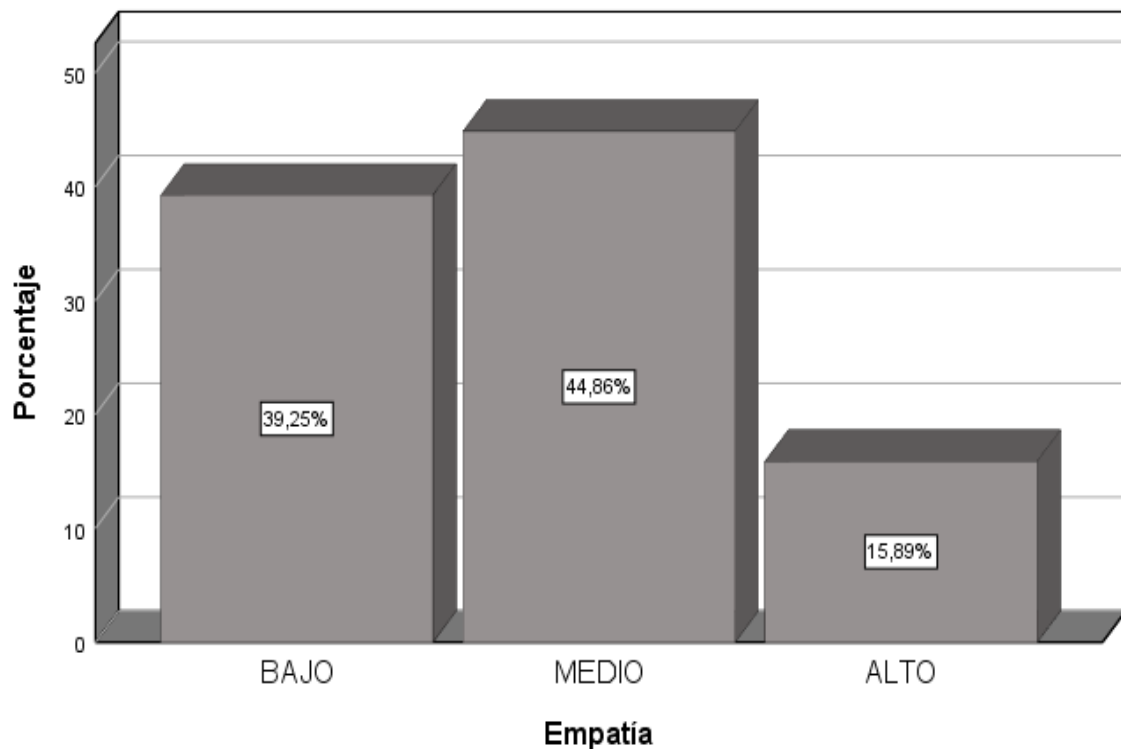


Nota. El gráfico representa el resultado de D4 - SPSS versión 26

En la figura 7, se aprecia los resultados que corresponden a la dimensión seguridad, mostrando así que el 28,97% de los pacientes considera que tiene un nivel bajo, por otro lado un porcentaje mayor del 55,14% percibe que tiene un nivel medio, aunque el 15,89% de los pacientes estima que tiene un nivel alto, en base a estos resultados se puede decir que 55,14% los pacientes no se sienten seguro en sus interacciones con el personal durante el proceso de atención (P 15).

**Figura 8**

*Detalle de los valores de la D5 (Empatía).*

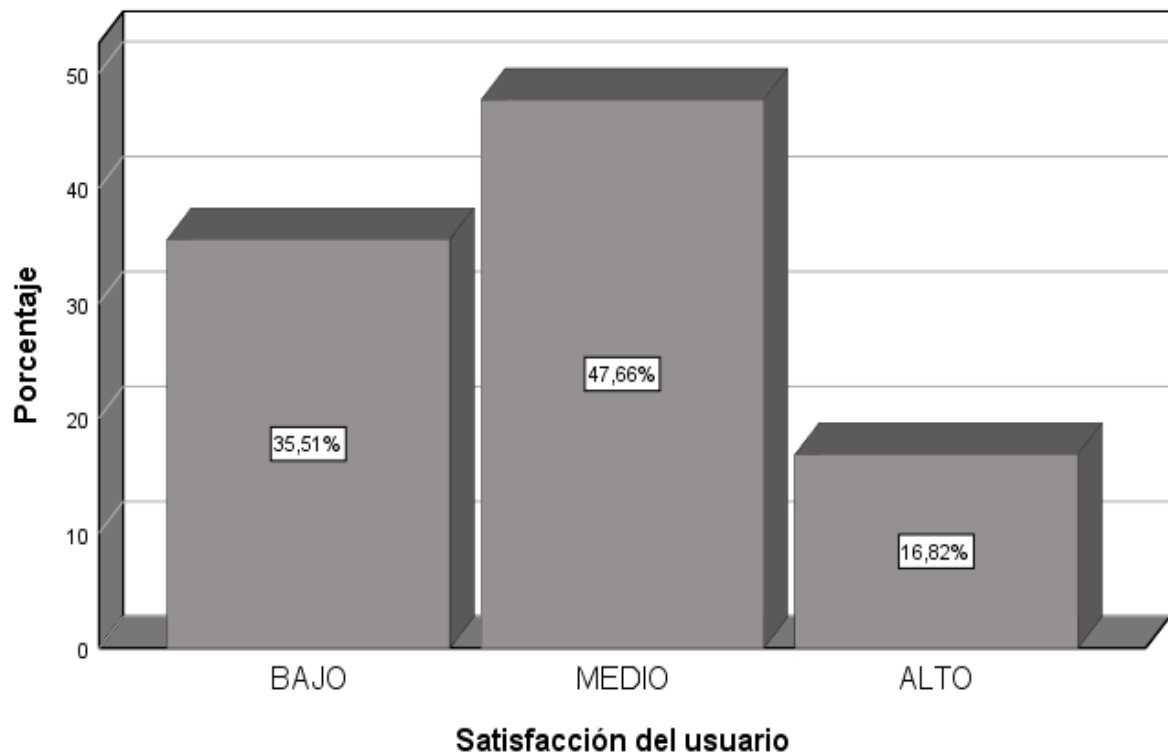


*Nota.* El gráfico representa el resultado de D5 - SPSS versión 26

Observando la figura 8, se aprecia los resultados que corresponden a la D5 empatía, encontrando que el 39,25% de pacientes considera que tiene un nivel bajo, en cambio el 44,86% de los pacientes manifiestan que tiene un nivel medio y por el contrario el 15,89% perciben que tiene un nivel alto, en base a estos resultados se puede decir que el 84,11% los pacientes no están satisfechos por que perciben que el personal no logra entender las necesidades específicas de cada paciente (P 21).

**Figura 9**

*Variable 2: Detalle de Satisfacción del Usuario*



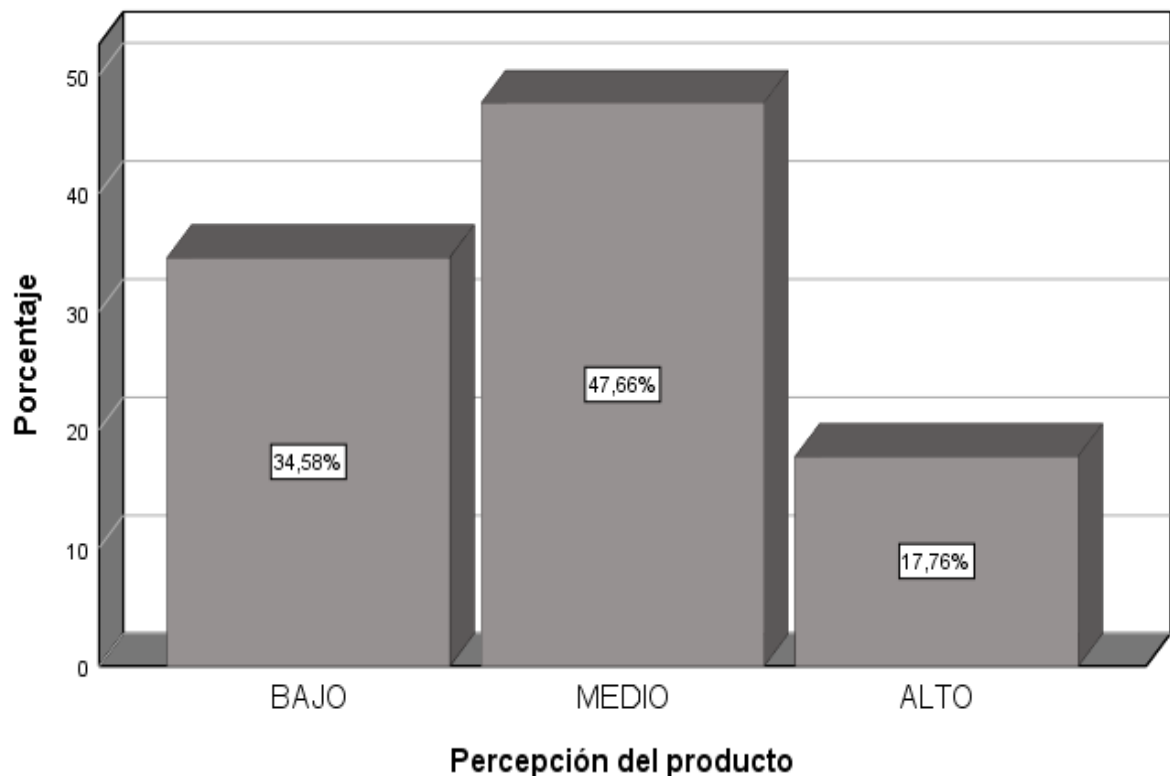
*Nota.* El gráfico representa el resultado de la V2 - SPSS Versión 26.

observando la figura 9, tenemos los resultados obtenidos para la variable 2; donde el 35,51% de los pacientes considera que tiene un nivel bajo, por otra parte, un porcentaje mayor del 47,66% estima que tiene un nivel medio, sin embargo, el 16,82% de los pacientes aprecia que tiene un nivel alto. Teniendo en cuenta estos resultados se puede decir que el 83,17% los pacientes encuestados manifestaron que la S.U tiene un nivel de medio- bajo ya que no logro colmar sus expectativas.



**Figura 10**

*Descripción de los valores de Percepción del producto.*

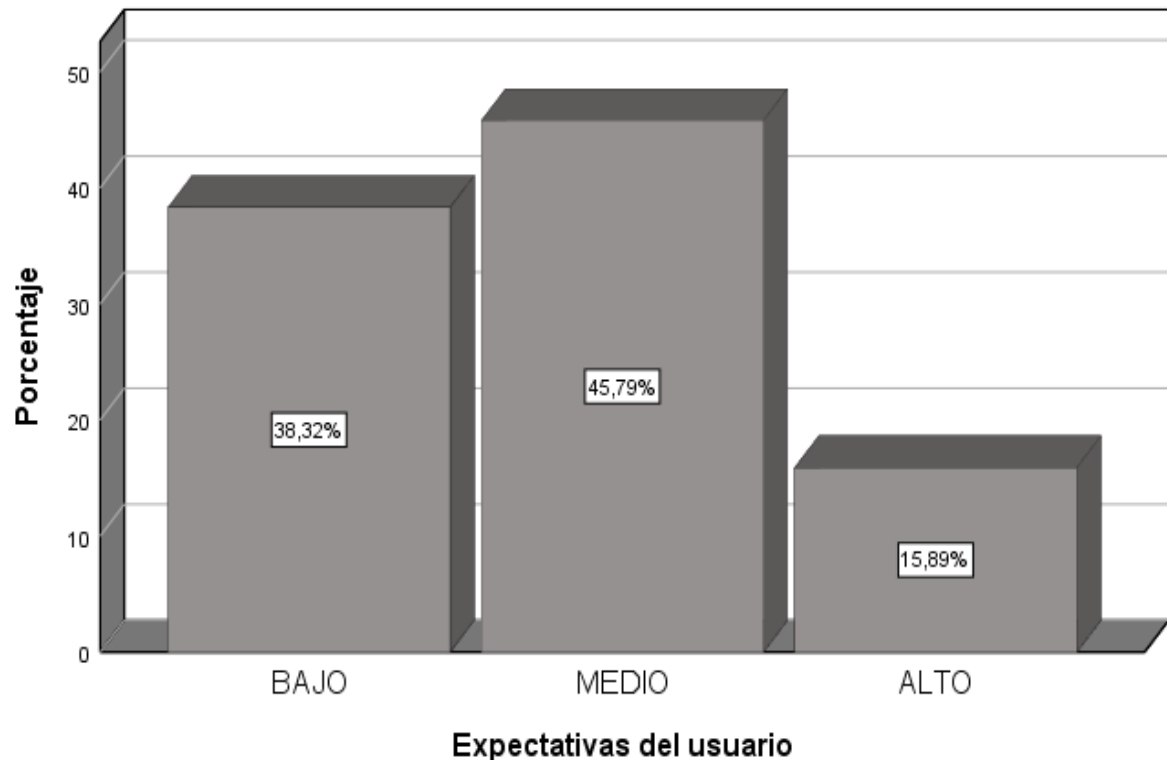


*Nota.* El gráfico representa el resultado de D1 - SPSS versión 26

Se visualiza en la figura 10, los resultados que corresponden a la dimensión percepción del producto, en la que se puede observar que el 34,58% de los pacientes percibe que tiene un nivel bajo, asimismo, un porcentaje mayor del 47,66% considera que tiene un nivel medio y por el contrario el 17,76% de los pacientes aprecia que tiene un nivel alto. Considerando estos resultados se puede decir que un total de 82,24% de los pacientes encuestados no están satisfechos porque sus horarios de atención no se cumplieron según el horario elegido (P23).

**Figura 11**

*Descripción de los valores de Expectativas del usuario.*



*Nota.* El gráfico representa el resultado de D2 - SPSS versión 26

Se puede apreciar en la figura 11, los resultados que corresponden a la dimensión expectativas del usuario, observando que el 38,32% de los pacientes considera que tiene un nivel bajo, asimismo, un porcentaje mayor del 45,79% percibe que tiene un nivel medio y solo el 15,89% de los pacientes estima que tiene un nivel alto, estos resultados nos demuestran que los pacientes encuestados manifestaron no encontrarse satisfechos porque el servicio prestado no logró cubrir sus anhelos y experiencia en el proceso de atención (P 28).

## 4.2. Contrastación de Hipótesis (Inferencial)

**Tabla 6**

*Prueba de normalidad (K.S).*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
C.S	.111	107	.003
S.U	.124	107	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Tabla obtenida mediante la base de datos - SPSS versión 26

Como indica la Tabla 6, las variables C.S y S.U mostraron valores Sig. ,003 y ,000 respectivamente. Estos valores son inferiores a ,05 lo que indico que la hipótesis alternativa es aceptada y también fue posible concluir que los datos no seguían una distribución normal. En consecuencia, era de suponer que se utilizaría la correlación Rho de Spearman para una prueba no paramétrica con fines inferenciales.

**Figura 12**

*Grado de relación según coeficiente de relación.*

<b>RANGO</b>	<b>RELACIÓN</b>
- 0.91 a - 1.00	Correlación negativa perfecta
- 0.76 a - 0.90	Correlación negativa muy fuerte
- 0.51 a - 0.75	Correlación negativa considerable
- 0.11 a - 0.50	Correlación negativa media
- 0.01 a - 0.10	Correlación negativa debil
0	No existe relación
+ 0.01 a + 0.10	Correlación positiva debil
+ 0.11 a + 0.50	Correlación positiva media
+ 0.51 a + 0.75	Correlación positiva considerable
+ 0.76 a + 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+ 0.91 a + 1.00	Correlación positiva perfecta

*Nota.* Fuente: Basada en (Hernández & Fernández, 1998).

## Hipótesis general

**H1:** Existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**H0:** No existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**Tabla 7**

*Correlación de las Variables.*

		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	1,000	,955**
	Coeficiente de correlación	.	,000
	Sig. (bilateral)	107	107
Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,955**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	107	107

En base a la tabla 7, Se consiguió una Sig. de 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la H1 (H. alterna) y rechazamos la H0 (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,955 muestra que si existe una correlación positiva perfecta entre la V1 y la V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C.

## Hipótesis Específica 1

**H1:** Existe relación entre elementos intangibles y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**H0:** No existe relación entre elementos intangibles y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**Tabla 8***Correlación de la D1 y V2.*

			Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,778**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	107	107
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,778**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	107	107

En la tabla 8, se halló una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la H<sub>1</sub> (H. alterna) y rechazamos la H<sub>0</sub> (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,778 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D1 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C.

**Hipótesis Específica 2**

**H1:** Existe relación entre confiabilidad y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**H0:** No existe relación entre confiabilidad y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**Tabla 9***Correlación de la D2 y V2.*

			Confiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,893**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	107	107
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,893**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	107	107

En la tabla 9, Se halló una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,893 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D2 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C.

### Hipótesis Específica 3

**H1:** Existe relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**H0:** No existe relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**Tabla 10**

*Correlación de la D3 y V2.*

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,921**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del usuario	N	107	107
		Coeficiente de correlación	,921**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	107	107

De acuerdo con la tabla 10, visualizamos una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,921 muestra que existe una correlación positiva perfecta entre la D3 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C.

#### Hipótesis específica 4

**H1:** Existe relación entre seguridad y satisfacción de los usuarios del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023..

**H0:** No existe relación entre seguridad y satisfacción de los usuarios del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023..

**Tabla 11**

*Correlación de la D4 y V2.*

			Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,894**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del usuario	N	107	107
		Coeficiente de correlación	,894**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	107	107

En la tabla 11, se visualiza una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,894 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D4 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C.

#### Hipótesis específica 5

**H1:** Existe relación entre empatía y satisfacción de los usuarios del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**H0:** No existe relación entre empatía y satisfacción de los usuarios del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito de Jesús María, 2023.

**Tabla 12***Correlación de la D5 y V2.*

			Empatía	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,939**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	107	107
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,939**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	107	107

En la tabla 12, Se obtuvo una Sig. (Bilateral)= 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,939 muestra que existe una correlación positiva perfecta entre la D5 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C.



## V. DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos, y las hipótesis propuestas en este estudio se puede discutir de la siguiente manera.

En primer lugar, tenemos al O.G, fue determinar la relación entre la calidad de servicios y satisfacción del usuario. Observando la tabla 7, donde se obtuvo una Sig. de 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,955 muestra que, si existe una correlación positiva perfecta entre la V1 y la V2 del Servicio Centro de Imágenes del HMC. Este resultado coincide con el estudio de Morocho y Santos (2018) donde los resultados obtenidos para las variables C. S Y satisfacción de la empresa Alpecorp S.A mediante el Rho. S. = 0,821 lo que indico que existe una relación directa y positiva, una Sig. de 0.000 indicando que la relación es altamente significativa. Por lo que las dos variables están significativamente relacionadas, a mayor nivel en la C.S, mayor será la satisfacción. Asimismo, para la teoría se citó (Zeithaml, et al 1985); Citado por Lovelock, et al (2009) que mencionó que lo que define un servicio de calidad es el enfoque ideal para satisfacer las necesidades de los usuarios y, al mismo tiempo, ofrecer un trato cálido, bien informado y comprensivo. contribuyendo a la mejora de un servicio de calidad, ya que ello desencadenará una serie de acontecimientos favorables para los usuarios, clientes, empleados y consumidores, mejorando su bienestar general.

Seguido del O.E.1, Identificar la relación que existe entre elementos tangibles y satisfacción del usuario. Visualizando la tabla 8, se halló una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,778 muestra que sí, existe una correlación positiva muy fuerte entre la D1 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del HMC. También se halló el resultado descriptivo (figura 4), donde se aprecia los resultados que corresponden a la dimensión elementos tangibles, indicando que el 38,32% de pacientes califica que tiene un nivel bajo, a la vez el 53,27% considera que tiene un nivel medio y un porcentaje menor de 8,41% cataloga que tiene un nivel alto, en base a estos resultados se puede apreciar que el 53.27% de los pacientes considera que tiene un nivel medio los equipos y su adecuado

funcionamiento por lo que no logra satisfacer. También guarda relación el estudio de Paredes (2020) donde encuentra que hay una relación positiva entre la V1 (Calidad de la atención) y su dimensión aspectos tangibles encontrando que el 25,0% de los usuarios indicaron que la calidad está en proceso; el 40,5% de los usuarios indicaron que la calidad está por mejorar y el 34,5% de los usuarios indicaron que la calidad es aceptable. y concluyen que en el centro de salud de zona rural peruana existe relación positiva entre las variables y sus dimensiones. También se consideró la Teoría de las Expectativas (Liljander y Strandvik, 1995). Quienes indican que, antes de realizar una compra, los compradores conforman sus expectativas sobre el rendimiento de los aspectos del servicio/producto. Después de comprar y utilizar el servicio/producto, el consumidor lo califica utilizando una escala de "mejor que" o "peor que" en función de su rendimiento en comparación con sus expectativas sobre sus características.

Continuando con el O.E.2, Identificar la relación que existe entre confiabilidad y satisfacción del usuario. En la tabla 9, Se halló una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,893 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D2 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del HMC. Concordando con Montalvo et al., (2020) hallaron para la dimensión fiabilidad un Rho S. = 0,406 y una Sig.0,00 ( $p < 0,05$ ), señalando que hay una correlación moderada, directa y significativa entre la dimensión fiabilidad y variable analizada. Por último, concluyen que si hay una mejor C.S, habrá más pacientes satisfechos. También se consideró La Teoría del Desempeño o Resultado sugiere que el rendimiento de las características que los clientes ven en un producto o servicio está estrechamente relacionado con su nivel de satisfacción (Brooks 1995).

Asimismo, O.E.3, Identificar la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario. En la tabla 10, Se halló una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,921 muestra que existe una correlación positiva perfecta entre la D3 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del HMC. De igual manera, Paredes y Santos (2022) su resultado para la D3 (Cap. de respuesta) y la satisfacción de los asegurados muestra un Spearman= 0,789, y de sig. de 0,000

siendo inferior a 0.05. por consiguiente, define que existe una correlación positiva fuerte entre la dimensión y la variable estudiada, de los asegurados del IESS en la ciudad de Guayaquil; es decir, se acepta la H3, indicando que la dimensión 3 (C. respuesta) influye en la satisfacción del asegurado. También se consideró las Teorías de los sistemas y proceso de las atenciones médicas; Según el análisis de Acosta (2017), estas teorías afirman que "todo sistema, requiere de un conjunto de procedimientos específicos de transformación que comprenden etapas definidas de cómo se realiza" contienen especificaciones conocidas como normas, políticas o procedimiento que garantizan una adecuada atención a los pacientes.

Del mismo modo O.E.4, Identificar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del usuario. En la tabla 11, se halló una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la H<sub>1</sub> (H. alterna) y rechazamos la H<sub>0</sub> (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,894 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D4 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C. en la misma línea Morocho y Santos (2018) También presentaron la relación entre la D4 (seguridad) y la satisfacción del cliente, con un Rho S.= 0,749, indicando que hay una relación directa y positiva, y una sig. 0.000 <0.05, evidenciando que la relación es altamente significativa y llegaron a la conclusión de que la satisfacción de los clientes de Alpecorp SA y la C.S están muy correlacionadas. También se consideró la Teoría de la Burocracia según Weber (1922), tiene una cadena de mando claramente definida. Contiene directrices explícitas que se cumplen de manera estricta. Se considera la burocracia para las organizaciones de los países industriales modernas y explica el funcionamiento de las grandes empresas e instituciones públicas. El funcionario cumple fielmente sus deberes, sus obligaciones, funciones, tareas y responsabilidades para con el Estado, lo que ayuda a normativizar el proceso de atención.

Y por último el O.E.5, Identificar la relación que existe entre empatía y satisfacción del usuario. En la tabla 12, Se obtuvo una Sig. (Bilateral)= 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto señala que se acepta la H<sub>1</sub> (H. alterna) y rechazamos la H<sub>0</sub> (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,939 muestra que existe una correlación positiva perfecta entre la D5 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C. se puede

decir este resultado mantiene cierta concordancia con Condori y Arispe (2022) Los resultados derivados de ambas variables (satisfacción de los usuarios y calidad de atención) con rho Spearman= 0,803 presentaron una correlación altamente positiva. Mientras que la dimensión empatía, tuvo un Spearman=0,658 y una P valor de 0,000 indicando que tienen una correlación considerable entre la dimensión y la variable. También concluyeron que la S.U con el servicio de tele consulta (Hospital Hermilio Valdizán) está altamente correlacionada con la calidad de la atención prestada. También se consideró la Teoría de las Expectativas el cual indica que el cumplimiento de las expectativas se produce cuando el producto o servicio funciona mejor de lo previsto, se produce una insatisfacción positiva; por el contrario, cuando no cumple las expectativas, se produce una insatisfacción negativa (Liljander y Strandvik, 1995).

## VI. CONCLUSIÓN

1. Se determinó que, si existe relación entre las ambas variables según nuestro resultado teniendo una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto indica que se aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,955 muestra que existe una correlación positiva perfecta las variables de estudio (C.S y S.U) del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C. en base a estos resultados se aprecia que los pacientes se encuentran insatisfechos por que perciben que el servicio centro de imágenes no desempeña bien el servicio que ofrece Y no logro colmar sus expectativas.
2. Se identificó que, si existe relación entre la elementos tangibles y satisfacción del usuario, obteniendo una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto indica que se aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,778 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D1 y V2 del del Servicio Centro de Imágenes H. M.C. en base a estos resultados se puede estimar que los pacientes se encuentran insatisfechos por que perciben que el servicio Centro de Imágenes no cuenta con equipos de aspecto moderno y ni con adecuado funcionamiento
3. Se identificó que, si existe relación entre la confiabilidad y satisfacción, teniendo como resultado una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto indica que se aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,893 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D2 y V2 del Servicio Centro de Imágenes H.M.C. en base a estos resultados se puede demostrar que los pacientes se encuentran insatisfechos por que los resultados no son entregados en el tiempo establecido.

4. Se identificó que, si existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario, obteniendo una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto indica que se aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,921 muestra que existe una correlación positiva perfecta entre la D3 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C. en base a estos resultados los pacientes se encuentran insatisfechos por que perciben que el Servicio Centro de Imágenes no ofrece un servicio rápido
  
5. Se identificó que, si existe relación entre la seguridad y satisfacción del usuario, según el resultado una Sig. 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto indica que se aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el coeficiente Rho S. = 0,894 muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre la D4 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.M.C. por lo que se puede decir que los pacientes no se sienten seguro en sus interacciones con el personal durante el proceso de atención
  
6. Se identificó que, si existe relación entre la empatía y satisfacción del usuario, Se obtuvo una Sig. (Bilateral) 0,000 siendo este  $\leq 0,05$ . Esto indica que se aceptamos la  $H_1$  (H. alterna) y rechazamos la  $H_0$  (H. nula), y según el Rho Spearman= 0,939 muestra que existe una correlación positiva perfecta entre la D5 y V2 del Servicio Centro de Imágenes del H.MC. en base a estos resultados se puede decir que los pacientes no están satisfechos por que perciben que el personal no logra entender las necesidades específicas de cada paciente.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda al Director Médico solicite ante el escalón superior los requerimientos del Departamento Diagnostico por imágenes y medicina Nuclear de forma rápida y oportuna.
2. Se recomienda al Jefe de departamento canalice de forma inmediata y exponga las necesidades presentadas por el jefe de servicio siendo los principales requerimientos; el oportuno mantenimiento y/o renovación de equipos, así como el mantenimiento de los ambientes, la adquisición de equipos de cómputo, compra de material médico y también la contratación de personal especializado.
3. Se recomienda al Jefe de servicio, que solicite y reitere el pedido de mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos, así como el mantenimiento de los ambientes, la adquisición de equipos de cómputo, compra de material médico y también la contratación de personal especializado, asimismo que gestione la dotación de insumos, optimice protocolos de atención, capacite y evalúe periódicamente al personal de Servicio de Imágenes respecto a las normas de buen trato al público, también realizar reuniones de coordinación permanente con el personal a su mando para la solucionar los problemas del servicio para la oportuna y eficaz atención de los pacientes.

## REFERENCIAS

- Abbasi-Moghaddam et al. (2019). *Evaluation of service quality from patients' viewpoint. BMC Health Services Research* (19:170).  
<https://doi.org/10.1186/s12913-019-3998-0>
- Acosta, et al. (2011). Análisis de la satisfacción del usuario en centros de salud del primer nivel de atención en la provincia de Córdoba, Argentina. *Enfermería Global*, 10(21) Recuperado en 25 de junio de 2017, de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1695-61412011000100014&lng=es&tlng=es](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1695-61412011000100014&lng=es&tlng=es).
- Alvarado D., et al. (2021). *Factores asociados a la calidad del servicio en hospitales publicos peruanos*.  
<https://www.redalyc.org/journal/1800/180068639007/html/>
- Arévalo, J., Benavides, R., & Vera, P.(2021). Planeamiento estratégico para el desarrollo institucional: Lo que los líderes pueden aprender del proceso de transformación del Ejército del Perú. Publicado por: Centro de Estudios Estratégicos del Ejército del Perú
- Arias y Covinos (2021). Diseño y metodología de la investigación 2021. ENFOQUES CONSULTING EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Arroyo (2018). *“Calidad del servicio y satisfacción de los clientes de la Clínica Pronto Salud, Trujillo - 2017”*. [tesis para optar título], Universidad Nacional de Trujillo. Perú. <https://library.co/document/8ydw6geq-calidad-servicio-satisfaccion-clientes-clinica-prontto-salud-trujillo.html>
- Barturén, P. (2019). *Calidad de Servicio percibida por los usuarios externos de un hospital de categoría II-2, Chiclayo, durante agosto - diciembre 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo] - USAT, Chiclayo, Perú. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1703>
- Benavides, F. (2019). *“Nivel de satisfacción en los beneficiarios del SIS (seguro integral de salud) modalidad gratuita, en relación a la atención de salud, en el Centro de Salud José Leonardo Ortiz de la Provincia de Chiclayo, 2018”*. [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán] - USS, Chiclayo, Perú. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/5577>



- Barrantes (2019) "*Estrategia de calidad de servicio mejora la satisfacción al cliente de la estación de servicios inversiones JEM SAC, 2018*". [Tesis para optar título], Universidad de Lambayeque, Perú.  
<https://repositorio.udl.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UDL/278/TESIS%20BARRANTES%20G%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Canzio (2019). "*Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima Este, 2018*". [Tesis de Pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola ]- TESIUSIL, Lima, Perú.  
<https://n9.cl/ov77t>
- Castro (2019) "*Tesis Universitaria II por competencias*", Universidad Nacional del Callao, Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47869/Santivañez\\_VMK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47869/Santivañez_VMK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cobo, E., Estepa, K., Herrera, C. & Linares, P. (2018). *Percepción de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Servicios de Salud*. Revista Investigación en Salud, Universidad de Boyacá. <https://n9.cl/161d4t>
- Condori M, Arispe C. (2022) Calidad de atención y satisfacción del usuario atendido por teleconsulta en un hospital especializado en salud mental. Revista de Investigación (de la Universidad Norbert Wiener). 2022; 11(2): a0014.doi: <https://doi.org/10.37768/unw.rinv.11.02.a0014>
- Coppiano, G. (2019). "*Calidad percibida de la atención en salud y su influencia en la satisfacción del cliente del Centro de Diagnóstico por Imágenes del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde*". [Tesis maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil] – UCSG, Ecuador.  
[https://www.lareferencia.info/vufind/Record/EC\\_833f5e3f6f2526e33db72af702f05f6f](https://www.lareferencia.info/vufind/Record/EC_833f5e3f6f2526e33db72af702f05f6f)
- Chaves-Barboza, E., & Rodríguez-Miranda, L. (2018). *Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE)*. Revista Ensayos Pedagógicos, 13(1), 71-106.  
<https://doi.org/10.15359/rep.13-1.4>

- DiarioMédico (2021) comexperú: Perú presenta una brecha de 1,791 centros del primer nivel de atención. <https://www.diariomedico.pe/comexperu-peru-presenta-una-brecha-de-1791-centros-del-primer-nivel-de-atencion/>
- Fernández V. (2020) Tipos de justificación en la investigación científica, *Espíritu Emprendedor* Tes. Vol 4, No. 3. <http://espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/207/275>
- Galvez E.(2021). “Desarrollo del internado médico en el hospital militar central de enero 2020 a abril 2021”, [Para optar título profesional de médico cirujano], Universidad San Martín de Porres, Perú. <https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7940/GALVEZ-ea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, D. (2019), *Gestión de calidad y satisfacción del usuario en la unidad de cuidados intensivos (UCI) del Hospital Nacional PNP “Luis N. Sáenz”*. [Tesis de maestría, Universidad Inca Garcilaso de la Vega] – UIGV, Lima, Perú. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4644/TESIS\\_GARCIA\\_DIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4644/TESIS_GARCIA_DIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Grm, K. (2021). “*Stili vodenja v povezavi z zadovoljstvom bolnikov*”, [Tesis para optar por el grado académico de Magíster], Universidad de Maribor, Eslovenia. <https://dk.um.si/lzpisGradiva.php?id=80785&lang=eng&prip=rul:13099773:d5>
- Hernández et al. (2020). “Técnicas e instrumentos de datos”. Repositorio, México. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- Investigalia (2020) La encuesta y el cuestionario. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Jin Chenhui - *Impact of mobile health technology adoption on service quality and patient satisfaction* [Em linha]. Lisboa: ISCTE-IUL, 2019. [Tese de doutoramento]. <http://hdl.handle.net/10071/19777>>.
- Manzoor et al., (2019) Patient Satisfaction with Health Care Services; An Application of Physician's Behavior as a Moderator. International journal of

Environmental Research and Public Health, Vol. 16.  
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31505840/>

Ministerio de Salud (MINSA) (2014). Encuesta de Satisfacción Aplicada en Usuarios Externos de Emergencia SERVQUAL. [https://docplayer.es/9659448-Encuesta-de-satisfaccion-aplicada-en-usuarios-externos-de-emergencia-servqual.html#google\\_vignette](https://docplayer.es/9659448-Encuesta-de-satisfaccion-aplicada-en-usuarios-externos-de-emergencia-servqual.html#google_vignette)

Montalvo et al., (2020) Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. Revista ciencia y desarrollo vol. 26, núm. 4 (2023). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7437230.pdf>

Morales y García J. (2019) Calidad percibida en el servicio del sistema público de salud de Bogotá. Revista de salud publica 21 (1) (128-134). <https://doi.org/10.15446/rsap.V21n1.83138>

Morocho y Santos (2018) calidad de servicio y satisfaccion del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_va/article/view/1279/1622](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1279/1622)

Mushtaq et al., (2022) Calidad del servicio en el sector sanitario: una revisión sistemática y meta-análisis. Departamento de Estudios de Gestión, Universidad de Cachemira, Srinagar, India. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/LBSJMR-06-2022-0025/full/html>

Lovelock, C., Reynoso J., D'Andrea, G., Huete, L. y Wirtz, J. (2018). Administración de Servicios. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

Olaza, A. (2018). *“Satisfacción del usuario y calidad de atención servicio de emergencia Hospital Víctor Ramos Guardia, Huaraz – 2016”*. [Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres ] – USMP, Lima, Perú. <https://n9.cl/m5qve>

Rillera R. et al. (2021) The impact of service quality provided by health-care centers and physicians on patient satisfaction, National Library of Medicine. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8224513/>

- Resolución de Secretaría de Gestión Pública N.º 004-2021-PCM/SGP [Presidencia del Consejo de Ministros]. Aprueban la Norma Técnica N.º 002-2021-PCM-SGP, Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público. 21 de abril de 2021. <https://www.gob.pe/institucion/pcm/normas-legales/1865188-004-2021-pcm-sgp>
- Sarmiento, T. (2018). *“Gestión de calidad en los servicios de salud del Hospital Sergio E. Bernales, 2017”*. [Tesis para optar grado académico de maestro], Universidad Cesar Vallejo – UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20080/Sarmiento\\_RT.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20080/Sarmiento_RT.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pabón, M. y Palacio, K. (2020). *“Percepción de la calidad de los servicios de salud desde la satisfacción de los usuarios en el Hospital Local de Sitionuevo Magdalena, período 2017 - 2019”*, [Tesis para optar título de administrador de servicios de salud], Universidad de la costa, Colombia.
- Paredes y Santos (2022) Calidad del servicio y satisfacción en hospitales del sistema de seguridad social, Revista angolana de ciências, vol. 4, núm. 1, 2022 . <https://www.redalyc.org>
- Paredes (2020) Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del centro de salud de zona rural peruana. Rev. RECIEN. 2020; Vol. 9 / No 1. <http://revista.cep.org.pe/index.php/RECIEN/article/view/14/12>
- Perez et al (2019) User satisfaction in the spanish health system: trend analysis <https://www.revistas.usp.br/rsp/article/view/162713>
- Robin Nunkoo, Viraiyan Teeroovengadam, Christian M. Ringle y Vivek Sunnassee (2019) *“Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating”* Revista internacional de gestion hotelera, Sudafrica. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Tarazona-Pimentel, T. H. (2019). *Fortalecimiento de competencias laborales y la gestión de calidad de los servicios públicos. Gaceta Científica*, 5(2), 93–100. <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/691/627>
- Villanueva J. (2020) *“Propuesta de mejora en la satisfacción del paciente en el servicio de radiología en un centro privado, Chimbote, 2020”*. [tesis para obtener el grado de maesta]. Universidad Cesar vallejo, Perú.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63507/Villanueva\\_AJL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63507/Villanueva_AJL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vrtodušić A. & Škarica I. (2017) Quality Management Systems in Croatian Institutes of Public Health, MIC, <https://ideas.repec.org/h/mgt/micp15/317-338.html>

Zapata J. (2020). *“Evaluación del desarrollo de la gestión de salud en el Hospital Militar Central del Ejército, en relación a los indicadores de calidad en salud. Lima, 2018-2019”*. [Tesis para optar al grado académico de: maestro en desarrollo y defensa nacional], CAEN, Perú. <http://repositorio.caen.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13097/200/TESIS%20ZAPATA%20VARGAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zuluaga Zuluaga, C. F. (2020). *Procesos de implementación de herramientas de gestión de la calidad. Espiral*, Revista de Docencia e Investigación, 9(1), 99–113. <https://doi.org/10.15332/erdi.v9i1.2443>

# **ANEXOS**

ANEXO 1. Tabla de operacionalización de variables o tabla de consistencia

**Título:** Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.

**Autor:** (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009)

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN DIMENSIONES SUBVARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Calidad de servicio.	La calidad de servicio es atender las necesidades de los usuarios de la mejor manera de con una atención cordial, saludable y siendo empático. El fortalecimiento de un servicio de calidad debe recaer sobre todos lo que provocará una reacción en cadena beneficiando a los consumidores, empleados, usuarios, clientes trayendo consigo beneficios y por lo tanto el bienestar de las personas (Parasuraman, et al 1985); Citado por (Lovelock, et al 2009).	Se consideraron las dimensiones de calidad de servicio las cuales son: elementos intangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Las cuáles serán medidas por medio de un cuestionario conformado por 22 preguntas en escala de Likert.	Elementos tangibles  Confiabilidad  Capacidad de respuesta  Seguridad  Empatía	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985) Citado por (Lovelock, et al 2009).  Capacidad para desempeñar el servicio prometido con seguridad y precisión. (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985) Citado por (Lovelock, et al 2009).  Disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985) Citado por (Lovelock, et al 2009).  Libre de peligros, riesgos o incertidumbre. ((Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985) Citado por (Lovelock, et al 2009).  Fácil acceso, buena comunicación y comprensión del cliente. (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985) Citado por (Lovelock, et al 2009).	Instalaciones físicas. Equipo. Personal. Materiales de comunicación.  Desempeño del servicio Con Seguridad. Precisión.  Disposición para Ayudar. Servicios rápidos.  Libre de peligro. Libre de riesgos. Libre de incertidumbre.  Fácil acceso. Buena comunicación. Comprension del cliente.	Técnica: encuesta  Instrumento: cuestionario  SERVQUAL validada por MINSA NRM°0527.  Técnica: Entrevista Instrumento: Encuesta es SERVQUAL validada por MINSA NRM°0527.

<p>Satisfacción del usuario</p>	<p>La satisfacción del usuario depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas, el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado. (kotler 2013).</p>	<p>Se consideraron las dimensiones de satisfacción del usuario las cuales son: percepción del producto y expectativas del usuario. Los cuales seran medidas por medio de un cuestionario conformado por 12 preguntas en escala de Likert</p>	<p>Percepción del producto</p> <p>Expectativas del usuario</p>	<p>Proceso mediante el cual las personas eligen, organizan e interpretan información para formarse una imagen significativa del mundo. (kotler 2013)</p> <p>Las expectativas del cliente son aquellos anhelos que el comprador, nuevo o habitual, espera satisfacer gracias a tu empresa, tus productos y servicios. Eso incluye también la experiencia que espera tener en el proceso de compra o utilización del producto. (Cacciavillani 2018).</p>	<p>Elección de información.</p> <p>Organización de información.</p> <p>Interpretación de información.</p> <p>Anhelos del usuario.</p> <p>Experiencia en el proceso de atención.</p>	<p>Encuesta cuestionario</p>
---------------------------------	---	--	--	--	---	------------------------------



## ANEXO 2. Instrumento de recolección de datos

**Tabla** *Método de medición (Escala de Likert).*

ESCALA	PUNTAJES
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1
EN DESACUERDO	2
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	3
DE ACUERDO	4
TOTALMENTE DE ACUERDO	5

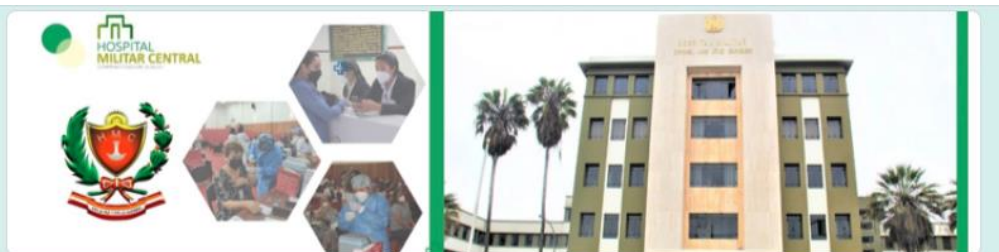
*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla** *Coefficiente de medición de la fiabilidad (alfa de Cronbach).*

Rangos de $\alpha$	Magnitud
[0,9 ; 1]	Excelente
[ 0,8 ; 0,9 [	Buena
[ 0,7 ; 0,8 [	Aceptable
[ 0,6 ; 0,7 [	Cuestionable
[ 0,5 ; 0,6 [	Pobre
[ 0 ; 0,5[	Inaceptable

*Fuente:* Chaves Rodriguez (2018)

# Cuestionario de Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.



## Calidad de servicios y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central. del distrito de Jesús María, 2023.

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase indicar la frecuencia de acción de su organización seleccionando la opción que usted considera mas apropiada, considerando la siguiente escala valorativa para cada enunciado:

Correo \*

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

PARA LAS RESPUESTAS SE DEBE TOMAR EN CUENTA ESTA ESCALA DE LIKERT.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo (ED)	Ni en desacuerdo (NEDNDA)	De acuerdo (DA)	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Género \*

Masculino

Femenino

1. Las instalaciones físicas del servicio centro de imágenes, son atractivas. \*

1

2

3

4

5

⋮

2. El servicio centro de imágenes tiene equipos de aspecto moderno y con adecuado funcionamiento. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3. Los empleados del servicio centro de imágenes vienen pulcros a prestar el servicio. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4. Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

5. Los resultados de los exámenes realizados, se entregan en el plazo establecido. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

6. El área de imágenes, se desempeña bien en el servicio que ofrece. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

7. Cuando el paciente tiene un problema, el servicio de imágenes muestra un sincero interés en resolverlo. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

8. El servicio centro de imágenes proporciona sus servicios de atención en el momento en que promete hacerlo. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

9. El área de imágenes realiza todo el proceso de atención con registros libres de error. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

10. El área de imágenes mantiene informados a los pacientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

11. Los empleados, están dispuestos a ayudarle. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

12. El personal del centro de imágenes da un servicio rápido. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

13. El personal del servicio centro de imágenes, nunca están demasiado ocupados para ayudarle. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

14. El comportamiento del personal de salud, infunde confianza en Ud. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

\*

15. El paciente se siente seguro en sus interacciones con el personal del área de imágenes durante el proceso de atención.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

16. Los empleados, son corteses permanentemente con Ud. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

\*

17. El personal del centro de imágenes, poseen el conocimiento necesario para responder a las preguntas de los pacientes.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

18. El área de enfermería da atención individualizada a los pacientes. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

21. Los empleados entienden las necesidades específicas de Ud. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

\*

20. El servicio centro de imágenes se preocupa en conservar sus mejores intereses.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

\*

19. El servicio centro de imágenes tiene empleados que den atención personal, a cada uno de los pacientes.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

22. El servicio centro de imágenes cuenta con horarios de atención convenientes para todos sus pacientes. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

23. Los horarios elegidos por el paciente, para su atención se cumple sin postergaciones. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

24. La elección que realiza el paciente, en cuanto a hora y fecha para su procedimiento son con opciones ideales y oportunas. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

25. El personal del centro de imágenes brinda la información suficiente y adecuada sobre el procedimiento a realizar al paciente, pues tiene organizada y visible las instrucciones. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5



26. Las indicaciones brindadas al paciente en el área de imágenes, permite que el paciente tenga la interpretación precisa por el apoyo sostenido del personal de atención. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

...

27. El personal de atención está en constante contacto con el usuario durante su estancia en el área para facilitar la interpretación de la información. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

28. El servicio prestado, genera en el usuario opiniones como: "era lo que esperaba y anhelaba" "atención cordial y humanizada". \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

...

29. La experiencia durante el proceso de atención generan expectativa satisfactoria en el usuario. \*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

30. El servicio prestado, es el deseado, por la experiencia de los colaboradores en el proceso de atención: citas, entrega de resultados, etc.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

TESIS FORMULARIO - YENY

Q. Buscar en la hoja

Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador

Compartir

Formato: Arial (Cuerpo) 10. Ajustar texto: General. Celdas con formatos: Normal 2, Normal, Bueno, Incorrecto, Neutral, Cálculo, Celda de c..., Celda vincu..., Entrada, Notas.

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
1	Género	Dirección de correo electrónico	1. Las instalaciones físicas	2. El servicio centro de	3. Los empleados del sé	4. Los materiales asoci	5. Los resultados de los	6. El área de imágenes	7. Cuando el paciente ti	8. El servicio centro de	9. El área de imágenes	10. El personal de imá	11. Los empleados, est	12. El personal del cent	13. El personal del serv	14. El comportamiento d	15. El paciente se sient	16. Los empleados, son	17. El personal
2	Femenino		2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	Masculino		4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
4	Masculino		2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	Masculino	luisuker65@gmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	4	5	
6	Masculino	edbill1618@gmail.com	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	
7	Masculino	jose.bp.yori@gmail.com	3	3	3	3	3	2	1	1	3	4	3	2	3	3	1	4	
8	Masculino	ecosingao@hotmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
9	Masculino	willi_1991@hotmail.com	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
10	Masculino	billabong-tauro28@gmail.com	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
11	Masculino	jordin1221fabricio@gmail.com	3	2	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	
12	Masculino	mihordodavid@gmail.com	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	
13	Masculino	maxdxc22@gmail.com	2	2	1	4	3	3	4	4	2	2	4	3	4	2	2	3	
14	Masculino	tauro_100501@hotmail.com	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
15	Masculino	ecosingao@hotmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
16	Masculino	war_24091988@gmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
17	Masculino	salvadore1275@gmail.com	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	5	1	1	1	
18	Masculino	luisqv41@gmail.com	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	
19	Masculino	brayanomarchambillatuyo@gm	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	
20	Masculino	temple777nico@hotmail.com	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
21	Masculino	po56_50@gmail.com	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
22	Masculino	mlevalanos@esge.edu.pe	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
23	Masculino	anthonybaltazarsalvador@gme	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	
24	Masculino	aquispecepe@gmail.com	4	3	4	4	4	3	2	3	2	4	4	3	4	4	3	4	
25	Masculino	pols181@hotmail.com	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	
26	Masculino	waltervaler170@gmail.com	4	4	5	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	
27	Masculino	chacalin1963@hotmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
28	Masculino	wacdo1963@gmail.com	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
29	Masculino	franciscoandia27@gmail.com	4	3	3	3	2	2	3	4	2	3	2	3	2	2	4	4	
30	Masculino	jmunguilan1@gmail.com	4	2	2	2	4	5	3	2	4	4	4	2	3	4	3	3	
31	Masculino	omarstv@hotmail.co.com	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	4	3	3	3	
32	Femenino	yherreraz2267@gmail.com	2	3	4	3	2	2	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	
33	Masculino	wilbermarcatomamerma@gmail	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	
34	Masculino	mjojfma@gmail.com	2	2	3	3	3	1	2	2	1	2	3	3	2	4	3	2	
35	Masculino	pepeluchovz@gmail.com	3	4	3	4	3	3	3	2	3	1	1	1	2	3	2	2	
36	Masculino	hansacuna1@gmail.com	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
37	Masculino	vasdhec30@gmail.com	3	3	1	1	3	2	3	1	2	2	2	3	2	1	3	1	
38	Masculino	jrneloc19@hotmail.com	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
39	Masculino	ariassamanez@gmail.com	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
40	Femenino	sjoo81@gmail.com	2	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
41	Femenino	magallyhcz@hotmail.com	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
42	Masculino	omar2105@hotmail.com	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
43	Masculino	xtianra30@hotmail.com	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
44	Masculino	aamirhuaman1975@gmail.com	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
45	Masculino	rodrich_romas@hotmail.com	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
46	Masculino	miayoma-67@hotmail.com	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
47	Masculino	modestoch2402@gmail.com	2	1	2	1	3	2	3	2	1	2	1	2	2	3	2	2	
48	Masculino	juvensol66@gmail.com	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
49	Masculino	rapido_2005_08@hotmail.com	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
50	Femenino	shanyvergara7@hotmail.com	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
51	Masculino	jimmyangel0027@gmail.com	1	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	
52	Masculino	jc_rodriguez981@outlook.com	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
53	Femenino	SYHUAMANR@HOTMAIL.COM	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	Masculino	carlumed@gmail.com	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	Femenino	britneyrf2@gmail.com	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
56	Masculino	michel_201187@hotmail.com	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
57	Femenino	Cynthia_tipian@hotmail.com	5	3	2	4	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	
58	Masculino	levisollopez@gmail.com	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
59	Masculino	uz20247574@utp.edu.pe	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	Femenino	chansqf@gmail.com	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	
61	Masculino	taurocsl_26@hotmail.com	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
62	Masculino	xxgzus@gmail.com	3	4	3	3	5	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	
63	Masculino	camflado_500@hotmail.com	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
64	Femenino	kathysalas.91@gmail.com	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	
65	Masculino	jdipere@hotmail.com	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
66	Femenino	knlar271@nmail.com	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	

Respuestas de formulario 1 semiprocetado procesado preguntas +

ANEXO 3: Tablas y gráficos de las preguntas aplicadas en la encuesta.

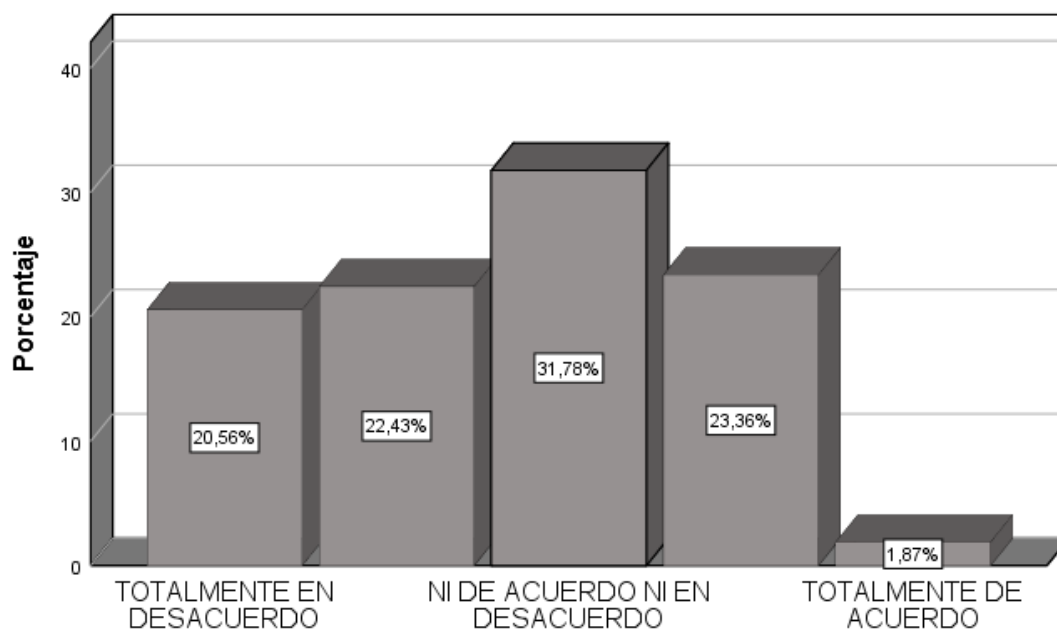
**Tabla Pregunta 1**

**Las instalaciones físicas del servicio centro de imágenes, son atractivas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	20,6
	EN DESACUERDO	24	22,4	22,4	43,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	34	31,8	31,8	74,8
	DE ACUERDO	25	23,4	23,4	98,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	2	1,9	1,9	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

**Figura Pregunta 1**

**Las instalaciones físicas del servicio centro de imágenes, son atractivas.**



**Las instalaciones físicas del servicio centro de imágenes, son atractivas.**

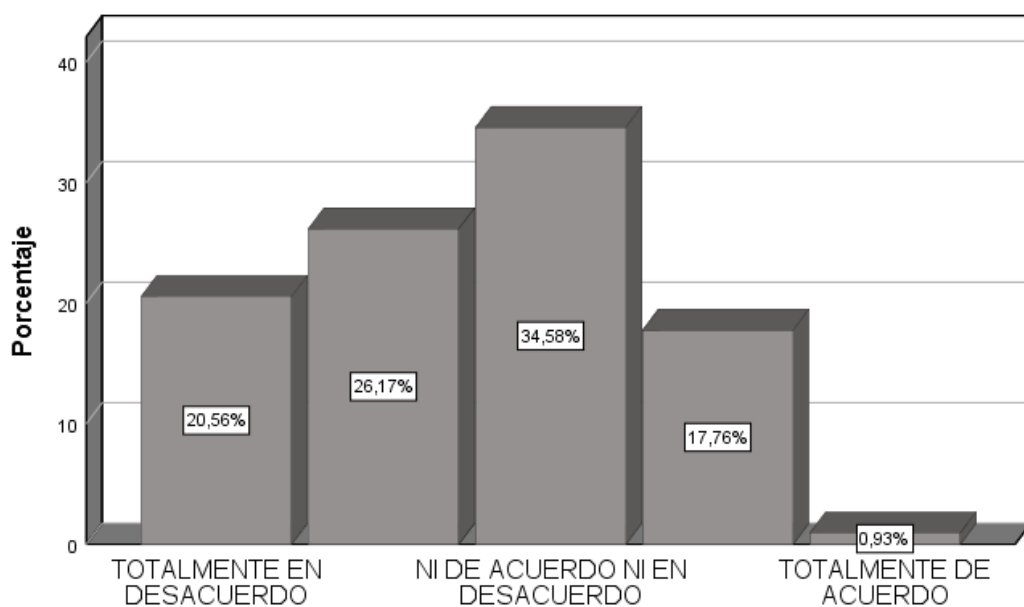
## Tabla pregunta 2

**El servicio centro de imágenes tiene equipos de aspecto moderno y con adecuado funcionamiento.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	20,6
	EN DESACUERDO	28	26,2	26,2	46,7
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	37	34,6	34,6	81,3
	DE ACUERDO	19	17,8	17,8	99,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	,9	,9	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 2

**El servicio centro de imágenes tiene equipos de aspecto moderno y con adecuado funcionamiento.**



**El servicio centro de imágenes tiene equipos de aspecto moderno y co...**

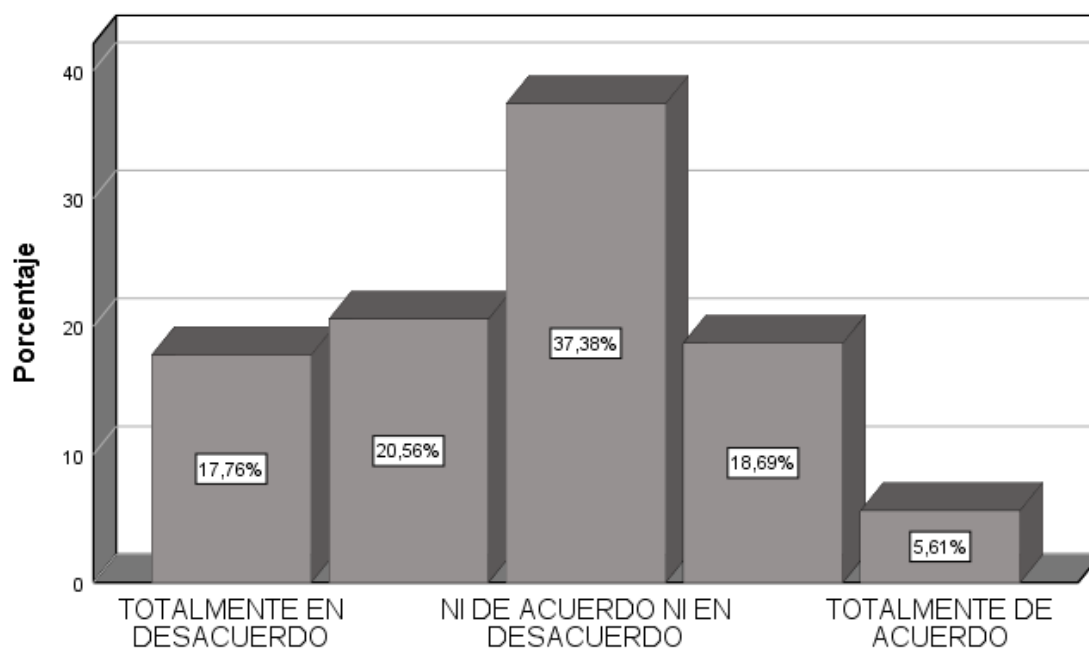
**Tabla pregunta 3**

**Los empleados del servicio centro de imágenes vienen pulcros a prestar el servicio.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	19	17,8	17,8	17,8
	EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	38,3
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	40	37,4	37,4	75,7
	DE ACUERDO	20	18,7	18,7	94,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

**Figura Pregunta 3**

**Los empleados del servicio centro de imágenes vienen pulcros a prestar el servicio.**



**Los empleados del servicio centro de imágenes vienen pulcros a prest...**

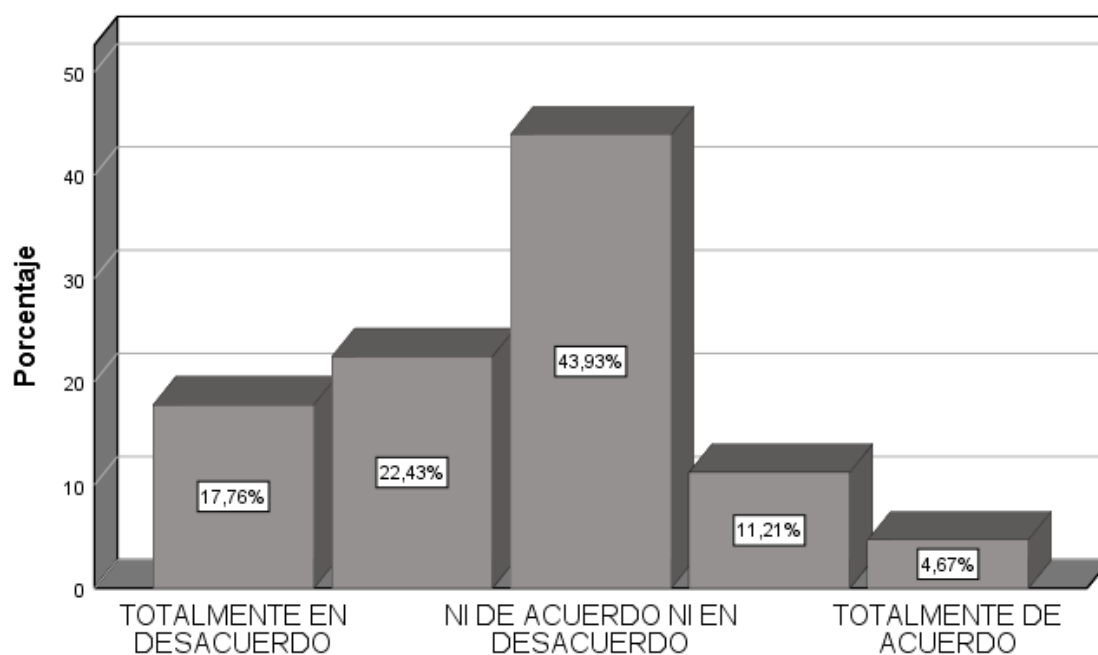
#### Tabla pregunta 4

Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	19	17,8	17,8	17,8
	EN DESACUERDO	24	22,4	22,4	40,2
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	47	43,9	43,9	84,1
	DE ACUERDO	12	11,2	11,2	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

#### Figura Pregunta 4

Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos.



Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos.

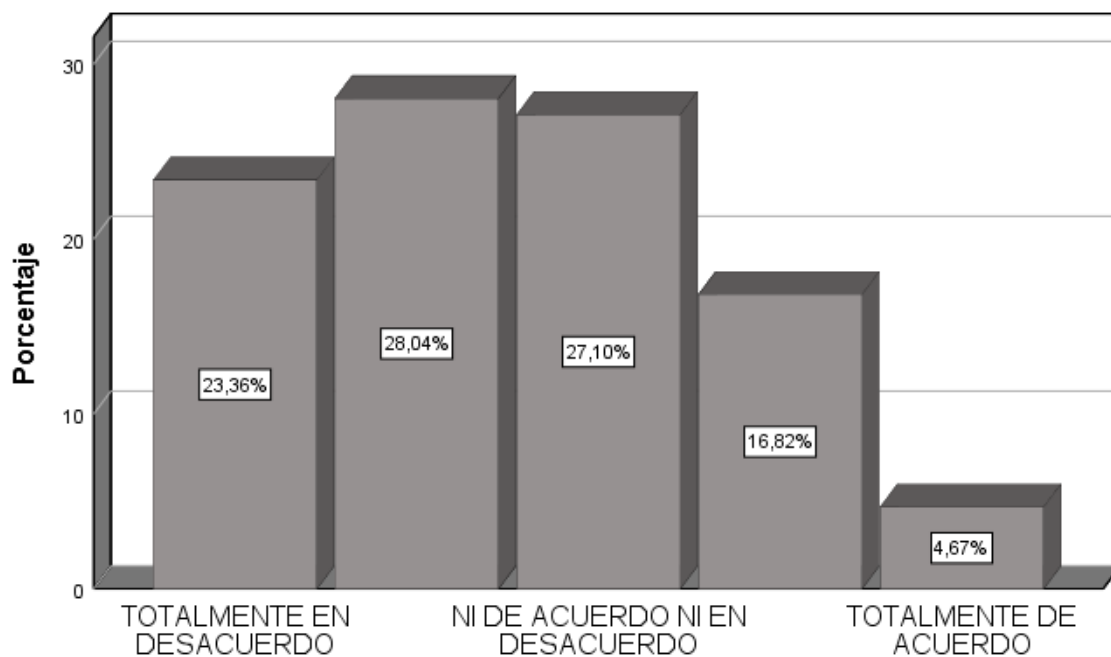
## Tabla Pregunta 5

Los resultados de los exámenes realizados, se entregan en el plazo establecido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	23,4
	EN DESACUERDO	30	28,0	28,0	51,4
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	29	27,1	27,1	78,5
	DE ACUERDO	18	16,8	16,8	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 5

Los resultados de los exámenes realizados, se entregan en el plazo establecido.



Los resultados de los exámenes realizados, se entregan en el plazo ...



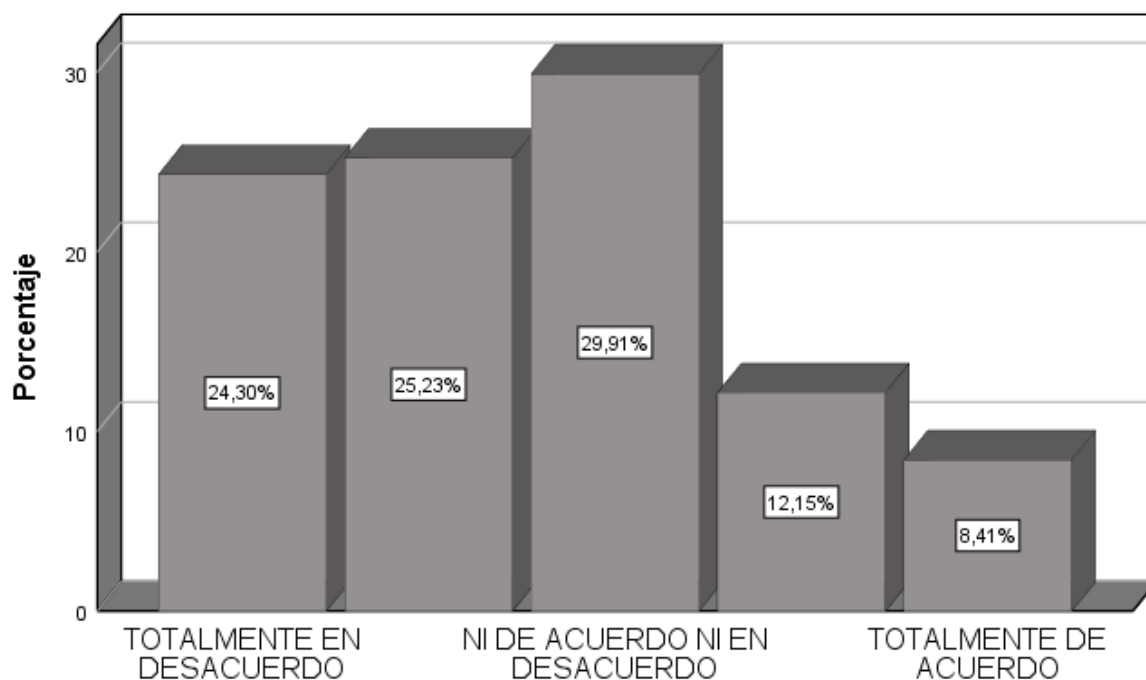
**Tabla pregunta 6**

**El área de imágenes, se desempeña bien en el servicio que ofrece.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	26	24,3	24,3	24,3
	EN DESACUERDO	27	25,2	25,2	49,5
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	32	29,9	29,9	79,4
	DE ACUERDO	13	12,1	12,1	91,6
	TOTALMENTE DE ACUERDO	9	8,4	8,4	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

**Figura Pregunta 6**

**El área de imágenes, se desempeña bien en el servicio que ofrece.**



**El área de imágenes, se desempeña bien en el servicio que ofrece.**

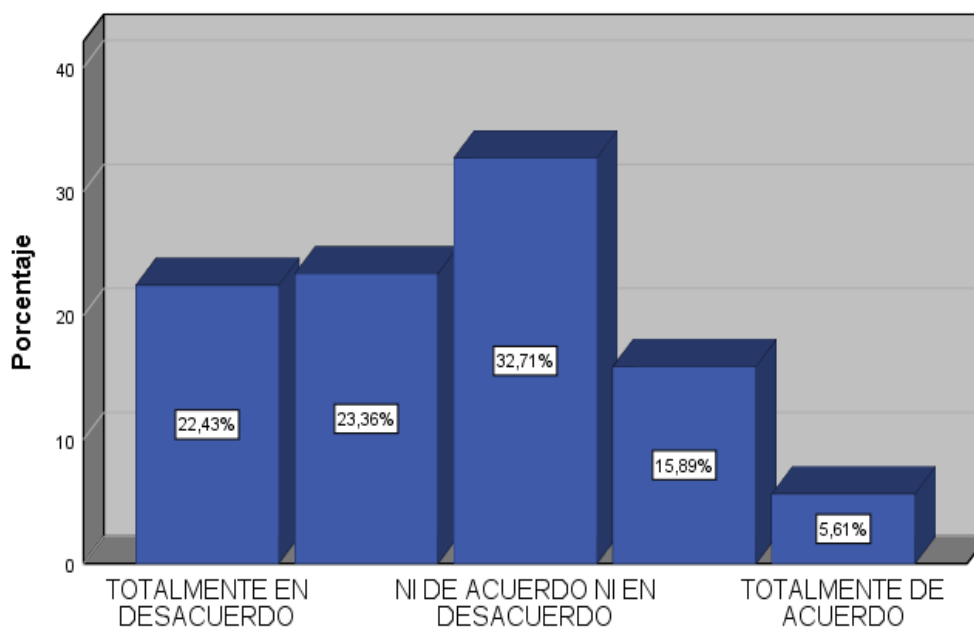
## Tabla pregunta 7

**Cuando el paciente tiene un problema, el servicio de imágenes muestra un sincero interés en resolverlo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	24	22,4	22,4	22,4
	EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	45,8
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	32,7	32,7	78,5
	DE ACUERDO	17	15,9	15,9	94,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 7

**Cuando el paciente tiene un problema, el servicio de imágenes muestra un sincero interés en resolverlo.**



**Cuando el paciente tiene un problema, el servicio de imágenes muestra...**

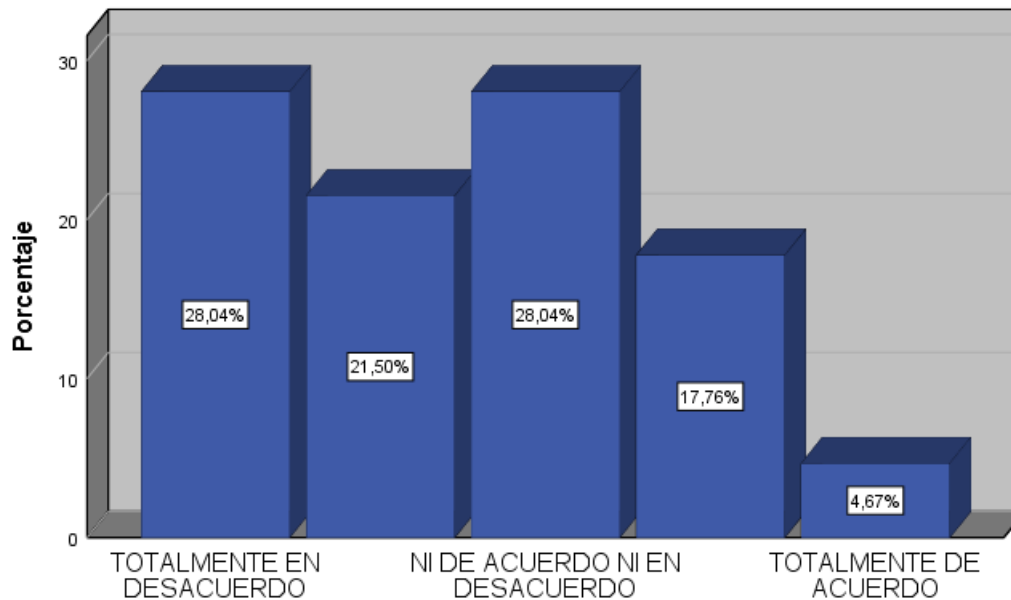
## Tabla pregunta 8

**El servicio centro de imágenes proporciona sus servicios de atención en el momento en que promete hacerlo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	30	28,0	28,0	28,0
	EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	49,5
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	30	28,0	28,0	77,6
	DE ACUERDO	19	17,8	17,8	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 8

**El servicio centro de imágenes proporciona sus servicios de atención en el momento en que promete hacerlo.**



**El servicio centro de imágenes proporciona sus servicios de atención ...**

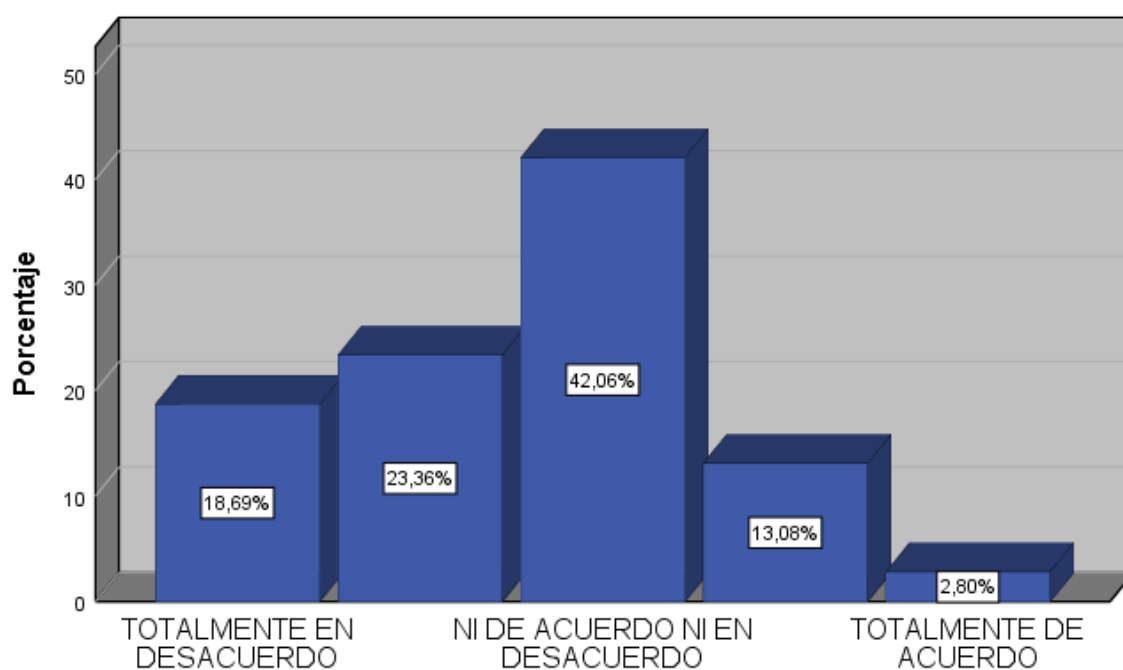
## Tabla pregunta 9

El área de imágenes realiza todo el proceso de atención con registros libres de error.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	20	18,7	18,7	18,7
	EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	42,1
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	45	42,1	42,1	84,1
	DE ACUERDO	14	13,1	13,1	97,2
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	2,8	2,8	100,0
	Total		107	100,0	100,0

## Figura Pregunta 9

El área de imágenes realiza todo el proceso de atención con registros libres de error.



El área de imágenes realiza todo el proceso de atención con registros ...

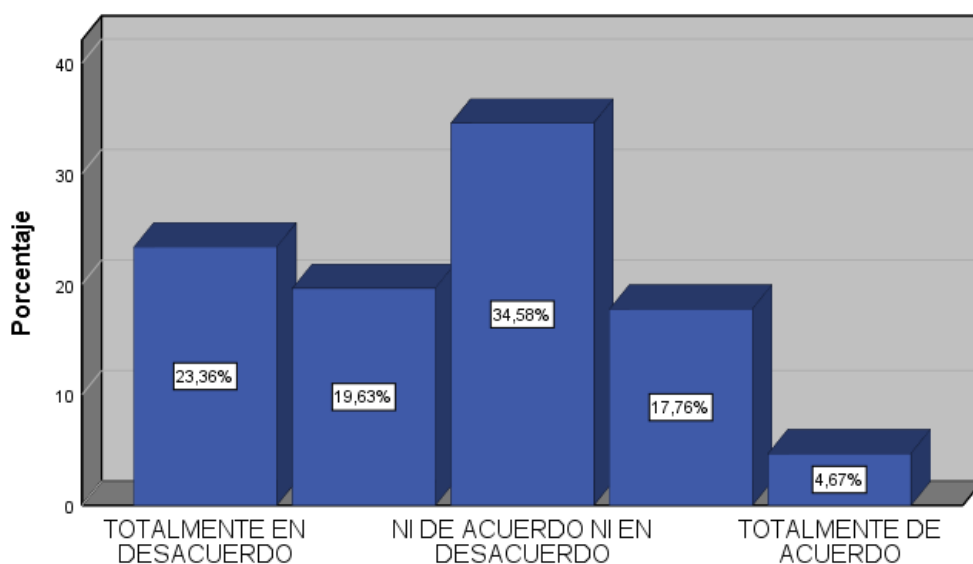
## Tabla pregunta 10

**El personal de imágenes mantiene informados a los pacientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	23,4
	EN DESACUERDO	21	19,6	19,6	43,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	37	34,6	34,6	77,6
	DE ACUERDO	19	17,8	17,8	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 10

**El personal de imágenes mantiene informados a los pacientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.**



**El personal de imágenes mantiene informados a los pacientes con ...**

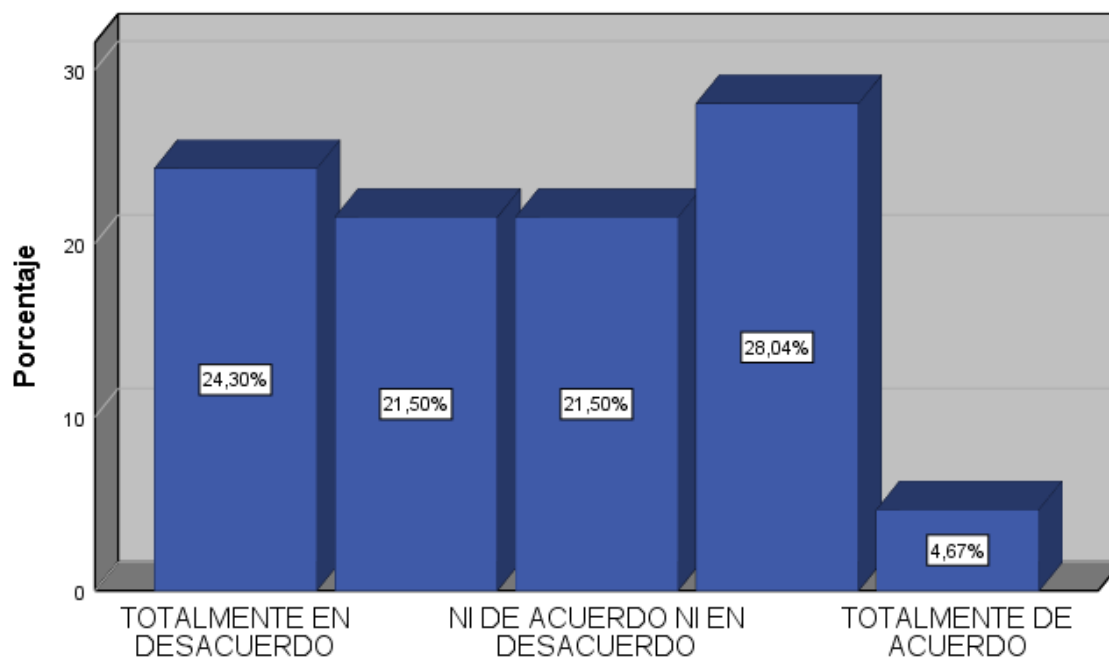
### Tabla pregunta 11

Los empleados, están dispuestos a ayudarlo cuando usted lo solicita.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	26	24,3	24,3	24,3
	EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	45,8
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	67,3
	DE ACUERDO	30	28,0	28,0	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total		107	100,0	100,0

### Figura Pregunta 11

Los empleados, están dispuestos a ayudarlo cuando usted lo solicita.



Los empleados, están dispuestos a ayudarlo cuando usted lo solicita.

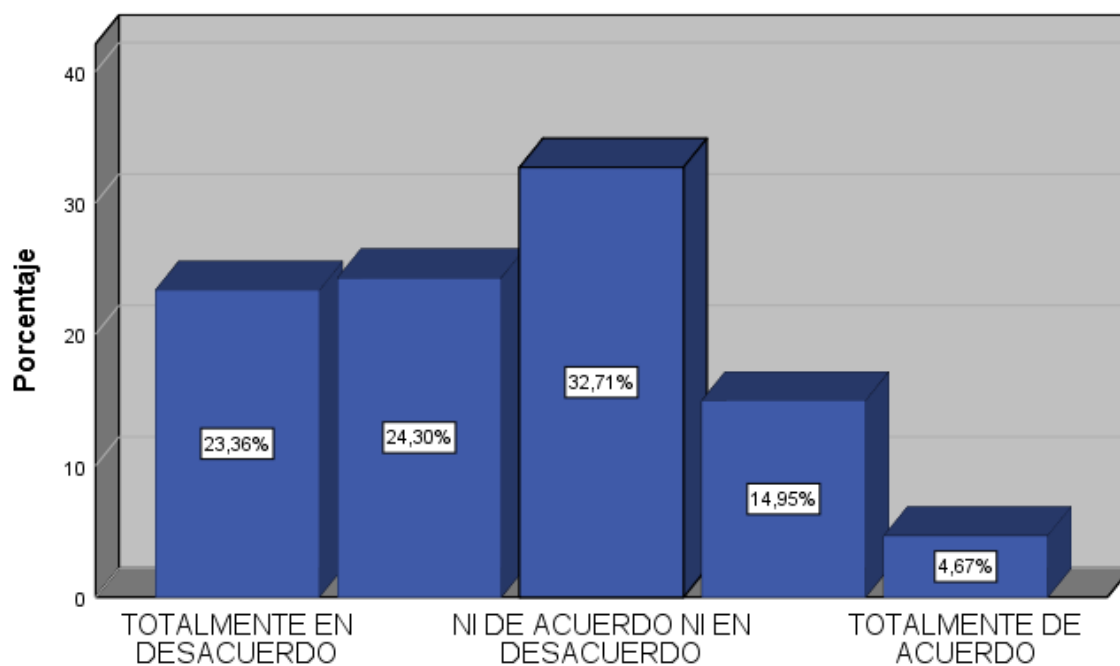
## Tabla pregunta 12

El personal del centro de imágenes da un servicio rápido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	23,4
	EN DESACUERDO	26	24,3	24,3	47,7
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	32,7	32,7	80,4
	DE ACUERDO	16	15,0	15,0	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 12

El personal del centro de imágenes da un servicio rápido.



El personal del centro de imágenes da un servicio rápido.

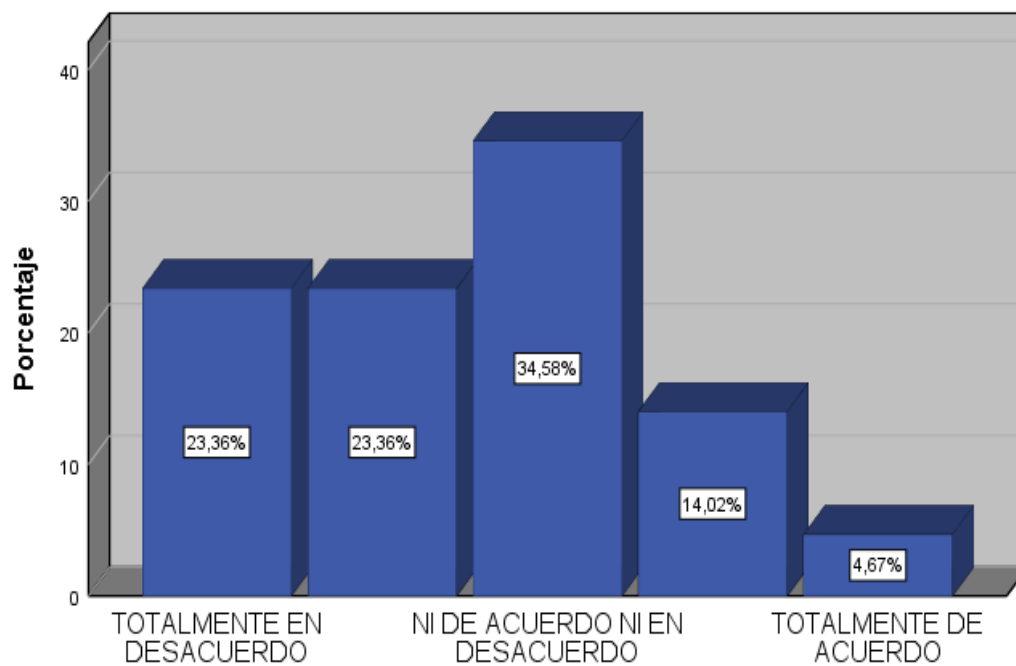
### Tabla pregunta 13

**El personal del servicio centro de imágenes, nunca están demasiado ocupados para ayudarle.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	23,4
	EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	46,7
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	37	34,6	34,6	81,3
	DE ACUERDO	15	14,0	14,0	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

**Figura Pregunta 13**

**El personal del servicio centro de imágenes, nunca están demasiado ocupados para ayudarle.**



**El personal del servicio centro de imágenes, nunca están demasiado ...**



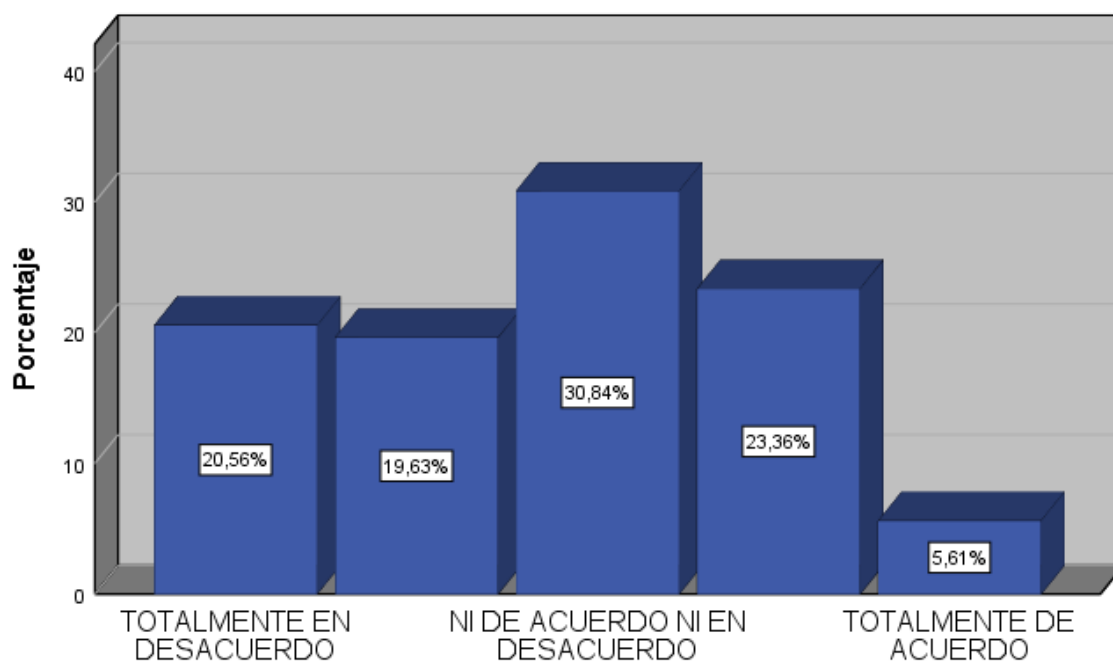
## Tabla pregunta 14

**El comportamiento del personal de salud, infunde confianza en Ud.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	20,6
	EN DESACUERDO	21	19,6	19,6	40,2
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	33	30,8	30,8	71,0
	DE ACUERDO	25	23,4	23,4	94,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 14

**El comportamiento del personal de salud, infunde confianza en Ud.**



**El comportamiento del personal de salud, infunde confianza en Ud.**

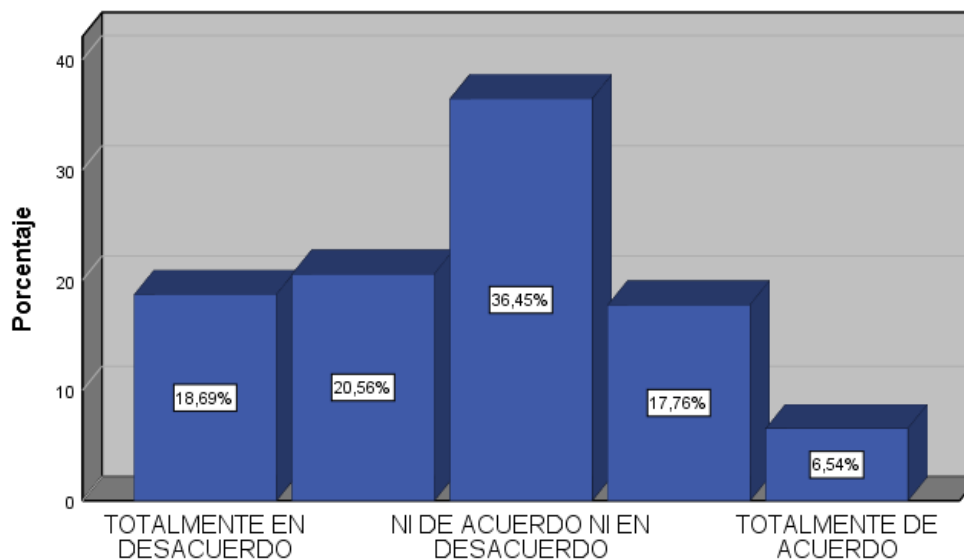
## Tabla pregunta 15

**El paciente se siente seguro en sus interacciones con el personal del área de imágenes durante el proceso de atención.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	20	18,7	18,7	18,7
	EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	39,3
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	39	36,4	36,4	75,7
	DE ACUERDO	19	17,8	17,8	93,5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	6,5	6,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 15

**El paciente se siente seguro en sus interacciones con el personal del área de imágenes durante el proceso de atención.**



**El paciente se siente seguro en sus interacciones con el personal del ...**

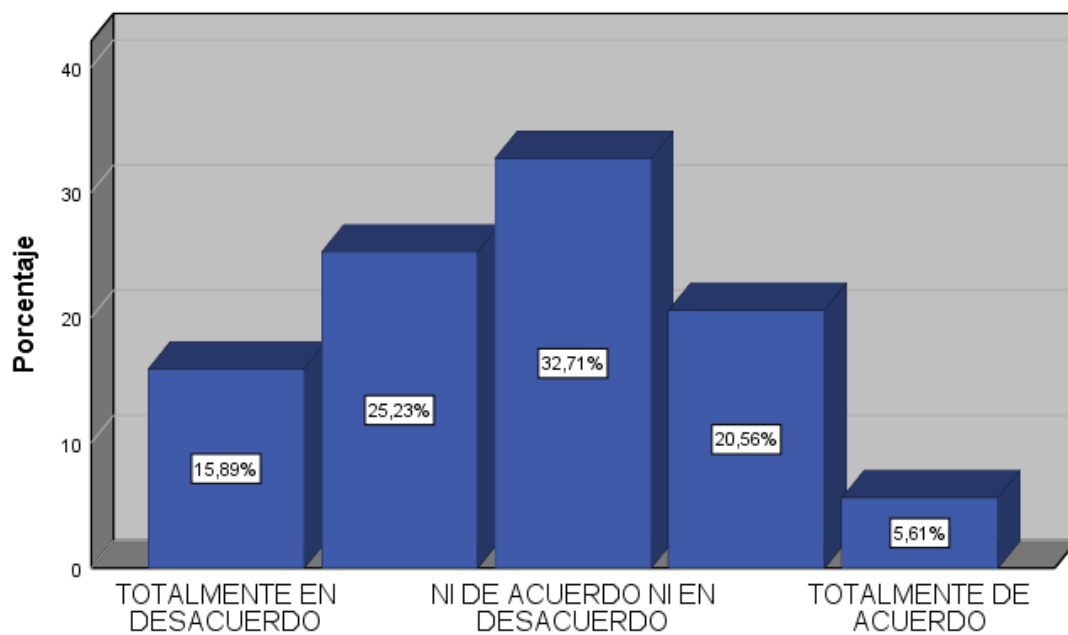
## Tabla pregunta 16

**Los empleados, son corteses permanentemente con Ud.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	17	15,9	15,9	15,9
	EN DESACUERDO	27	25,2	25,2	41,1
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	32,7	32,7	73,8
	DE ACUERDO	22	20,6	20,6	94,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 16

**Los empleados, son corteses permanentemente con Ud.**



**Los empleados, son corteses permanentemente con Ud.**

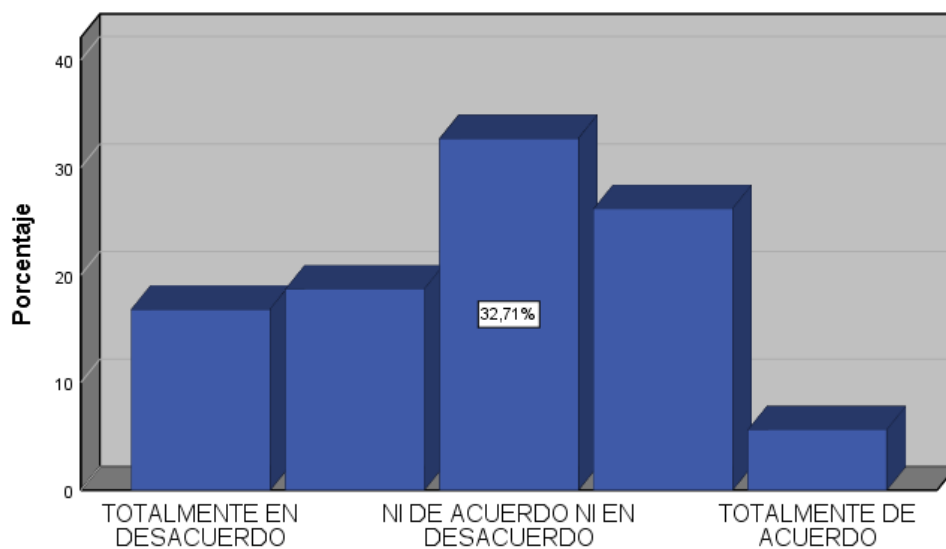
## Tabla pregunta 17

**El personal del centro de imágenes, poseen el conocimiento necesario para responder a las preguntas de los pacientes.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	18	16,8	16,8	16,8
	EN DESACUERDO	20	18,7	18,7	35,5
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	32,7	32,7	68,2
	DE ACUERDO	28	26,2	26,2	94,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 17

**El personal del centro de imágenes, poseen el conocimiento necesario para responder a las preguntas de los pacientes.**



**El personal del centro de imágenes, poseen el conocimiento necesario ...**

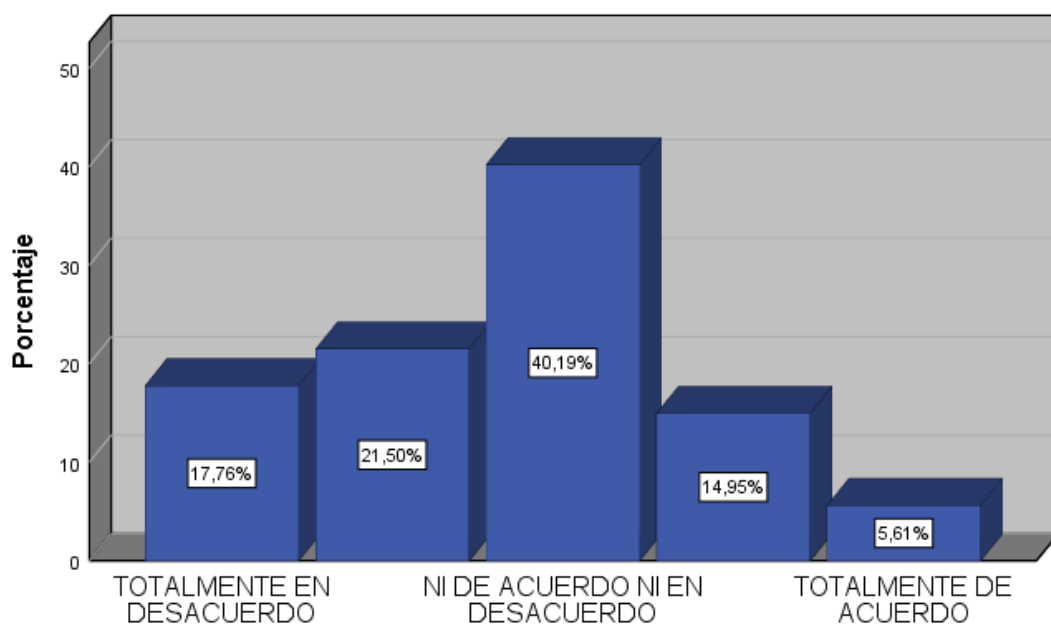
## Tabla pregunta 18

### El área de enfermería da atención individualizada a los pacientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	19	17,8	17,8	17,8
	EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	39,3
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	43	40,2	40,2	79,4
	DE ACUERDO	16	15,0	15,0	94,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 18

### El área de enfermería da atención individualizada a los pacientes.



### El área de enfermería da atención individualizada a los pacientes.

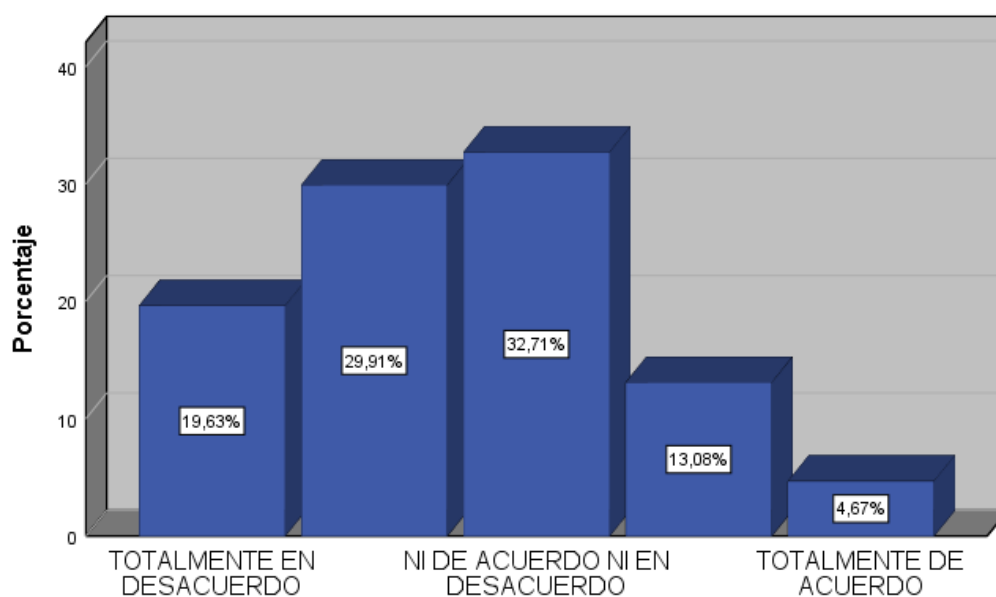
## Tabla pregunta 19

**El servicio centro de imágenes tiene empleados que den atención personal, a cada uno de los pacientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	21	19,6	19,6	19,6
	EN DESACUERDO	32	29,9	29,9	49,5
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	32,7	32,7	82,2
	DE ACUERDO	14	13,1	13,1	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 19

**El servicio centro de imágenes tiene empleados que den atención personal, a cada uno de los pacientes**



**El servicio centro de imágenes tiene empleados que den atención ...**

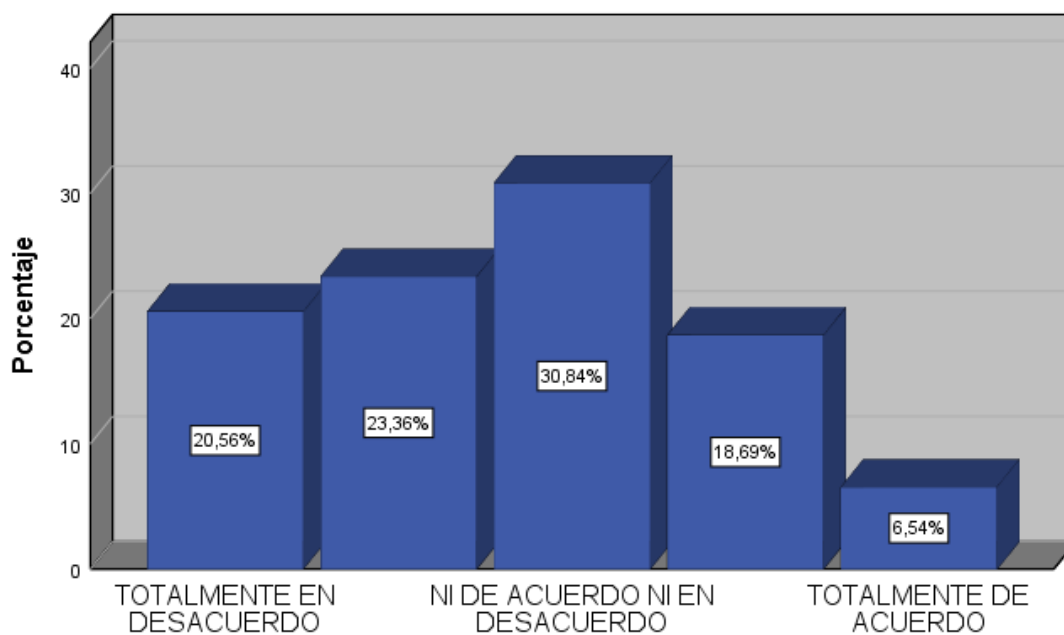
## Tabla pregunta 20

**El servicio centro de imágenes se preocupa en conservar sus mejores intereses.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	20,6
	EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	43,9
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	33	30,8	30,8	74,8
	DE ACUERDO	20	18,7	18,7	93,5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	6,5	6,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 20

**El servicio centro de imágenes se preocupa en conservar sus mejores intereses.**



**El servicio centro de imágenes se preocupa en conservar sus mejores ...**

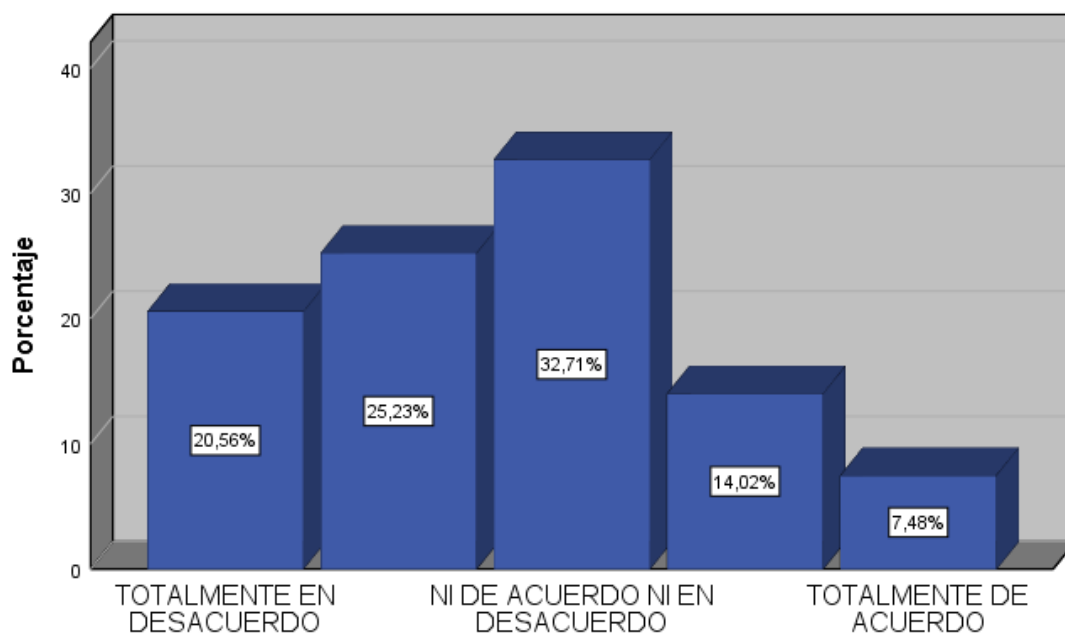
**Tabla pregunta 21**

**El personal entienden las necesidades específicas de Ud.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	20,6
	EN DESACUERDO	27	25,2	25,2	45,8
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	32,7	32,7	78,5
	DE ACUERDO	15	14,0	14,0	92,5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	8	7,5	7,5	100,0
	Total		107	100,0	100,0

**Figura Pregunta 21**

**El personal entienden las necesidades específicas de Ud.**



**El personal entienden las necesidades específicas de Ud.**



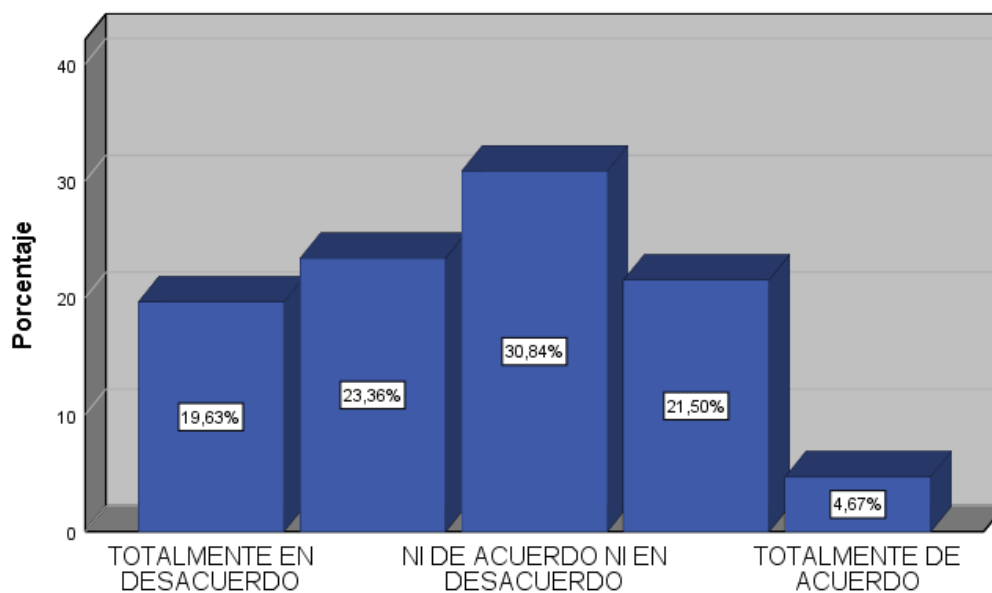
## Tabla pregunta 22

**El servicio centro de imágenes cuenta con horarios de atención convenientes para todos sus pacientes.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	21	19,6	19,6	19,6
	EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	43,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	33	30,8	30,8	73,8
	DE ACUERDO	23	21,5	21,5	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 22

**El servicio centro de imágenes cuenta con horarios de atención convenientes para todos sus pacientes.**



**El servicio centro de imágenes cuenta con horarios de atención ...**

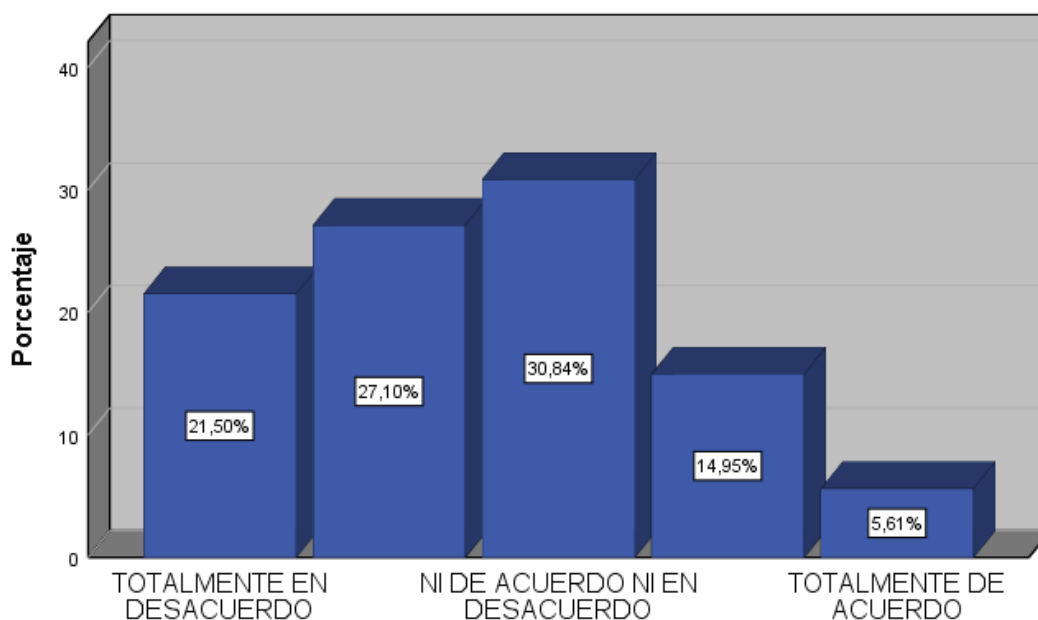
### Tabla pregunta 23

**Los horarios elegidos por el paciente, para su atencion se cumple sin postegaciones.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	21,5
	EN DESACUERDO	29	27,1	27,1	48,6
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	33	30,8	30,8	79,4
	DE ACUERDO	16	15,0	15,0	94,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

### Figura Pregunta 23

**Los horarios elegidos por el paciente, para su atencion se cumple sin postegaciones.**



**Los horarios elegidos por el paciente, para su atencion se cumple sin ...**

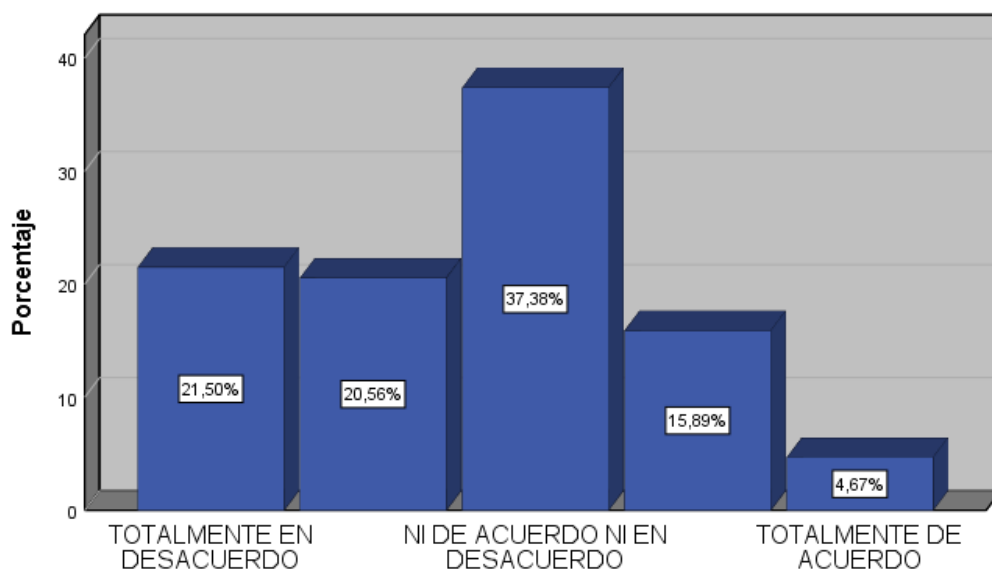
## Tabla pregunta 24

La elección que realiza el paciente, en cuanto a hora y fecha para su procedimiento son con opciones ideales y oportunas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	21,5
	EN DESACUERDO	22	20,6	20,6	42,1
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	40	37,4	37,4	79,4
	DE ACUERDO	17	15,9	15,9	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 24

La elección que realiza el paciente, en cuanto a hora y fecha para su procedimiento son con opciones ideales y oportunas.



La elección que realiza el paciente, en cuanto a hora y fecha para su ...

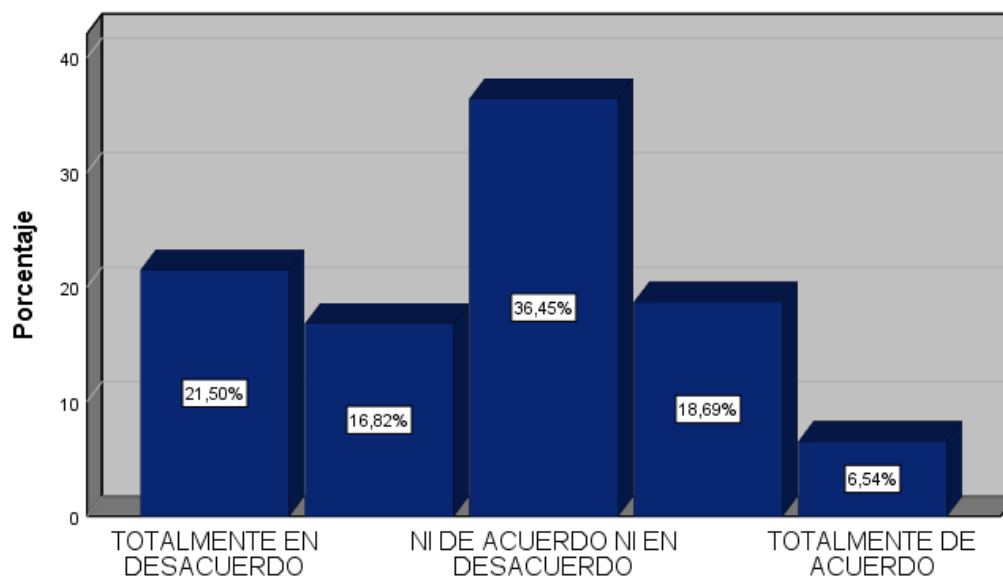
## Tabla pregunta 25

**El personal del centro de imágenes brinda la información suficiente y adecuada sobre el procedimiento a realizar al paciente, pues tiene organizada y visible las instrucciones.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	21,5
	EN DESACUERDO	18	16,8	16,8	38,3
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	39	36,4	36,4	74,8
	DE ACUERDO	20	18,7	18,7	93,5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	6,5	6,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 25

**El personal del centro de imágenes brinda la información suficiente y adecuada sobre el procedimiento a realizar al paciente, pues tiene organizada y visible las instrucciones.**



**El personal del centro de imágenes brinda la información suficiente y ...**

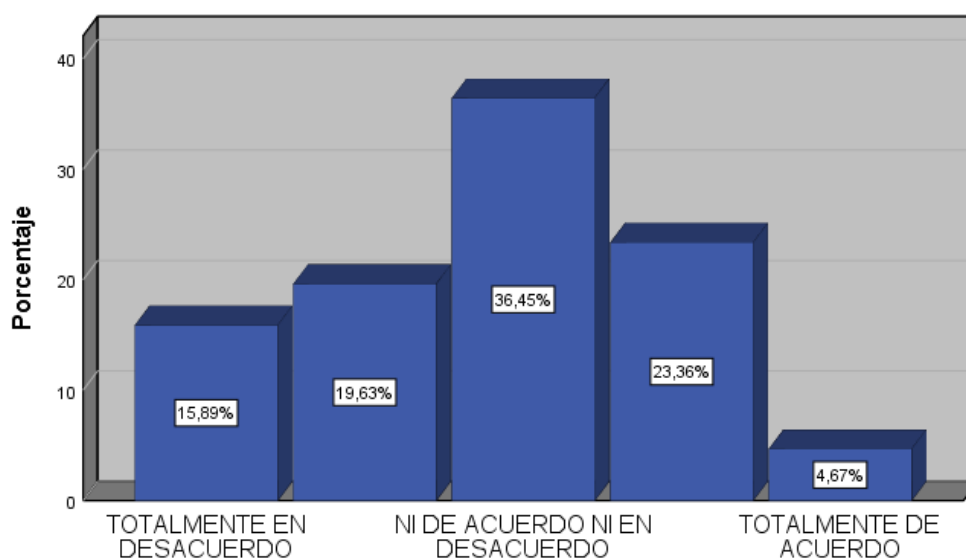
### Tabla pregunta 26

**Las indicaciones brindadas al paciente en el área de imágenes, permite que el paciente tenga la interpretación precisa por el apoyo sostenido del personal de atención.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	17	15,9	15,9	15,9
	EN DESACUERDO	21	19,6	19,6	35,5
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	39	36,4	36,4	72,0
	DE ACUERDO	25	23,4	23,4	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

### Figura Pregunta 26

**Las indicaciones brindadas al paciente en el área de imágenes, permite que el paciente tenga la interpretación precisa por el apoyo sostenido del personal de atención.**



**Las indicaciones brindadas al paciente en el área de imágenes, permite ...**

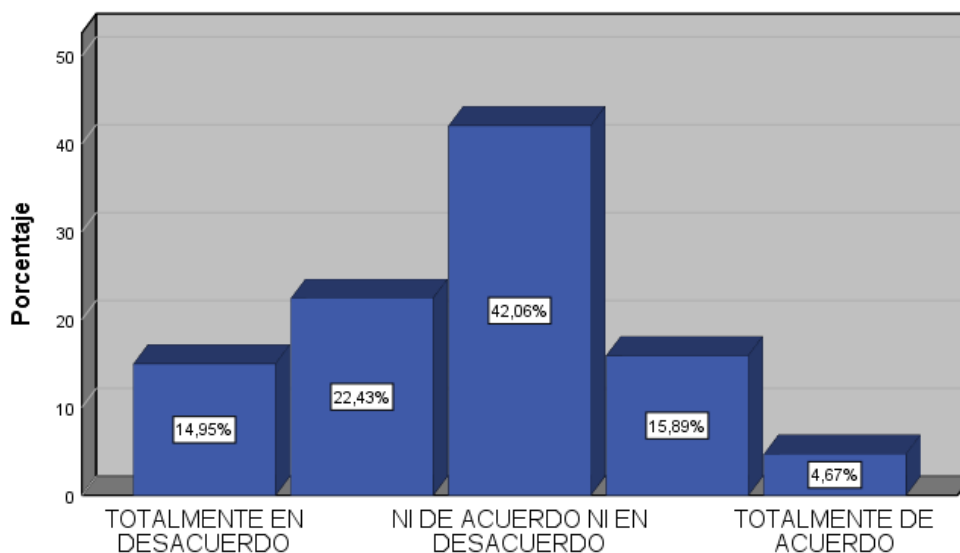
## Tabla pregunta 27

**El personal de atención está en constante contacto con el usuario durante su estancia en el área para facilitar la interpretación de la información.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	16	15,0	15,0	15,0
	EN DESACUERDO	24	22,4	22,4	37,4
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	45	42,1	42,1	79,4
	DE ACUERDO	17	15,9	15,9	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 27

**El personal de atención está en constante contacto con el usuario durante su estancia en el área para facilitar la interpretación de la información.**



**El personal de atención está en constante contacto con el usuario dura...**

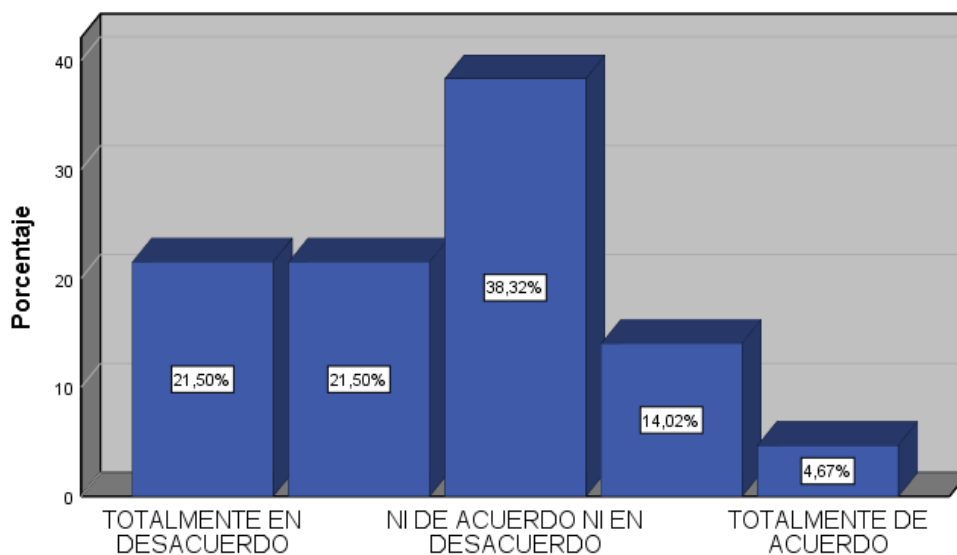
## Tabla pregunta 28

El servicio prestado, genera en el usuario opiniones como: “era lo que esperaba y anhelaba” “atención cordial y humanizada”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	21,5
	EN DESACUERDO	23	21,5	21,5	43,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	41	38,3	38,3	81,3
	DE ACUERDO	15	14,0	14,0	95,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

## Figura Pregunta 28

El servicio prestado, genera en el usuario opiniones como: “era lo que esperaba y anhelaba” “atención cordial y humanizada”.



El servicio prestado, genera en el usuario opiniones como: “era lo que ...

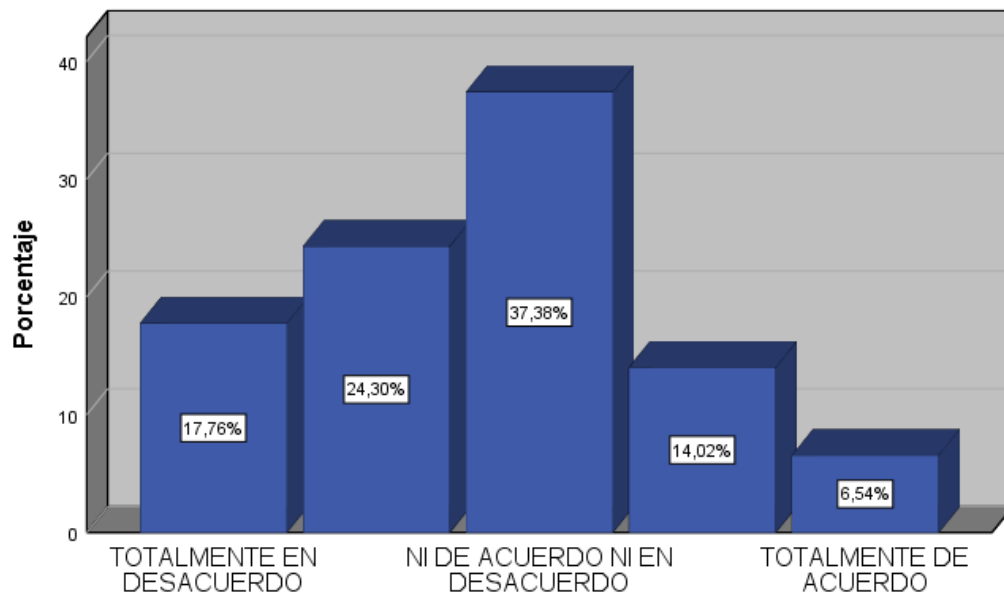
### Tabla pregunta 29

La experiencia durante el proceso de atención generan expectativa satisfactoria en el usuario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	19	17,8	17,8	17,8
	EN DESACUERDO	26	24,3	24,3	42,1
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	40	37,4	37,4	79,4
	DE ACUERDO	15	14,0	14,0	93,5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	6,5	6,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

### Figura Pregunta 29

La experiencia durante el proceso de atención generan expectativa satisfactoria en el usuario.



La experiencia durante el proceso de atención generan expectativa ...

### Tabla pregunta 30

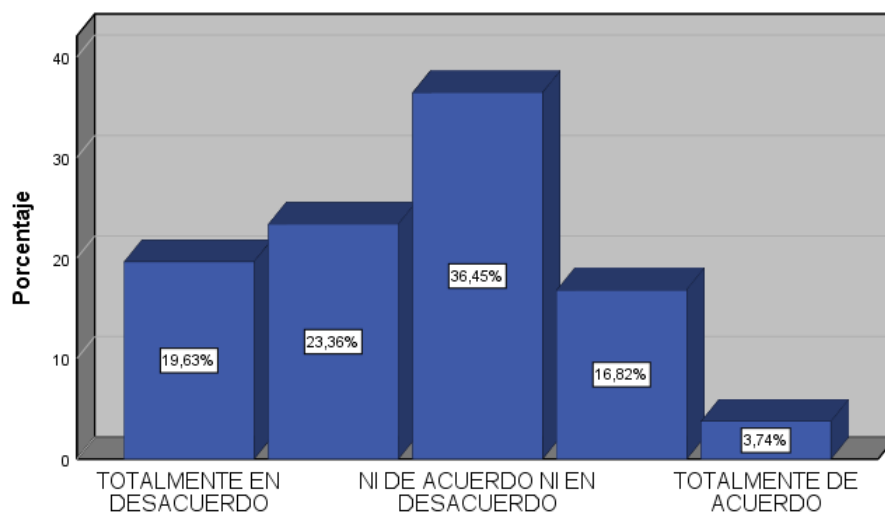
El servicio prestado, es el deseado, por la experiencia de los colaboradores en el proceso de atención: citas, entrega de resultados, etc.



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	21	19,6	19,6	19,6
	EN DESACUERDO	25	23,4	23,4	43,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	39	36,4	36,4	79,4
	DE ACUERDO	18	16,8	16,8	96,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	4	3,7	3,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

### Figura Pregunta 30

El servicio prestado, es el deseado, por la experiencia de los colaboradores en el proceso de atención: citas, entrega de resultados, etc.



El servicio prestado, es el deseado, por la experiencia de los ...

Tabla Variable 1 : Calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	42	39.3	39.3	39.3
MEDIO	50	46.7	46.7	86.0
ALTO	15	14.0	14.0	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Dimensión Elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	41	38.3	38.3	38.3
MEDIO	57	53.3	53.3	91.6
ALTO	9	8.4	8.4	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Dimensión confiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	45	42.1	42.1	42.1
MEDIO	47	43.9	43.9	86.0
ALTO	15	14.0	14.0	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Dimensión capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	44	41.1	41.1	41.1
MEDIO	54	50.5	50.5	91.6
ALTO	9	8.4	8.4	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Dimensión seguridad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	31	29.0	29.0	29.0
MEDIO	59	55.1	55.1	84.1
ALTO	17	15.9	15.9	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Dimensión empatía.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	42	39.3	39.3	39.3
MEDIO	48	44.9	44.9	84.1
ALTO	17	15.9	15.9	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Variable 2: Satisfacción del Usuario.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	38	35.5	35.5	35.5
MEDIO	51	47.7	47.7	83.2
ALTO	18	16.8	16.8	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Dimensión Percepción del producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	37	34.6	34.6	34.6
MEDIO	51	47.7	47.7	82.2
ALTO	19	17.8	17.8	100.0
Total	107	100,0	100,0	

Tabla Dimensión Expectativas del Usuario.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	41	38.3	38.3	38.3
MEDIO	49	45.8	45.8	84.1
ALTO	17	15.9	15.9	100.0
Total	107	100,0	100,0	

ANEXO 4: Modelo de Consentimiento y/o asentimiento informado, formato UCV



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: 20503869592
Hospital Militar Central - Coronel Arias Schreiber.	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Edgar Mario Cano Polo	
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:	"Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario del Servicio Centro de Imágenes del Hospital Militar Central del distrito Jesús María, 2023"	
Nombre del Programa Académico:	Administración	
Autor:	Yeny Linares Cruz.	DNI: 47679766
Nombres y Apellidos:		

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:

  
-----  
O- 213387064 - O+  
Firma y sello: EDGAR MARIO CANO POLO  
CRL SAN MED  
VICERRECTORADO DEL NIÑO  
**(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 4: Matriz Evaluación por juicio de expertos, formato UCV.

### **Evaluación por juicio de expertos** RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 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

<b>Nombre del juez:</b>	Juan Martin Campos Huaman
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X )                      Doctor        (   )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica        (   )                      Social        (   ) Educativa (   )                      Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Gestión de Organizaciones
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años        (   ) Más de 5 años    ( X )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No corresponde

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala:

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.
<b>Autores:</b>	Yeny Linares Cruz
<b>Procedencia:</b>	Callao
<b>Administración:</b>	Yeny Linares Cruz
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Jesús María
<b>Significación:</b>	Calidad de servicio será medida por elementos tangibles (Instalaciones físicas, equipo, personal, materiales de comunicación), Confiabilidad (Desempeño del servicio, seguridad, precisión) Capacidad de respuesta (Disposición para ayudar, servicios rápidos) Seguridad (libre de peligro, libre de riesgos, libre de incertidumbre) y Empatía (Buena comunicación, comprensión del cliente). Y la satisfacción del usuario será medida por percepción del producto ( elección de información, organización de

	información, interpretación de información) y Expectativas del usuario (anhelos del usuario, experiencia en el proceso de atención).
--	--

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Calidad de servicio	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Confiabilidad	Capacidad para desempeñar el servicio prometido con seguridad y precisión. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Seguridad	Libre de peligros, riesgos o incertidumbre. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Empatía	Facil acceso, buena comunicación y comprensión del cliente. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.” elaborado por Guerrero Calderón, Junior Antonio y Martínez Gusquin, Gyna Rosa en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	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.
<b>COHERENCIA</b> 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.
<b>RELEVANCIA</b> 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

**Dimensiones del instrumento: Gestión de calidad de servicios**

- Primera dimensión: **Elementos Tangibles**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra los elementos tangibles**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Instalaciones físicas	¿ Las instalaciones físicas del servicio centro de imágenes, son atractivas?.	4	4	4	
Equipo	¿El servicio centro de imágenes tiene equipos de aspecto moderno y con adecuado funcionamiento?.	4	4	4	
Personal	¿ Los empleados del servicio centro de imágenes vienen pulcros a prestar el servicio?.	4	4	4	
Materiales de comunicación	¿ Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos?.	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Confiabilidad**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la confiabilidad**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desempeño del servicio	¿Los resultados de los exámenes realizados, se entregan en el plazo establecido? ¿El área de imágenes, se desempeña bien en el servicio que ofrece?.	4	4	4	
Seguridad	¿ Cuando el paciente tiene un problema, el servicio centro de imágenes muestra un sincero interés en resolverlo?.	4	4	4	
Precisión	¿ El servicio centro de imágenes proporciona sus servicios de atención en el momento en que promete hacerlo? ¿ El área de imágenes realiza todo el proceso de atención con registros libres de error?.	4	4	4	



- Tercera dimensión: **Capacidad de respuesta**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la capacidad de respuesta**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disposicion para Ayudar	¿El personal de Imágenes mantiene informados a los pacientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios? ¿Los empleados, están dispuestos a ayudarle cuando usted solicita?	4	4	4	
Servicios rapidos	¿El personal del Cnetro de imágenes da un servicio rápido? ¿El personal del servicio centro de imágenes, nunca están demasiado ocupados para ayudarle?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Seguridad**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la seguridad**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Libre de peligro	¿El comportamiento de los empleados, infunde confianza en Ud.? ¿ El paciente se siente seguro en sus interacciones con el personal del área de imágenes durante el proceso de atención?.	4	4	4	
Libre de riesgos	¿Los empleados, son corteses permanentemente con Ud.?	4	4	4	
Libre de incertidumbre	¿El personal del Centro de Imágenes, poseen el conocimiento necesario para responder a las preguntas de los pacientes.?	4	4	4	

- Quinta dimensión: **Empatia**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la capacidad de respuesta**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Buena comunicacion	¿El área de enfermería da atención individualizada a los pacientes? ¿El servicio centro de imágenes tiene empleados que den atención personal, a cada uno de los pacientes?	4	4	4	

Compresión del cliente	¿El servicio centro de imágenes se preocupa en conservar sus mejores intereses? ¿ El personal entienden las necesidades específicas de Ud.? ¿ El servicio centro de imágenes cuenta con horarios de atención convenientes para todos sus pacientes.?	4	4	4	
------------------------	---	---	---	---	--

**Dimensiones del instrumento: Satisfacción del Usuario**

- Primera dimensión: **Percepción del producto**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la percepción del producto**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Elección de la información	¿Los horarios elegidos por el paciente, para su atención se cumple sin postergaciones? ¿La elección que realiza el paciente, en cuanto a hora y fecha para su procedimiento son con opciones ideales y oportunas?.	4	4	4	
Organización de la información	¿El personal del centro de imágenes brinda la información suficiente y adecuada sobre el procedimiento a realizar al paciente, pues tiene organizada y visible las instrucciones?	4	4	4	
Interpretación de la información	¿ Las indicaciones brindadas al paciente en el área de imágenes, permite que el paciente tenga la interpretación precisa por el apoyo sostenido del personal de atención? ¿ El personal de atención está en constante contacto con el usuario durante su estancia en el área para facilitar la interpretación de la información?.				

- Segunda dimensión: **Expectativas del usuario**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra las expectativas del usuario**



Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Anhelos del usuario	¿ El servicio prestado, genera en el usuario opiniones como: "era lo que esperaba y anhelaba" "atención cordial y humanizada"?.	4	4	4	
Experiencia en el proceso de atención	¿ La experiencia durante el proceso de atención generan expectativa satisfactoria en el usuario? ¿El servicio prestado, es el deseado, por la experiencia de los colaboradores en el proceso de atención: citas, entrega de resultados, etc.?.	4	4	4	

  
 Firma del evaluador  
 DNI 08676260

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

## Evaluación por juicio de expertos

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

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 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

<b>Nombre del juez:</b>	Eliana Pérez Ruibal Regalado	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( <input type="checkbox"/> )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( <input type="checkbox"/> )	Social ( <input type="checkbox"/> )
	Educativa ( <input type="checkbox"/> )	Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Gestión de Organizaciones y operaciones	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( <input type="checkbox"/> )	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No corresponde	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala:

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.
<b>Autores:</b>	Yeny Linares Cruz
<b>Procedencia:</b>	Callao
<b>Administración:</b>	Yeny Linares Cruz
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Jesús María
<b>Significación:</b>	Calidad de servicio será medida por elementos tangibles (Instalaciones físicas, equipo, personal, materiales de comunicación), Confiabilidad (Desempeño del servicio, seguridad, precisión) Capacidad de respuesta (Disposición para ayudar, servicios rápidos) Seguridad (libre de peligro, libre de riesgos, libre de incertidumbre) y Empatía (Buena comunicación, comprensión del cliente). Y la satisfacción del usuario será medida por percepción del producto ( elección de información, organización de

	información, interpretación de información) y Expectativas del usuario (anhelos del usuario, experiencia en el proceso de atención).
--	--

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Calidad de servicio	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Confiabilidad	Capacidad para desempeñar el servicio prometido con seguridad y precisión. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Seguridad	Libre de peligros, riesgos o incertidumbre. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Empatía	Facil acceso, buena comunicación y comprensión del cliente. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.” elaborado por Guerrero Calderón, Junior Antonio y Martínez Gusquin, Gyna Rosa en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	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.
<b>COHERENCIA</b> 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.
<b>RELEVANCIA</b> 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

**Dimensiones del instrumento: Gestión de calidad de servicios**

- Primera dimensión: **Elementos Tangibles**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra los elementos tangibles**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Instalaciones físicas	¿ Las instalaciones físicas del servicio centro de imágenes, son atractivas?.	4	4	4	
Equipo	¿El servicio centro de imágenes tiene equipos de aspecto moderno y con adecuado funcionamiento?.	4	4	4	
Personal	¿ Los empleados del servicio centro de imágenes vienen pulcros a prestar el servicio?.	4	4	4	
Materiales de comunicación	¿ Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos?.	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Confiabilidad**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la confiabilidad**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desempeño del servicio	¿Los resultados de los exámenes realizados, se entregan en el plazo establecido?. ¿El área de imágenes, se desempeña bien en el servicio que ofrece?.	4	4	4	
Seguridad	¿ Cuando el paciente tiene un problema, el servicio centro de imágenes muestra un sincero interés en resolverlo?.	4	4	4	
Precisión	¿ El servicio centro de imágenes proporciona sus servicios de atención en el momento en que promete hacerlo? ¿ El área de imágenes realiza todo el proceso de atención con registros libres de error?.	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Capacidad de respuesta**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la capacidad de respuesta**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disposicion para Ayudar	¿El personal de Imágenes mantiene informados a los pacientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios? ¿Los empleados, están dispuestos a ayudarle cuando usted solicita?	4	4	4	
Servicios rapidos	¿El personal del Cnetro de imágenes da un servicio rápido? ¿El personal del servicio centro de imágenes, nunca están demasiado ocupados para ayudarle?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Seguridad**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la seguridad**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Libre de peligro	¿El comportamiento de los empleados, infunde confianza en Ud.? ¿ El paciente se siente seguro en sus interacciones con el personal del área de imágenes durante el proceso de atención?.	4	4	4	
Libre de riesgos	¿Los empleados, son corteses permanentemente con Ud.?	4	4	4	
Libre de incertidumbre	¿El personal del Centro de Imágenes, poseen el conocimiento necesario para responder a las preguntas de los pacientes.?	4	4	4	

- Quinta dimensión: **Empatia**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la capacidad de respuesta**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Buena comunicacion	¿El área de enfermería da atención individualizada a los pacientes? ¿El servicio centro de imágenes tiene empleados que den atención personal, a cada uno de los pacientes?	4	4	4	



Compresión del cliente	¿El servicio centro de imágenes se preocupa en conservar sus mejores intereses? ¿ El personal entienden las necesidades específicas de Ud.? ¿ El servicio centro de imágenes cuenta con horarios de atención convenientes para todos sus pacientes.?	4	4	4	
------------------------	---	---	---	---	--

**Dimensiones del instrumento: Satisfacción del Usuario**

- Primera dimensión: **Percepción del producto**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la percepción del producto**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Elección de la información	¿Los horarios elegidos por el paciente, para su atención se cumple sin postergaciones? ¿La elección que realiza el paciente, en cuanto a hora y fecha para su procedimiento son con opciones ideales y oportunas?.	4	4	4	
Organización de la información	¿El personal del centro de imágenes brinda la información suficiente y adecuada sobre el procedimiento a realizar al paciente, pues tiene organizada y visible las instrucciones?	4	4	4	
Interpretación de la información	¿ Las indicaciones brindadas al paciente en el área de imágenes, permite que el paciente tenga la interpretación precisa por el apoyo sostenido del personal de atención? ¿ El personal de atención está en constante contacto con el usuario durante su estancia en el área para facilitar la interpretación de la información?.				

- Segunda dimensión: **Expectativas del usuario**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra las expectativas del usuario**

+

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Anhelos del usuario	¿ El servicio prestado, genera en el usuario opiniones como: "era lo que esperaba y anhelaba" "atención cordial y humanizada"?.	4	4	4	
Experiencia en el proceso de atención	¿ La experiencia durante el proceso de atención generan expectativa satisfactoria en el usuario? ¿El servicio prestado, es el deseado, por la experiencia de los colaboradores en el proceso de atención: citas, entrega de resultados, etc.?.	4	4	4	

  
 Firma del evaluador  
 DNI

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

# Evaluación por juicio de expertos

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

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 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

<b>Nombre del juez:</b>	Luis Enrique Dios Zárate		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input type="checkbox"/> )	Doctor	( <input type="checkbox"/> )
<b>Área de formación académica:</b>	Clinica ( <input type="checkbox"/> )	Social	( <input type="checkbox"/> )
	Educativa ( <input type="checkbox"/> )	Organizacional	( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Gestión de Organizaciones		
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( <input type="checkbox"/> )	Más de 5 años	( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No corresponde		

## 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

## 3. Datos de la escala:

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.
<b>Autores:</b>	Yeny Linares Cruz
<b>Procedencia:</b>	Callao
<b>Administración:</b>	Yeny Linares Cruz
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Jesús María
<b>Significación:</b>	Calidad de servicio será medida por elementos tangibles (Instalaciones físicas, equipo, personal, materiales de comunicación), Confiabilidad (Desempeño del servicio, seguridad, precisión) Capacidad de respuesta (Disposición para ayudar, servicios rápidos) Seguridad (libre de peligro, libre de riesgos, libre de incertidumbre) y Empatía (Buena comunicación, comprensión del cliente). Y la satisfacción del usuario será medida por percepción del producto ( elección de información, organización de

	información, interpretación de información) y Expectativas del usuario (anhelos del usuario, experiencia en el proceso de atención).
--	--

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Calidad de servicio	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Confiabilidad	Capacidad para desempeñar el servicio prometido con seguridad y precisión. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Seguridad	Libre de peligros, riesgos o incertidumbre. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).
	Empatía	Facil acceso, buena comunicación y comprensión del cliente. (Zeithaml, Parasuraman y Berry 1985) Citado por Lovelock et al. (2009).

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario “**Calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio centro de imágenes del hospital militar central del distrito de Jesús María, 2023.**” elaborado por Guerrero Calderón, Junior Antonio y Martínez Gusquin, Gyna Rosa en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	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.
<b>COHERENCIA</b> 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.
<b>RELEVANCIA</b> 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

**Dimensiones del instrumento: Gestión de calidad de servicios**

- Primera dimensión: **Elementos Tangibles**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra los elementos tangibles**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Instalaciones físicas	¿ Las instalaciones físicas del servicio centro de imágenes, son atractivas?.	4	4	4	
Equipo	¿El servicio centro de imágenes tiene equipos de aspecto moderno y con adecuado funcionamiento?.	4	4	4	
Personal	¿ Los empleados del servicio centro de imágenes vienen pulcros a prestar el servicio?.	4	4	4	
Materiales de comunicación	¿ Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos?.	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Confiabilidad**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la confiabilidad**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desempeño del servicio	¿Los resultados de los exámenes realizados, se entregan en el plazo establecido?. ¿El área de imágenes, se desempeña bien en el servicio que ofrece?.	4	4	4	
Seguridad	¿ Cuando el paciente tiene un problema, el servicio centro de imágenes muestra un sincero interés en resolverlo?.	4	4	4	
Precisión	¿ El servicio centro de imágenes proporciona sus servicios de atención en el momento en que promete hacerlo? ¿ El área de imágenes realiza todo el proceso de atención con registros libres de error?.	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Capacidad de respuesta**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la capacidad de respuesta**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disposicion para Ayudar	¿El personal de Imágenes mantiene informados a los pacientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios? ¿Los empleados, están dispuestos a ayudarle cuando usted solicita?	4	4	4	
Servicios rapidos	¿El personal del Cnetro de imágenes da un servicio rápido? ¿El personal del servicio centro de imágenes, nunca están demasiado ocupados para ayudarle?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Seguridad**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la seguridad**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Libre de peligro	¿El comportamiento de los empleados, infunde confianza en Ud.? ¿ El paciente se siente seguro en sus interacciones con el personal del área de imágenes durante el proceso de atención?.	4	4	4	
Libre de riesgos	¿Los empleados, son corteses permanentemente con Ud.?	4	4	4	
Libre de incertidumbre	¿El personal del Centro de Imágenes, poseen el conocimiento necesario para responder a las preguntas de los pacientes.?	4	4	4	

- Quinta dimensión: **Empatia**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la capacidad de respuesta**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Buena comunicacion	¿El área de enfermería da atención individualizada a los pacientes? ¿El servicio centro de imágenes tiene empleados que den atención personal, a cada uno de los pacientes?	4	4	4	

Compresión del cliente	¿El servicio centro de imágenes se preocupa en conservar sus mejores intereses? ¿ El personal entienden las necesidades específicas de Ud.? ¿ El servicio centro de imágenes cuenta con horarios de atención convenientes para todos sus pacientes.?	4	4	4	
------------------------	---	---	---	---	--

**Dimensiones del instrumento: Satisfacción del Usuario**

- Primera dimensión: **Percepción del producto**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la percepción del producto**

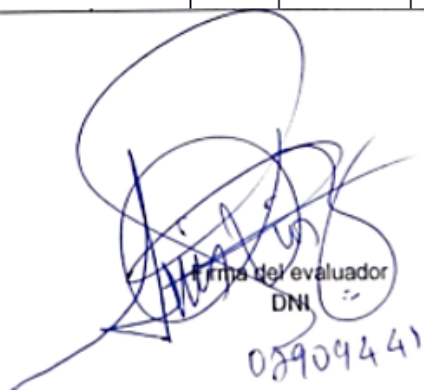
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Elección de la información	¿Los horarios elegidos por el paciente, para su atención se cumple sin postergaciones? ¿La elección que realiza el paciente, en cuanto a hora y fecha para su procedimiento son con opciones ideales y oportunas?.	4	4	4	
Organización de la información	¿El personal del centro de imágenes brinda la información suficiente y adecuada sobre el procedimiento a realizar al paciente, pues tiene organizada y visible las instrucciones?	4	4	4	
Interpretación de la información	¿ Las indicaciones brindadas al paciente en el área de imágenes, permite que el paciente tenga la interpretación precisa por el apoyo sostenido del personal de atención? ¿ El personal de atención está en constante contacto con el usuario durante su estancia en el área para facilitar la interpretación de la información?.				



- Segunda dimensión: **Expectativas del usuario**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra las expectativas del usuario**

+

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Anhelos del usuario	¿ El servicio prestado, genera en el usuario opiniones como: "era lo que esperaba y anhelaba" "atención cordial y humanizada"?.	4	4	4	
Experiencia en el proceso de atención	¿ La experiencia durante el proceso de atención genera expectativa satisfactoria en el usuario? ¿El servicio prestado, es el deseado, por la experiencia de los colaboradores en el proceso de atención: citas, entrega de resultados, etc.?.	4	4	4	


  
 Firma del evaluador  
 DNI: 05909441

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