



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“ATENCIÓN DE LOS USUARIOS Y SU RELACIÓN CON LA  
COMPETITIVIDAD EN EL INSTITUTO NACIONAL MATERNO  
PERINATAL, LIMA 2018”

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

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORA:**

SARITA ISABEL VÁSQUEZ JIMÉNEZ

**ASESOR:**

MGTR. CASMA ZARATE, CARLOS ANTONIO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

GESTION DE ORGANIZACIONES

**LIMA - PERÚ**

2018 – I

**PÀGINA DEL JURADO**

---

**Dr. Antonio Díaz Saucedo**

**Presidente**

---

**Mgtr. Iván Torres de la Cruz**

**Secretario**

---

**Mgtr. Carlos Casma Zárate**

**Vocal**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a Dios, y a la memoria de mi Madre porque siempre ha sido mi cómplice, amiga y guía y a pesar que ella ya no esté a mi lado siempre ha sido y será mi apoyo incondicional en las decisiones que ha de tomar y proyectos a realizar y sobretodo culminarlo, gracias a sus consejos y amor maternal, esta tesis se lo dedico a ella mi ángel guardián te Amo Mucho mi viejita linda y a nuestro padre celestial Dios mi guía y protector.

A mi papá, hermanos y sobrinos los quiero y amo mucho.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por siempre guiarme y cuidarme, a mi asesor, por brindarme su apoyo, tiempo y conocimientos en la realización de mi proyecto de investigación en cada instante.

A mi familia quienes siempre han sido mi soporte y motivación hacia mi persona.

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Yo: Sarita Isabel Vásquez Jiménez con DNI N° 42427647, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, Julio del 2018

Sarita Isabel Vásquez Jiménez

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “Atención de los usuarios y su relación con la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018”.

La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Lima, Julio del 2018

Sarita Isabel Vásquez Jiménez

## ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad Problematica.....	16
1.1.1. En el contexto Internacional.....	16
1.1.2. En el contexto Nacional.....	17
1.1.3. En el contexto Local.....	18
1.2. Trabajos previos.....	19
1.2.1. En el contexto Internacional.....	19
1.2.2. En el contexto Nacional.....	21
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	22
1.3.1. Teorías relacionadas a la variable Atención de los usuarios.....	22
1.3.2. Teorías relacionadas a la variable Competitividad.....	27
1.4. Formulación del problema.....	29
1.4.1. Problema general.....	27
1.4.2. Problema específico.....	27
1.5. Justificación del estudio.....	28
1.5.1. Justificación Teórica.....	28
1.5.2. Justificación practica.....	28
1.5.3. Justificación metodológica.....	30
1.6. Hipòtesis.....	31
1.6.1. Hipòtesis general.....	31
1.6.2. Hipòtesis específico.....	31
1.7. Objetivo.....	32
1.7.1. Objetivo general.....	32
1.7.2. Objetivo específico.....	32

II. METODOLOGIA.....	33
2.1. Método de investigación.....	34
2.1.1. Diseño de Investigación.....	34
2.1.2. Tipo de investigación.....	35
2.1.3. Nivel de investigación.....	36
2.2. Variables, operacionalización.....	44
2.3. Población .....	45
2.3.1. Población.....	45
2.3.2. Muestra.....	45
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	46
2.4.1. Técnica de recolección de datos.....	46
2.4.2. Instrumento de recolección de datos.....	47
2.4.3. Validez.....	49
2.4.4. Confiabilidad de instrumento.....	50
2.5. Métodos de análisis de datos.....	51
2.6. Aspectos éticos.....	52
III. RESULTADOS.....	54
3.1. Análisis descriptivo de resultados.....	55
3.1.1. Variable Atención de los usuarios.....	55
3.1.2. Variable Competitividad.....	58
3.2. Análisis inferencial.....	62
3.2.1. Prueba de normalidad de las hipótesis.....	62
3.2.2. Prueba de hipótesis.....	63
IV. DISCUSION.....	69
V. CONCLUSION.....	72
VI. RECOMENDACIONES.....	73
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	74
Anexos.....	77
➤ CUESTIONARIO.....	78
➤ VALIDACION.....	80
➤ MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	86



## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 01:</b> Estructura del Diseño de Investigación.....	35
<b>Cuadro 02:</b> Variables en estudio.....	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 01:</b> Frecuencias de respuestas de la variable Atención de los usuarios.....	55
<b>Figura 02:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Calidad de servicio.....	56
<b>Figura 03:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Satisfacción del cliente.....	57
<b>Figura 04:</b> Frecuencias de respuestas de la variable Competitividad.....	58
<b>Figura 05:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Ventaja competitiva.....	59
<b>Figura 06:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Participación de mercado.....	60
<b>Figura 07:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Productividad.....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 01:</b> Matriz de Operacionalización de variables.....	44
<b>Tabla 02:</b> Estructura dimensional de las variables de estudio.....	48
<b>Tabla 03:</b> Ítems en la escala de Likert.....	49
<b>Tabla 04:</b> Validación de expertos.....	49
<b>Tabla 05:</b> Resumen de fiabilidad del cuestionario 1-20.....	50
<b>Tabla 06:</b> Nivel de confiabilidad.....	50
<b>Tabla 07:</b> Coeficiente de correlación Tau-b de Kendall.....	51
<b>Tabla 08:</b> Criterios y características éticas.....	52
<b>Tabla 09:</b> Frecuencias de respuestas de la variable Atención de los usuarios.....	55
<b>Tabla 10:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Calidad de servicio.....	56
<b>Tabla 11:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Satisfacción del cliente.....	57
<b>Tabla 12:</b> Frecuencias de respuestas de la variable Competitividad.....	58
<b>Tabla 13:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Ventaja competitiva.....	59
<b>Tabla 14:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Participación de mercado.....	60
<b>Tabla 15:</b> Frecuencias de respuestas de la dimensión Productividad.....	61
<b>Tabla 16:</b> Regla de decisión y correspondencia.....	62
<b>Tabla 17:</b> Prueba de normalidad de la variable Atención de los usuarios y Competitividad en el INMP.....	63
<b>Tabla 18:</b> Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, según la Hipótesis general.....	64
<b>Tabla 19:</b> Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, entre la Atención de los usuarios y la dimensión ventaja competitiva.....	65
<b>Tabla 20:</b> Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, entre la variable atención de los usuarios y la dimensión participación de mercado.....	66
<b>Tabla 21:</b> Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, entre la variable atención de los usuarios y la dimensión productividad.....	67

## RESUMEN

Esta investigación se realizó en el “Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018”, con el objetivo de conocer si existe una relación entre las variables atención de los usuarios y la competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal. Para esto la población para esta investigación fue de 50 puérperas (mujeres que ya dieron Luz) en el servicio "E" en el INMP. Se aplicó la técnica de encuesta usando como instrumento el cuestionario que equivale a 20 preguntas en la escala de Likert.

La normalidad de las variables y dimensiones se evaluó con la prueba de Kolmogorov – Smirnov. La validación del instrumento se realizó mediante Juicio de expertos y la fiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente Alfa Cronbach con un resultado de 0,887. Una vez que se recolecto los datos se procesaron y analizaron en el programa estadístico SPSS. Teniendo como resultados la relación entre ambas variables. Atención de usuarios y competitividad en el INMP, Lima 2018 ( $p > 0.05$ ),

Palabras clave: Atención del usuario, Competitividad.

## ABSTRAC

This research was carried out in the "National Maternal Perinatal Institute, Lima 2018", with the objective of knowing if there is a relationship between the variables attention of users and competitiveness in the National Maternal Perinatal Institute. For this the population for this research was 50 puerperia's (women who already gave Luz) in the service "E" in the INMP. The survey technique was applied using as a tool the questionnaire that equals 20 questions on the Likert scale.

The normality of the variables and dimensions was evaluated with the Kolmogorov - Smirnov test. The validation of the instrument was carried out by Expert judgment and its reliability was calculated through the Alfa Cronbach coefficient with a result of 0.887. Once the data was collected, they were processed and analyzed in the SPSS statistical program. Taking as a result the relationship between both variables. Attention of users and competitiveness in the INMP, Lima 2018 ( $p > 0.05$ ),

Keywords: attention of the users, competitiveness

## I. INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación que a continuación presento, tiene por objetivo general la Atención de los usuarios y su relación con la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018, en el ámbito del sector salud, concretamente en los servicios de hospitalización que están seleccionados de acuerdo al diagnóstico de cada mujer gestantes y/o puérperas (ya dieron a luz) como son los servicios A, B, C, D Y E, pero en este caso tome en mi investigación al servicio “E”.

En la investigación para efectos de la presente tesis, además de elaborar el marco teórico y conceptual, doy a conocer los datos obtenidos de diferentes autores. Por otro lado, la evidencia empírica se basa en el trabajo de campo con el apoyo de diferentes instrumentos de recolección de datos, entre ellos tome el cuestionario que me ha permitido recabar información respecto al tema.

En la Atención de los usuarios y su relación con la Competitividad el cuestionario fue aplicado a una muestra de 50 madres gestantes que se encuentran hospitalizadas en el servicio “E” en el INMP, por ser este un Instituto de Nivel III de alta complejidad y en donde se atienden todas las mujeres gestantes en lima y referidas de todos los rincones de nuestro patria.

Estas variables e indicadores de estos instrumentos, se encuentran en torno a cuatro aspectos, que desde nuestro enfoque inciden directamente en mejorar la atención de los usuarios y a mejorar la competitividad en esta institución. En primer lugar la situación que se vive a diario con las mujeres embarazadas dentro de los servicios de salud en el área de hospitalización encuestadas, cuyos indicadores son la mala atención por parte de los trabajadores de salud asistenciales y administrativos, cuyos indicadores son capacidad de respuesta, atención, comunicación, amabilidad, credibilidad comprensión, responsabilidad, compromiso, expectativas del usuario, innovación, tecnología, calidad, estrategias, desempeño, diferenciación, eficiencia, eficacia y la rentabilidad. Como segundo aspecto se analiza la competitividad que tiene el INMP frente a diferentes clínicas que supuestamente están bien implementadas y también cuentas con profesionales de

primer nivel pero sin embargo cuando hay una complicación en el embarazo y en especial cuando las mujeres gestantes están ya con los dolores de partos están son referidas al INMP. Al verse disminuido la atención por parte del personal asistencial y administrativo esto hace que su competitividad con otras instituciones se vean disminuidas ocasionando críticas, quejas y reclamos por parte del usuario que asiste a diario a esta institución.

El escaso y disminuido presupuesto que son designados a dichos centros, imposibilita también las capacitaciones a todo el personal en más importantes que tengan que ver directamente con el usuario y la institución. La tesis en su conjunto comprende los siguientes capítulos:

Capítulo I, contiene el planteamiento y la formulación del problema; los objetivos, la justificación y las limitaciones, además de la hipótesis, las variables e indicadores de estudio. Capítulo II, tenemos el marco teórico conceptual de las dos variables atención de los usuarios y competitividad; elaborado sobre la base y revisión de un gran número de fuentes de información, tanto en centros de documentación, biblioteca de la universidad cesar vallejo e Internet, describe la metodología, población y muestra, así como el diseño de investigación, y los instrumentos de recolección de datos, con el respectivo análisis estadístico de validez y confiabilidad, sobre la que descansa toda la recolección de información. Capítulo III, en cuyo contenido exponemos los resultados de la investigación realizada y los datos oficiales obtenidos en diversas fuentes. Capítulo IV, en esta parte se expone la discusión de los resultados, que nos permitirán demostrar o rechazar la hipótesis general y las específicas, de la investigación. Atención de los usuarios y su relación con la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018, .Finalmente, se incluyen las conclusiones y recomendaciones puntuales, a las que luego de la investigación se han arribado, seguido de los respectivos anexos que permiten conocer y aclarar aspectos procedimentales llevados a cabo en la ejecución de la tesis, en especial los cuadros complementarios más importantes, producto de la tabulación de datos.

## **1.1 Realidad Problemática.**

Actualmente a nivel internacional la atención de los usuarios es un tema con muchos puntos negativos, En américa latina es donde se manifiestan muchos problemas como tener un mejor nivel de vida, el cual va a comprender aspectos como derecho a la educación y a la salud, etc. Dentro de ese enfoque se debe contar con un desarrollo en el crecimiento económico, que por sí mismo no se podría lograr un crecimiento sostenible del bienestar humano, requiriéndose de una firme acción, basada en políticas solidas tanto en lo económico como en lo social.

En muchos países del mundo el sistema de salud es caro sino tienes un trabajo estable no se puede acceder a este; y al accederlo la variación en la cobertura a veces varía según su aportación en el caso de estos Hospitales y centros especializados tratan de brindar una buena atención a sus usuarios pero si este se quedara sin trabajo muchas veces son tan inhumanos que no permiten o simplemente la población no accedería a este servicio tan indispensables.

Pero ahora estos países desarrollados quieren ser más competentes y ser a la vez competitivos con sus ciudadanos queriendo tomar como ejemplos a países en vía de desarrollo, la salud universal para así brindar una atención a sus usuarios en este sector muy importante.

La Competitividad internacionalmente, así como en el Perú está creciendo cada día, industria o sector de un país, región o localidad, de esta manera poder conservar o aumentar su participación de mercado en bienes, servicios cuya importancia en el comercio, consumo y valor agregado mundial este creciendo y que continúe aumentando en el futuro.

Actualmente podemos apreciar que la Atención de los usuarios y la Competitividad, están conectadas, pero a pesar de ello somos testigos que se está reflejando una falta de interés en brindar sus servicios. La calidad, la comunicación por ejemplo son algunas de las percepciones que los pacientes tienen sobre el establecimiento de salud - MINSA, pero en realidad no es favorable, constantemente



se evidencia, maltratos a la población en todo el país.

En caso de las provincias podemos encontrar un panorama igual de común en donde el personal hace su trabajo y no les importa la buena atención a sus usuarios y menos ser competitivos con otras instituciones del mismo rubro.

Ya sea porque en su mayoría los mismos usuarios son los que pagan un sistema de salud lo que se quiere es que en el Perú se le dé una variación a este panorama y así logremos que la calidad de nuestros servicios sea la mejor de lima. Orientando las actividades, tratando que cada vez se difundan los casos positivos y de éxito.

Por un lado a la hora de brindar un cuidado al paciente, no se aprecia el interés del personal profesional, asistencial y administrativo. Por otra parte a pesar de contar con poca capacidad en cuanto a los insumos, somos competitivos con otros establecimientos que brindan el mismo servicio de atención pero a un precio más elevado. Nosotros al poder brindar un mejor precio en nuestros servicios como consultorios, hospitalización, exámenes complementarios, etc. A nuestros usuarios nos permite competir con otros establecimientos de salud pero para eso debemos mejorar ese nivel de atención que nos caracteriza.

La atención de los usuarios depende no solo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. Si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios puede ser que no esté satisfecho con recibir servicios relativamente eficientes.

Se debe difundir las mejores experiencias. En vez de solamente comentar aspectos negativos y quejas, rescatar experiencias positivas. Ahora bien, según lo dicho en los párrafos anteriores, lo que se quiere demostrar con esta investigación es la Atención de los usuarios y su relación con la competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

Todavía la cantidad de experiencias de consumo a este tipo de servicio es en los hospitales a nivel nacional son negativos y son mayores que las positivas.

El INMP en estos últimos años ha tenido grandes avances tecnológicos, porque es un establecimiento que está muy bien implementado tanto para la atención de la madre como del recién nacido de alto riesgo, los profesionales que se encuentran laborando son especialistas en esta rama pero que están dejando de lado esa atención integral que por muchos años eran los pioneros.

Es importante mejorar el sistema administrativo en el INMP porque se visualiza un bajo rendimiento laboral, que repercute en una baja percepción del clima laboral, deficiente trabajo en equipo, falta de flexibilidad, estrés debido a las excesivas horas laborales requeridas, por ello afecta la calidad de la atención integral, esta debe incluir todos los elementos que permitan brindar un atención integral a los usuarios conformado por los neonatos, madres gestantes, cesareadas y puérperas, dando a conocer los reglamentos, normas garantizando el mejor uso posible de los servicios y de esta manera lograr satisfacer las necesidades de la población.

Por lo tanto el escás de compromiso no genera un avance en las metas que queremos trazar para mejorar estas dos variables. Puedo observar que el INMP se encuentra en un proceso de mejora en la atención integral de los usuarios.

## 1.2. Trabajos Previos

### 1.2.1. Antecedentes Internacionales

Guerrero Nadia (2016). En su Tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniería en empresas y administración de negocios **“Plan Estratégico de Atención para el Departamento de tesorería del GAD del Cantón Pueblo viejo”**, Universidad regional autónoma de los Andes Uniandes Facultad de Dirección Empresas carrera de Administración de Empresas y Negocios, Pueblo viejo-Colombia. El presente estudio tuvo como objetivo general diseñar un plan estratégico de atención al cliente que mejore la calidad de los servicios brindados. El autor realizo una investigación cualitativa-cuantitativa porque permitirá hacer un análisis de los procesos que se realizan al momento de brindar los servicios de atención al usuario en el departamento de tesorería del GAD del Cantón Pueblo Viejo Teniendo como resultado una falta de capacitación al personal administrativo así como la atención al usuario, esto hace que existan demasiados quejas por motivos de ineficacia, aumentando así la no aceptación al proceso actual al igual que al personal que hoy está en ese puesto. Así mismo con el estudio de campo ayudo en la investigación porque nos permitió vivir directamente los procesos y analizar la calidad de atención al cliente que se brinda en el departamento de tesorería del GAD de Pueblo viejo. Así mismo de esa forma recoger datos no distorsionados acerca de dicho entorno permitió obtener una descripción más adecuada sobre los datos obtenidos y analizar las actitudes, costumbres y situaciones cuando se lleva la atención al cliente en el departamento de tesorería del GAD del cantón pueblo viejo. Inductivo-deductivo y analítico-sintético.

Castañeda, Cataño, Rodríguez & Gómez (2013), **en su Trabajo de grado para optar el título de especialistas en Auditoria en Salud “Intervención a las Causas de Insatisfacción de los usuarios del Servicio de Urgencias en el Hospital San Rafael de Itagüí – Antioquia, Durante el segundo semestre del año 2012”**, Universidad CES Facultad de Medicina Especializada Auditoria en Salud Medellín 2013”, Medellín-Colombia. El estudio tuvo como objetivo general Identificar las

posibles acciones de mejora que se sugieren implementar en la Institución, basadas en modelos exitosos ya evaluados, que impacten en la disminución de la insatisfacción en los usuarios en el momento de acceder al servicio de urgencias del hospital San Rafael de Itagüí – Antioquia, durante el segundo semestre del año 2012.. El autor realizó un diseño de estudio transversal-comparativo para poder hacer un análisis en el cual establezcan relaciones, comparaciones y diferencias entre los grupos de análisis existentes y así permita identificar el modelo de atención más pertinente a aplicar en las instituciones. Se evidencian fallas relacionadas con la infraestructura (7%), falta de oportunidad en la atención (39%), trato inadecuado del personal asistencial (33%), accesibilidad (8%), entre otros, por lo que se sugieren modelos exitosos de atención que impacten estas causas y le permita a la institución el mejoramiento continuo y garantizar la excelencia en la prestación de los servicios. Se concluye que el estudio Analítico o comparativo realizado entre el modelo de atención al usuario que actualmente aplica al Hospital San Rafael de Itagüí y algunos modelos existentes y exitosos que hablan acerca de las formas por medio de las cuales se intervienen de manera adecuada las causas de satisfacción de los usuarios dentro de las instituciones de salud.

Gómez & Tinjaca (2013). En su trabajo de tesis como requisito para poder optar el título de Maestría en creatividad e innovación en las Organizaciones ***“Relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la Micro, Pequeña, Mediana y gran industria del sector confección de las ciudades de Pereira y dos quebradas”***. Universidad Autónoma de Manizales, Manizales-Colombia. El presente estudio tuvo como objetivo general Determinar la relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran empresa del sector de confección de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, teniendo en cuenta que su investigación busca establecer la relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva con el fin de analizar la gestión de la innovación que busque el fortalecimiento del sector su método es de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional

siendo su método deductivo se concluye que bajo el anterior horizonte se demuestra que muchas microempresas no producen procesos de innovación.

### **1.2.2. Antecedentes Nacionales**

Guevara (2017), En su trabajo de tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Administración ***“Calidad de servicio y su relación con la competitividad del banco de crédito del Perú, Cercado de Lima – 2017”***, Universidad Cesar Vallejo Escuela Profesional de Administración. El estudio tuvo como objetivo determinar si existía relación entre la Variable calidad de servicio con la competitividad en la empresa Banco de Crédito del Perú, siendo su estudio descriptiva – correlacional y utilizando la técnica del cuestionario, el autor concluye que si cumple con los objetivos e hipótesis trazados en su investigación.

Huarcaya (2015), **en su trabajo de Tesis** para optar el título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas ***“Percepción de la Calidad de Atención en los usuarios del servicio de emergencias del Hospital I Santa Margarita de Andahuaylas, 2015”***, Universidad Nacional José María Arguedas Facultad de Ciencias de la Empresa, Andahuaylas-Perú. El presente estudio tuvo como objetivo general poder determinar la percepción de atención recibida por los usuarios del servicio de emergencias del Hospital I Santa Margarita de Andahuaylas, en el año 2015, el autor hizo una investigación cuantitativa con un tipo de estudio descriptiva no experimental, transaccional descriptivo. Concluye que la percepción de la calidad de atención es mala, un 37,55% y regular un 12,27% indican que la atención recibida por los usuarios del servicio de emergencia es poco satisfactoria, con mucha deficiencias y de forma negativa.

Salas, (2013). En su trabajo de tesis para optar el grado académico de Magister de Gerencia en Salud ***“Satisfacción del usuario del Seguro Integral de Salud (SIS) con respecto a la accesibilidad en la consulta de la especialidad de Otorrinolaringología en el Hospital Regional Delgado de Arequipa 2012”***, Universidad Católica de Santa María Escuela de Postgrado Maestría de Gerencia en

Salud. Arequipa-Perú. El estudio tuvo como objetivo general de enriquecer la calidad de atención del usuario del programa SIS desde su ingreso a nuestro nosocomio en las oficinas administrativas, como en las oficinas del programa SIS de nuestro centro asistencial, siendo su estudio descriptivo y utilizando la técnica del cuestionario, el autor concluye que los pacientes que son referidos de otros hospitales a nuestro nosocomio así como los turnos ofertados en las diferentes especialidades sean lo más rápido y oportunos para los pacientes permitiendo un menor tiempo en nuestras instalaciones dando una atención de calidad pero a la vez en menor tiempo posible y siguiendo las patologías que a nuestros usuarios y pacientes les aqueja.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Para la Variable 1: Atención de los usuarios**

**Según Escalante** (2011). *Gestión de la calidad*. Sostiene que: W. Edwards Deming (1982) **En la teoría de la calidad** fue uno de los precursores del cambio hacia la calidad en Japón. De acuerdo con Deming, 85% de los problemas están asociados con la administración por lo que quienes ejercen la toma de decisiones son los que pueden mejorar el sistema. Su filosofía de la calidad se puede reducir en los siguientes 14 puntos dirigidos a la alta dirección: 1.-tener el propósito de mejorar productos y servicios. 2.-Cambiar la filosofía del trabajo. Es importante terminar con las personas negativas, con la mediocridad elevar los estándares de puntualidad y servicio. 3.-Dejar de depender de la inspección. 4.-Obtener ganancias basándose en calidad. 5.-Mejorar continuamente el proceso y los servicios en la compañía. 6.- Practicar el entrenamiento en el puesto. 7.-Practicar la supervisión efectiva: guía, apoyo y confianza. 8.-Eliminar el miedo. 9.-Fomentar la unión entre departamentos. 10.No poner lemas o metas de productividad. 11.-No poner estándares de trabajo con cuotas numéricas. 12.-Reconocer la labor individual. 13.- Instituir un programa de capacitación. 14.-Impulsar diariamente los 13 puntos anteriores. (Pág. 24-25).

**Cantú (2011). *Desarrollo de una cultura de Calidad*.** México. Sostiene: Donabedian A. (1996) en el **Modelo de calidad de la atención medica** donde establece las dimensiones de estructura, proceso y resultado, y la sistematización de criterios, genera reflexiones importantes sobre la responsabilidad en la calidad de este tipo de servicio. En este modelo, la estructura describe las características físicas, de organización y otros rasgos del sistema asistencial y de su entorno; el proceso de cómo se debe tratar a los pacientes, finalmente el resultado es lo que se consigue, normalmente traducido en una mejora en la salud, porque también en la actitud, los conocimientos y en la conducta adoptada para una salud futura (pg. 3).

**Donabedian (1984)** Define **Calidad de la Atención** en términos de resultados, medidos como las mejorías esperadas en el estado de salud. Esta calidad puede evaluarse en dos dimensiones interrelacionadas e interdependientes: la técnica y la interpersonal. La primera se refiere a la aplicación de la ciencia y la tecnología médica de manera que rinda un máximo de beneficio para la salud, sin aumentar con ello sus riesgos. Y la segunda mide el grado el apego a valores, normas, expectativas y aspiraciones de los pacientes (pg. 97).

**Cantú (2011). *Desarrollo de una cultura de Calidad*.** México. Sostiene en el **Modelo de calidad del servicio de Gronroos**. Propone la integración de la calidad del servicio en función de tres componentes: a) la calidad técnica, referida al “que” la cual nos indica que el servicio recibido por los usuarios son como consecuencia de la compra; según Gronroos este aspecto de la calidad tiene carácter objetivo. b) la calidad funcional, representa el “como” el usuario recibe y experimenta el servicio, relacionada con la forma en la cual se ha prestado el servicio a los usuarios por el personal del establecimiento. C) la imagen corporativa, representa el resultado de como el usuario percibe la empresa a través del servicio que presta, afecta su percepción de la calidad del servicio y está relacionada a la imagen que se forma sobre la organización, esto se va a manifiesta en una evaluación directa del servicio por parte del consumidor generándose en él una imagen que crea el mismo.

Ya sea por su experiencia previa o por la comunicación que haya recibido esta dimensión ejerce la función de filtro de las dimensiones anteriores.

**Cantú (2011).** *Desarrollo de una cultura de Calidad*. México. Sostiene en **el Modelo SERVQUAL** Que su importancia radica en que permite conocer la satisfacción del usuario determinada por la brecha entre sus expectativas y lo que percibe al recibir el servicio, además de su uso generalizado en diferentes ámbitos del sector servicios. Y que ha sido utilizado ampliamente hasta hoy día para realizar estudios en diversos tipos como salud, supermercados, educación universitaria, hotelería y telecomunicaciones.

### **Modelo SERVQUAL**

**López (2014)** con respecto al tema, menciona que:

Este modelo puede ser utilizado como instrumento en el que se puede detallar la calidad de servicio como una función de la diferencias entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado. De esta manera, el usuario valorara negativamente y/o positivamente la calidad de un servicio en donde las percepciones que ha obtenido sean inferiores, superiores a las expectativas que se había creado. Este modelo está realizado en la recogida de los datos sobre las opiniones de los usuarios a partir de una encuesta. El cuestionario se realizó basándose en 22 ítems relacionados con: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (pg. 936).

### **Modelo SERVPERF**

**López (2014)** *El modelo SERVPERF* surge como resultado a las críticas vertidas acerca de la validez y veracidad de la herramienta SERVQUAL por diversos expertos concedores en la materia, Cronin y Taylor en el año 1994. Tras años de estudio sobre el modelo y tras analizar sus fortalezas y debilidades, propone el modelo alternativo SERVPERF análogo al anterior pero basado solamente en las percepciones que tienen los consumidores acerca del rendimiento del servicio. Se basan en las publicaciones de Carman en 1990, este instrumento va a proporcionar una puntuación acumulada de la calidad



general de un servicio lo cual puede representarse para la medida de las percepciones de los usuarios, simplificando el método de medición de la calidad del servicio del mismo conformando de esta manera las implicaciones teóricas sobre las actitudes y satisfacción. (pg. 936,937).

## **Modelo Ishikawa**

**Miranda** (2007) en *la introducción a la gestión de la calidad*. Sostiene que Kaoru Ishikawa, ingeniero japonés discípulo de Deming y Juran, extendió el desarrollo de la calidad a todos los miembros de la organización, destacando por su clara orientación hacia las personas. Afirma que la dirección de la empresa debe estar basada en hechos y orientada al cliente, con la calidad como primera variable a considerar.

“Una de sus metas fue conseguir que se educara en técnicas estadísticas a todo el personal de la empresa, desde el nivel más bajo hasta la alta dirección, haciendo sencillo el control estadístico. Para ello explico herramientas de fácil aprendizaje y aplicación como el histograma, diagramas de Pareto, gráficos de control y el diagrama de causa-efecto, también conocido como de espina de pescado o de Ishikawa. Este autor fue quien formalizo los círculos de calidad en el año 1960. Los elementos claves para su filosofía se pueden resumir en los siguientes puntos: 1.- La calidad empieza con la educación y termina con la educación. 2.- El primer paso hacia la calidad es conocer las necesidades de los clientes. 3.- El estado ideal del control de calidad ocurre cuando ya no es necesaria la inspección. 4.- Elimine la causa raíz y no los síntomas. 5.- El control de calidad es responsabilidad de todos los trabajadores en todas las áreas. 6.- No confunda los medios con los objetivos. 7.- Ponga a la calidad en primer término y dirija su vista hacia las utilidades a largo plazo. 8.- El marketing es la entrada y salida de la calidad. 9.- La alta dirección no debe mostrar enfado cuando sus subordinados les presenten los hechos. 10.- El 95% de los problemas de una empresa se

pueden resolver con simples herramientas de análisis y solución de problemas. 11.- Aquellos datos que no tengan variabilidad son falsos (pg. 42).

## **Escuela nórdica**

**Miranda (2007) en el desarrollo de La escuela nórdica**, en los trabajos de Gronroos propone la existencia de dos subprocesos en la percepción del servicio denominados: Rendimiento instrumental o resultado técnico del proceso de prestación del servicio, que se considera un requisito previo necesario para conseguir un cliente satisfecho, pero no suficiente.

Rendimiento expresivo o proceso de prestación del servicio, durante el cual se crea el rendimiento instrumental, es decir, está relacionado con el proceso de interacción entre cliente y proveedor del servicio, incluido el contacto del cliente con los diversos recursos y actividades de la empresa de servicios. Si este rendimiento no tiene un nivel adecuado, el cliente no se sentirá satisfecho, independientemente de lo cuidado que pueda estar el rendimiento instrumental.

“La escuela nórdica explica la calidad percibida. Este modelo se encarga de relacionar la calidad con la imagen corporativa, ya que dicha imagen puede determinar aquello que se espera del servicio prestado por una organización. También plantea que la calidad experimentada por los clientes es la integración de la calidad técnica (que se da), la calidad funcional (como se da) y la imagen corporativa. Por tanto la calidad percibida no solo está determinada por la calidad técnica, sino que depende de la imagen de la empresa prestadora del servicio y de las expectativas de los clientes. Dichas expectativas estarán determinadas por las campañas de comunicación de la empresa por la imagen previa que el cliente posea de la empresa y sus servicios por lo que haya escuchado de otros usuarios en relación al servicio y evidentemente por sus propias necesidades. Por esta razón Gronroos sostiene que las empresas de servicios requieren de dos herramientas complementarias al marketing externo: el marketing interno y el interactivo.

Marketing externo, Que se refiere a las actividades realizadas por la empresa para preparar el servicio, fijar su precio, distribución y promocionarlo entre los clientes potenciales. Marketing interno, Que se refiere a las actividades que hace la empresa para formar y a sus empleados con la finalidad de que trabajen como un equipo y proporcionen la mejor atención posible al cliente. Marketing interactivo, Que se refiere a la habilidad de los empleados en su trato con los clientes. Este es un elemento importante, pues la empresa no debe preocuparse únicamente de si ofrece una buena calidad técnica en la prestación del servicio, sino también por cómo se prestó el servicio” (pg. 244,245,246).

### **1.3.2. Para la variable V2: Competitividad**

“La competitividad es un concepto bien definido en relación con el mundo de las empresas, ya que puede entenderse como la capacidad por parte de estas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado” (Reig, Pag.19).

### **Modelo del informe Mundial de Competitividad**

**La World Economic Forum (WEF) y el International Institute for Management (IMD)** de suiza realizaron este modelo, en donde publicaron una clasificación de la competitividad de los países basándose en 8 factores: 1.-vigor de la economía.2.-internacionalización.3.-gobierno.4.-finanzas.5.-infraestructura.6.-gestión empresarial.7.-ciencia y tecnología y por último 8.-recursos humanos. Este modelo lo que quiere mostrar es quienes compiten son las empresas y no las naciones”. (Ibáñez, pág. 10).

## **Modelo de las cinco fuerzas**

“En este modelo presenta la existencia de cinco fuerzas que determinan el atractivo de una industria y el potencial competitivo de sus participantes asimismo este puede realizar un análisis de cada componente por separado. El manejo del análisis dependerá de la realidad y/o contexto de la empresa e industria donde se pretende establecer la capacidad competitiva. Este enfoque está orientado a determinar la delimitación del entorno y de los factores estructurales competitivos de un sector. Y estos son: A.-Tamaño real y potencial del sector. B.-Composición estructural de empresas. C.-Estructura y costos de distribución. D.- Tendencias y desarrollo previsibles.” (Ibáñez, pág. 17-18).

### **1.3.3. Relación entre atención de los usuarios y competitividad**

Rojas (2007), en su tesis “calidad en el servicio en una Empresa de Publicidad como estrategia para lograr la Competitividad”. (Tesis para optar el grado de Maestría en Administración de Negocios). Instituto Politécnico Nacional, México. El presente estudio tuvo por objetivo general, describir el nivel de calidad en el servicio percibido por los clientes externos de la empresa, que permitan proponer estrategias para lograr la competitividad. La investigación fue de campo, el tipo de estudio fue aplicada y de tipo descriptivo, Finalmente los resultados reportados en base a las encuestas desarrolladas se han podido conocer que mediante la prueba estadística Chi- cuadrado el coeficiente de correlación fue de 0.330 (correlación positiva baja), la cual indica que existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio educativo.

## **1.4. Formulación del problema**

### **1.4.1. Problema General**

¿Cómo se relaciona la Atención de los Usuarios y la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?

### **1.4.2. Problemas Específicos**

¿Cómo se relaciona la Atención de los Usuarios con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?

¿Cómo se relaciona la Atención de los Usuarios con la Participación de Mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?

¿Cómo se relaciona la Atención de los Usuarios con la Productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?

## **1.5. Justificación del estudio**

A lo largo de la historia los estudios de la administración han tratado de dar soluciones a los diversos problemas y amenazas a los que se enfrentan las organizaciones, así mismo buscar mecanismos para ser más eficientes y eficaces en el aprovechamiento de los recursos y las oportunidades. Todo ello con el único objetivo de hacer empresas más productivas y exitosas.

El tema a investigar es actual, por lo tanto se justificó la realización del trabajo definiéndose de la siguiente manera:

### **1.5.1. Valor teórico:**

La actual investigación servirá como un medio informativo para otros usuarios con temas que tengan relación con las variables planteadas, ya que busco colaborar con el conocimiento de las ciencias administrativas como la atención de los usuarios y la competitividad que hay en las diferentes instituciones tanto públicas como privadas contara con diferentes puntos de vista con respecto al trabajo planteado que pueden servir de apoyo para investigaciones futuras.

### **1.5.2. Implicaciones prácticas:**

Desarrollando la presente investigación, podremos implementar una solución a la problemática en el INMP y ponerlos en práctica para una mejora en cuanto a la atención de los usuarios y la competitividad que tiene esta institución con otras organizaciones públicas y privadas y así poder conseguir soluciones e información con respecto a este tema.

### **1.5.3. Relevancia Social:**

Tuvo relevancia social pues la información que se obtuvo sirvió como antecedentes para investigadores, público en general, sobre la relación existente entre las variables lo que permitirá mejorar la atención de los usuarios en el INMP de modo que se pudo aplicar estrategias a fin de mejorar e implementar la competitividad en esta institución y otras organizaciones que se identifiquen con la problemática, ellos se verán beneficiados ya que se les brindara soluciones con respecto a la atención de los usuarios que incide en la competitividad en las organizaciones tanto públicas como privadas.

### **1.5.4. Utilidad Metodológica:**

La investigación se basó en las teorías de la variables del estudio; con la cual se fue acumulando datos a través de encuestas que permitió determinar la relación de las variables; realizando un análisis a través de la correlación de Pearson, determinando el grado de significancia y de correlación entre las dimensiones.

### **1.5.5. Viabilidad:**

La realización de la investigación sobre el tema propuesto es viable, porque se cuenta con la información necesaria para el desarrollo del tema y la competitividad en el INMP.

Al concluir el trabajo de investigación daremos a conocer si existe alguna relación entre la atención de los usuarios y la competitividad.

## 1.6 Hipótesis

### 1.6.1. Hipótesis General

**¿Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios y su Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?**

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la atención de los usuarios y la competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la atención de los usuarios y la competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

Hernández et al. (2010, p.311), el coeficiente de Pearson es una “prueba estadística para analizar la relación entre variables medida en un nivel por intervalos o de razón

### 1.6.2. Hipótesis Específicas

**¿Existe relación significativa entre la calidad de servicio con la ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?**

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la Atención de los usuarios del usuario con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la Atención de los usuarios del usuario con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

**¿Existe relación significativa entre la calidad de servicio con la participación de mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?**

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la calidad de servicio con la participación d.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la calidad de servicio con la participación de mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?

**¿Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios con la Productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?**

H<sub>0</sub>: No existe relación entre atención de los usuarios con la productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018

H<sub>1</sub>: Existe relación entre atención de los usuarios con la productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018

**1.7 Objetivos**

**1.7.1. Objetivo General.**

Determinar cómo se relaciona la Atención de los usuarios y la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

**1.7.2. Objetivos Específicos**

Determinar cómo se relaciona la Atención de los usuarios del usuario con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

Determinar cómo se relaciona la Atención de los usuarios con la Participación de Mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

Determinar cómo se relaciona la Atención de los usuarios con la Productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.



## **II.MÈTODO**

## **2.1. Método**

### **2.1.1. Método**

En el presente trabajo de investigación utilizara el método hipotético-deductivo, ya que la investigación va de lo general a lo específico, y además permite la medición de las variables planteadas en el problema de investigación (Sampieri, 2006).

Según Bernal (2010): “El método hipotético – deductivo consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos”. (p. 60).

Según lo observado el método hipotético deductivo es aquella que estudia y explica la investigación a realizar, buscando indagar y verificar la hipótesis planteada.

### **2.1.2. Diseño de Investigación**

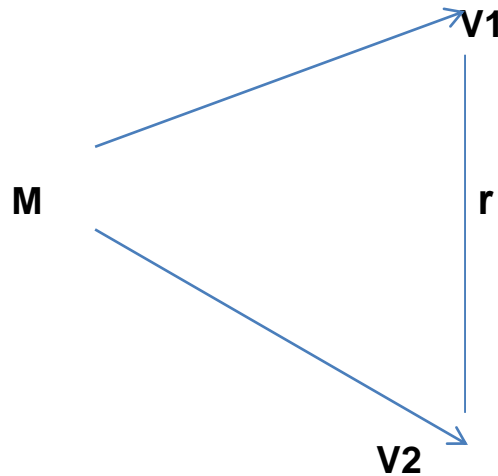
El presente trabajo de investigación es de diseño no experimental, transversal, permitiendo analizar ambas variables sin manipularlas, es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional la variable independiente, para ver su efecto sobre la variable dependiente, las cuales han sido planteadas en el problema de investigación.

El investigador plantea la investigación no experimental – transversal, porque no se manipula, ni se altera, solo se realizan estudios de investigación con los hechos ocurridos y la actualidad en un periodo determinado por única vez.

Según carrasco (2009), nos manifiesta que “es de diseño transversal porque se busca recopilar información en un determinado tiempo” (p.73).

Según carrasco (2005), un diseño no experimental: son aquellos cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupos

de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia (p. 71).



Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2010)

**Cuadro 01.** Estructura del Diseño de Investigación

Dónde:

- M : Muestra
- V1 : Atención de los usuarios
- V2 : Competitividad
- r : Relación entre las variables

### 2.1.3. Tipo de Investigación.

La investigación fue de tipo aplicada, ya que mediante las teorías se ha podido confirmar de manera precisa y clara la problemática que se ha observado en la Atención de los usuarios y su relación con el INMP.

Según Carrasco (2006) “Es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimiento científicos existentes acerca de la realidad. Su objeto de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos” (p. 43).

El autor afirma que la investigación “aplicada” es fundamental porque genera conocimiento teórico y estudios realizados, cuyo propósito es dar soluciones a los problemas respecto al tema en la atención de los usuarios y su relación con competitividad en el INMP, lima 2018.

#### **2.1.4. Nivel de Investigación: Descriptiva – Correlacional.**

El nivel de investigación ha sido descriptivo – correlacional porque se buscó recoger información de manera interna para poder describir la atención de los usuarios y la competitividad, asimismo se evaluó para conocer si existe relación entre la atención de los usuarios y la competitividad en el INMP, lima 2018

Según Hernández, Fernández y baptista (2006), “La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de Personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis”. (p.102).

Según Díaz (2009), “La investigación Correlacional tiene, en alguna medida, un valor explicativo aunque parcial. Saber que dos conceptos o variables están relacionadas aporta cierta información explicativa” (p. 182).

El autor define que el nivel es descriptivo Correlacional porque describirá las variables de la investigación, además busca establecer una relación entre la variable dependiente e independiente en un periodo determinado.

## **2.2 Variables, Operacionalización**

### **2.2.1 Variables 1: Atención de los usuarios**

A continuación, se presenta en la tabla 1. Las variables a desarrollar en la presente investigación:

## **Definición V1: ATENCION DE LOS USUARIOS**

**Con respecto al tema, Según Deming** (2013) él nos indica que hay componentes que son muy importantes en el desarrollo de la mejora continua que empieza y termina con la satisfacción y las necesidades de los clientes. Según el autor el cliente es una esencia importante en el proceso. Este observa a la calidad como un proceso integral, ya que abarca todas las actividades de producción y de servicio, destaca la importancia del cliente externo y el cliente interno como elementos fundamentales en el proceso de la mejora continua (Pág. 32).

**Según Ortiz** (2013) La atención al público, está enfocada en las diferentes funciones que suponen precisamente la información o la atención al cliente o usuario desde un punto de vista conceptual y profesional [...] es aquella actividad laboral enclavada en los servicios postventa de las empresas u organizaciones, que se dedica a personas que ya son clientes o usuarios. Recoger y resolver sugerencias, reclamaciones y quejas de aquellos usuarios (pg. 22).

**Según Fernández & Campiña** (2015) La Atención al cliente es aquel servicio que brindan las organizaciones de servicios, como por ejemplo a sus clientes y/o usuarios, estos necesiten expresar algún reclamo, sugerencia, y así poder plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitando información adicional, solicitando servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que presente este sector o área de la organización a sus consumidores (pg. 73).

Las organizaciones tiene como finalidad ya establecida que es la de crear un valor, el INMP y sus trabajadores les falta mejorar esa atención a sus usuarios un servicio que debería estar enmarcada en brindar un servicio de calidad.

*“Atención es todo lo que implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y además, invitado a regresar. No se debe dar lugar a la dejadez, la indiferencia o el desprecio y debemos deshacernos de nuestros prejuicios motivados por la impresión o apariencia que muestra el cliente”.*

**Ortiz** (2012) Usuario es el destinatario final de un producto, ya se trate de un bien (que se consume) o de un servicio (que se usa). Es decir, utiliza o gasta, de ahí las dos formas de nombrarlo (pg. 416).

#### **1.3.1.1. Dimensión: CALIDAD DE SERVICIO**

Con respecto a la definición **Tschohl & Franzmeier** (1994) Calidad del servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes; esto también incluye a todos los colaboradores que trabajan en la empresa para mantener a los clientes (pg. 04).

**Publicaciones Vértices S.L.** (2010). Calidad es un conjunto de características de un producto o servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes y/o usuarios (pg. 12).

**Publicaciones Vértices S.L.** (2010). Servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo (pg. 04).

**Según Tschohl & Franzmeier** (1994) El objetivo global de la calidad del servicio es: 1. Dar mantenimiento a los clientes 2. Retener a los clientes. 3. Desarrollo de nuevos clientes. Expresada en términos de actitudes, servicio es: Preocupación y consideración por los demás, Cortesía, Integridad, Fiabilidad para ayudar, Eficiencia, Disponibilidad, Amistad, Conocimiento, Profesionalidad (pg. 59).

**Según Ortiz** (2013) podemos aplicar etapas al campo de la atención al cliente, y estas son: La persona atiende al cliente, escuchándolo de manera activa. Este le contara su problema (duda, queja, reclamación.....). 1.- En este primer paso este será el tiempo del cliente. 2.- Después, se le responderá lo que se piensa, y no lo que se piensa de manera personal, sino como un representante de la organización. 3.- Y terminando, se tomara la acción llevando a cabo, hay un reclamo por parte de un usuario en la atención y se dará una respuesta en menos de 48 horas.

## **Indicadores:**

### **CAPACIDAD DE RESPUESTA**

Diccionario de la lengua española (DRAE) Disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido.

### **ATENCIÓN**

Pérez (2007) define a la atención como el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe (pág. 6).

### **COMUNICACIÓN**

**Publicaciones vértices S.L.** (2008) Es la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otro, uno y otros, informaciones, sentimientos mi vivencias (pág. 3).

### **AMABILIDAD**

Corral (2012) define a “la amabilidad es una motivación con base emocional que promueve conductas pro sociales sin la expectativa de un beneficio reciproco” (pág. 40).

### **CREDIBILIDAD**

Timoteo (2013) define a la credibilidad como la base de la participación en la vida política y publica. Según Aristóteles la presenta como el mayor de los bienes exteriores y como resultado de la virtud (pg.7).

### **Dimensiones: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**Según Betancourt** (2014) se considera a la satisfacción del cliente como el resultado de una experiencia de consumo en estas se incluye el estado cognitivo del comprador, la respuesta emocional a las experiencias, el estado psicológico resultante (Pág. 54).

Podemos decir que el nivel de satisfacción de una persona es el resultado de comparar su percepción de los beneficios de un servicio en relación con las expectativas de beneficios a recibir del mismo.

**Indicadores:**

**COMPRESION**

Diccionario de la lengua española (DRAE) Facultad, capacidad o perspicacia para entender y penetrar las cosas.

**RESPONSABILIDAD**

“Deuda, obligación de reparar y satisfacer de una culpa o de otra causa legal. Cargo u obligación moral que resulta para uno del posible yerro en cosa o asunto determinado” (Bautista, pág. 49).

**COMPROMISO**

Diccionario de la lengua española (DRAE) Escritura o instrumento en que las partes otorgan un compromiso.

**EXPECTATIVAS DEL USUARIO**

Diccionario de la lengua española (DRAE) Posibilidad razonable de que algo suceda, Que usa algo.

**PREOCUPACION POR EL USUARIO**

Define la Real Academia Española (REA) “la palabra Preocupación a la acción y efecto de preocupar o preocuparse”. Y “la palabra Usuario dicho de una persona que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación”.



### 1.3.2. Definición V2: Competitividad

#### Definiciones según diversos autores:

**Según Bernal, T. Cesar, A. (2006)** los verdaderos cimientos de la Competitividad radica en las fortalezas que tenga la sociedad y su sistema educativo, la comunidad investigativa y la cultura (pg. 8).

**Según Betancourt G, Benjamín (2014)** define a la competitividad de generar, proporcionalmente, más riqueza que los competidores [...] también nos indica que la competitividad se refiere a una ubicación referente que ocupa una persona, unidades, empresa o nación, en comparación con otros individuos, unidades, organizaciones y naciones (pg. 32 y 33).

**Según Betancourt G, Benjamín (2014)** Nos indica una idea humanista del desarrollo, en el cual se dispone que el cometido de la competitividad debe estar enfocado en:

1. Mejorar el bienestar del hombre expresado en mejores niveles y calidad de vida.
2. El resultado del crecimiento, es cada vez más interdependiente con el aumento de la productividad, la sustentabilidad ambiental.
3. Depende de e tipo y grado de la introducción de la economía de un país o región, en el contexto mundial (Millán, 1994, pg.. 32).

#### 1.3.2.1. Dimensión: VENTAJA COMPETITIVA

**Según Betancourt G, Benjamín (2014)** Es la disposición que tiene una organización para ofrecer a los clientes un producto o servicio que satisfaga sus necesidades, mejor que la competencia, es como un círculo virtuoso que favorece a la empresa a vender más y a un elevado precio, debido a la imagen de notoriedad adquirida (pág. 37).

### **1.3.2.2. Indicadores:**

#### **INNOVACION**

“La innovación es entendida como una acción tendiente a producir un valor agregado de tipo cualitativo, que tiene una incidencia directa en el nivel de competitividad de la empresa “(Moschen. pág. 15).

#### **TECNOLOGIA**

Diccionario de la lengua española (DRAE) Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

#### **CALIDAD**

Calidad es el conjunto de características que podemos apreciar en un objeto y que nos sirve para determinar hasta qué grado un producto o servicio es útil al cliente (pág. 63).

#### **CAPACITACION**

Diccionario de la lengua española (DRAE) Acción y efecto de capacitar

#### **Dimensiones: PARTICIPACIÓN DEL MERCADO**

Participación de mercado establece un propósito costoso y arriesgado que va a exigir algo más que un simple deseo por parte de la empresa que quiere seguirlo (pg. 78).

### **1.3.2.3. Indicadores:**

#### **ESTRATEGIAS**

Diccionario de la lengua española (DRAE) En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

#### **DESEMPEÑO**

Diccionario de la lengua española (DRAE) Acción y efecto de desempeñar o desempeñarse

## DIFERENCIACION

Diccionario de la lengua española (DRAE) Acción y efecto de diferenciar o diferenciarse

## Dimensiones: PRODUCTIVIDAD

Según Betancourt G, Benjamín (2014) Se define como la producción por unidad del factor.es decir es el cociente de dividir una producción por uno de los factores de esa producción (Pág. 30 y 31).

### 1.3.1.2. Indicadores:

#### EFICIENCIA

Se define como la proporción entre productos e insumos, también la Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado (Pág. 58).

#### EFICACIA

Diccionario de la lengua española (DRAE) Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

#### RENTABILIDAD

Diccionario de la lengua española (DRAE) Capacidad de rentar

### 2.2.3. Operacionalización

A continuación daremos a conocer la Operacionalización de nuestras variables

#### Cuadro 02: Variables en estudio

VARIABLE	
Variable 1	Atención de los Usuarios
Variable 2	Competitividad

**Fuente:** Elaboración propia

En el presente trabajo de investigación se encuentran dos variables, la variable independiente y la variable dependiente.

**Tabla 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.**

“Atención de los Usuario y su relación con la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018”.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS
<b>Variable Independiente.</b> Atención de los Usuario	La atención de los usuario está conformada por la calidad de servicio, que se define como la capacidad de comprender las necesidades de los usuarios con el fin de satisfacer plenamente las expectativas del usuario, cumpliendo con todos los requisitos, para lo que se requiere tener una actitud favorable y alto sentido de compromiso y responsabilidad para servir al consumidor o usuario de un producto o servicio (Hernández, S., y Rodríguez, 2006, p.24)	La atención de los usuarios consiste en conocer, satisfacer y sorprender a los usuarios, la excelencia en el servicio, solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada.	Calidad de Servicio	Capacidad de Respuesta	ORDINAL (Likert)	P – 01
				Atención		P – 02
				Comunicación		P – 03
				Amabilidad		P – 04
			Satisfacción del cliente	Credibilidad		P – 05
				Comprensión		P – 06
				Responsabilidad		P – 07
				Compromiso		P – 08
				Expectativas del Usuario		P – 09
				Preocupación por el usuario		P - 10
<b>Variable Dependiente.</b> Competitividad	Se conceptualiza a la competitividad como el proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la innovación, para obtener saltos tecnológicos; se define también como la capacidad de mantener y ampliar la participación de las empresas en los mercados locales e internacionales de una manera lucrativa que permite su crecimiento. La competitividad territorial se da en función al desarrollo del territorio a través de la transformación del sistema productivo local, incremento de la producción a través de la productividad, con la finalidad de equilibrar la rentabilidad económica con los objetivos de bienestar social; todo esto basado en el buen uso de los recursos naturales (Charles, W., et. Al, 2014, p.344).	La competitividad es la capacidad de mantener y ampliar la participación de las empresas en los mercados locales e internacionales de una manera lucrativa que permita su crecimiento, presentándose en diferentes niveles como: países, regiones, sectores, cadenas productivas y empresas; que así mismo estas regidas por instituciones y formas de organización particulares.	Ventaja Competitiva	Innovación	Likert	P – 11
				Tecnología		P – 12

				Calidad	P – 13
				Capacitación	P – 14
			Participación de Mercado	Estrategias	P – 15
				Desempeño	P – 16
				Diferenciación	P – 17
			Productividad	Eficiencia	P – 18
				Eficacia	P – 19
				Rentabilidad	P – 20

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.3. Población

### 2.3.1 Población

La investigación considerará a 50 usuarios que corresponde a la capacidad total disponible para poder recibir al total de pacientes que pueden ser atendidas en este caso las mujeres en calidad de puérperas que se encuentran en el servicio “E” en el INMP.

**Según Carrasco (2005)**, Población “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”. (p. 236).

### 2.3.2 Muestra

Para la muestra de la investigación se usó toda la población, la cual está conformada por 50 pacientes que es la capacidad de pacientes que se encuentran en el servicio “E” en el INMP.

Ya que de esa manera no se afectará la significancia y será una muestra representativa para la investigación, por tal motivo utilizamos el muestreo **censal**, es decir, la población también fue la muestra.

Sera representativa del universo, sus características será estructurada y sistematizada. Las preguntas serán de forma interrogativa del indicador, El cual se

obtiene de la Operacionalización de variables. Es el dato empírico del proceso, se utilizan preguntas socialmente básicas, como introducción en los temas, y las preguntas de control: Corroborarán la información. Sus categorías serán exhaustivas y mutuamente excluyentes sin solapamientos en las preguntas.

**Para Ramírez (2004)**, “La muestra censal es aquella en donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra” (p.76).

### **2.3.3 Diseño Muestral**

**Según Carrasco (2005)**, “La muestra intencionada es aquella que el investigador selecciona su propio criterio, sin ninguna regla matemática o estadística”. (p. 243)

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

Es el medio que utilizará el investigador para registrar información obtenida con paradigma cuantitativo (encuesta).

### **2.4.1 Técnica de recolección de datos**

#### **Encuesta**

Es el medio que utilizará el investigador para registrar información obtenida con paradigma cuantitativo (encuesta). La Encuesta se utilizara como una técnica destinada a obtener datos de varias personas, cuyas opiniones interpersonales interesa al investigador.

Para esta investigación la técnica de recolección de datos que se tuvo en cuenta fue la encuesta, la cual nos permito recolectar la información de acuerdo a las respuestas de las mismas puérperas que se encuentran en el servicio “E” en el INMP ya que de esta manera no se afectará la significancia y será una muestra representativa para la investigación.

**Según Carrasco (2005)**, “Las técnicas constituyen el conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada una de las etapas de la investigación científica”. (p. 274).

Para esta investigación la técnica utilizada fue la encuesta, como explica:

**Carrasco (2005)**, “La encuesta es una técnica para la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene” (p. 314).

Para la confiabilidad se realizó un plan piloto de 20 usuarios que se encuentran hospitalizados en el servicio E del INMP, de características similares a quienes se les aplicaron instrumentos para someterlo a un proceso de análisis estadísticos mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, teniendo los siguientes resultados:

#### **2.4.2. Instrumento De Recolección De Datos:**

##### **Cuestionario**

El Instrumento que ha de utilizar es el cuestionario ya que como indica Bernal (2006) permite estandarizar el proceso de recopilación de datos, con un conjunto de preguntas que miden una o más variables, para ser tabuladas.

Asimismo, definiremos que es un instrumento.

Según Fernández, **Hernández y Baptista (2006)** un instrumento de medición: “es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente.” (p. 276).

Para la investigación se utilizó como instrumento el cuestionario.

**Según Carrasco (2005)**, el cuestionario “es el instrumento de investigación social más usado cuando se estudia gran número de personas, ya que permite una respuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ellas”. (p. 318).

**Tabla 02**

Estructura dimensional de las variables de estudio

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>ítems</b>
<b>Atención de los usuarios</b>	Calidad de servicio	1-5
	Satisfacción del cliente	6-10
<b>Competitividad</b>	Ventaja competitiva	11- 14
	Participación de mercado	15 - 17
	Productividad	18-20

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, para nuestra encuesta se utilizó una escala gramática de Muy Insuficiente, Insuficiente, Adecuado, Bueno y Excelente.

### **Escalamiento de Likert**

El cuestionario elaborado con la técnica Likert, consta de 20 preguntas y con diferentes tipos de respuestas como: muy insuficiente (MI), insuficiente (I), adecuada (A), buena (B) y excelente (E).

Gordillo, Medina, & Pierdant, (2012) declara que "Una escala Likert se compone de un cuestionario con preguntas o reactivos que tienen posibles respuestas de opinión, ancladas en dos extremos, según sea el acuerdo o desacuerdo total que se tenga" (p. 102).



**Tabla 03**

Ítems en la escala de Likert

<b>Puntuación</b>	<b>Denominación</b>	<b>Inicial</b>
1	Muy insuficiente	MI
2	Insuficiente	I
3	Adecuada	A
4	Buena	B
5	Excelente	E

Fuente: Elaboración propia

### 2.4.3 Validez

El cuestionario que se desarrolló, nos permitió recopilar la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación, a su vez fueron sometidos a juicios de tres expertos profesionales en el área de administración.

Dichos expertos fueron:

**Tabla 04:** *Validación de expertos*

<b>N°.</b>	<b>Experto</b>	<b>Calificación Instrumento</b>	<b>Especialidad</b>
<b>Experto 1</b>	Dr. Pedro Costilla Castillo	Si cumple	Administración
<b>Experto 2</b>	Dr. Edwin Arce Álvarez	Si cumple	Administración
<b>Experto 3</b>	Mg .Edith Rosales Domínguez	Si cumple	Administración

Fuente: Elaboración propio

**Bernal, Salavarieta, Sánchez, & Salazar (2006)** Nos mencionan que “La validez se relaciona con el juicio que se hace respecto del grado en que el instrumento de medición mide lo que debe medir” (p.302).

#### 2.4.4 Confiabilidad

Según Bernal, Salavarieta, Sánchez, & Salazar (2006), nos indican que “La confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se les examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios” (p.302).

Para medir la confiabilidad se ha realizado una prueba piloto que estuvo conformada por 20 ítems, la cual fue sometida a un análisis para dar a conocer su confiabilidad a través del Alfa de Cronbach con el apoyo del SPSS 24, mediante una prueba piloto realizado a 50 usuarios en el servicio “E”, hospitalización.

**Tabla 05:** Resumen de fiabilidad del cuestionario 1-20

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,887	20

Fuente: Elaboración propia

El coeficiente de Alfa de Cronbach obtenido es = 0.887, entonces se puede determinar que el instrumento empleado tiene un Fuerte confiabilidad por su cercanía al 1 (100% de confiabilidad en la medición), o también se puede expresar que el instrumento tiene un 88.7% de confiabilidad.

**Tabla 06:** Baremos de confiabilidad

<b>-1 a 0</b>	No es confiable
<b>0 a 0.49</b>	Baja confiabilidad
<b>0.5 a 0.75</b>	Moderada confiabilidad
<b>0.76 a 0.89</b>	Fuerte confiabilidad
<b>0.90 a 1</b>	Alta confiabilidad
<b>1</b>	Perfecta confiabilidad

**Fuente:** Ñaupás, Mejía, Novoa y Villagómez (2013, p.217).

## Metodología de la Investigación científica

En la presente investigación se aplicó una prueba piloto considerando 50 usuarios que se encuentra en el INMP servicio E para un total de 20 ítems con la finalidad de medir la confiabilidad de nuestro cuestionario a través del Alfa de Cronbach.

### 2.5 Método de análisis de datos

Los datos adquiridos mediante la encuesta fueron añadidos en la base de datos del programa Excel y luego trasladado al programa IBM SPSS statistics versión 24, donde fueron analizadas las dos variables “Proceso administrativo y Calidad de servicio”, después fueron sometidos al proceso de verificación de datos digitados.

Así mismo se realizó la prueba de normalidad utilizando el método de Kolmogorov- Smirnov.

Luego de identificar que la distribución de las variables no es normal, se realizó el análisis de la prueba no paramétrica empleando la prueba índice de correlación Tau-b de Kendall en el programa IBM SPSS versión 24. Para el análisis estadístico se considerará estadísticamente significativa una probabilidad de  $p < 0.05$ .

Los criterios para identificar el significado del coeficiente de correlación Tau-b de Kendall se muestra en la Tabla 07.

**Tabla 07**

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
<b>-1</b>	Correlación negativa grande y perfecta
<b>-0,9 a -0,99</b>	Correlación negativa muy alta
<b>-0,7 a 0,89</b>	Correlación negativa alta
<b>-0,4 a 0,69</b>	Correlación negativa moderada
<b>-0,2 a -0,39</b>	Correlación negativa baja
<b>-0,01 a -0,19</b>	Correlación negativa muy baja
<b>0</b>	Correlación nula

<b>0,01 a 0,19</b>	Correlación positiva muy baja
<b>0,2 a 0,39</b>	Correlación positiva baja
<b>0,4 a 0,69</b>	Correlación positiva moderada
<b>0,7 a 0,89</b>	Correlación positiva alta
<b>0,9 a 0,99</b>	Correlación positiva muy alta
<b>1</b>	Correlación positiva grande y perfecta

**Fuente: Hernández, S. y Fernández, C. y Baptista, P.2010, P.238**

Hernández et al. (2010, p.311), el coeficiente de Pearson es una “prueba estadística para analizar la relación entre variables medida en un nivel por intervalos o de razón.

## **2.6. Aspectos Éticos**

Los datos ingresados serán válidos para así dar la confianza a la información y resultado de la investigación.

La investigación estuvo establecida para respetar la verdad de los resultados, la confiabilidad de los datos obtenidos, a respetar la propiedad intelectual, citando a los autores al momento de realizar la búsqueda, asimismo respetando el anonimato de las personas que han sido encuestadas.

**Tabla 08:** *Criterios y características éticas*

### **Confiabilidad**

Al momento de realizarse la encuesta se les detallo a los usuarios que la información brindada por ellos por cada pregunta será de manera anónima para así poder garantizar, la seguridad y protección de su identidad.

**Observación participante**

Los usuarios a ser encuestados se les explico el objetivo y finalidad del estudio a realizar para luego tener la intención voluntaria de participar en esta investigación mediante una encuesta realizada a cada uno de ellos.

**Observación participante**

El investigador asumirá totalmente la responsabilidad con ética los efectos y consecuencia que pueden derivar la intersección con los participantes del objeto de estudio.

**Fuente:** Elaborado en base a: Rueda (s.f.); Noreña, A. y más (2012).

### **III Resultados**

### 3.1 Análisis descriptivo de resultados

Se realizó gracias a las 50 encuestas respondidas por las puérperas del servicio “E” del INMP. El resultado final de la investigación fue el siguiente:

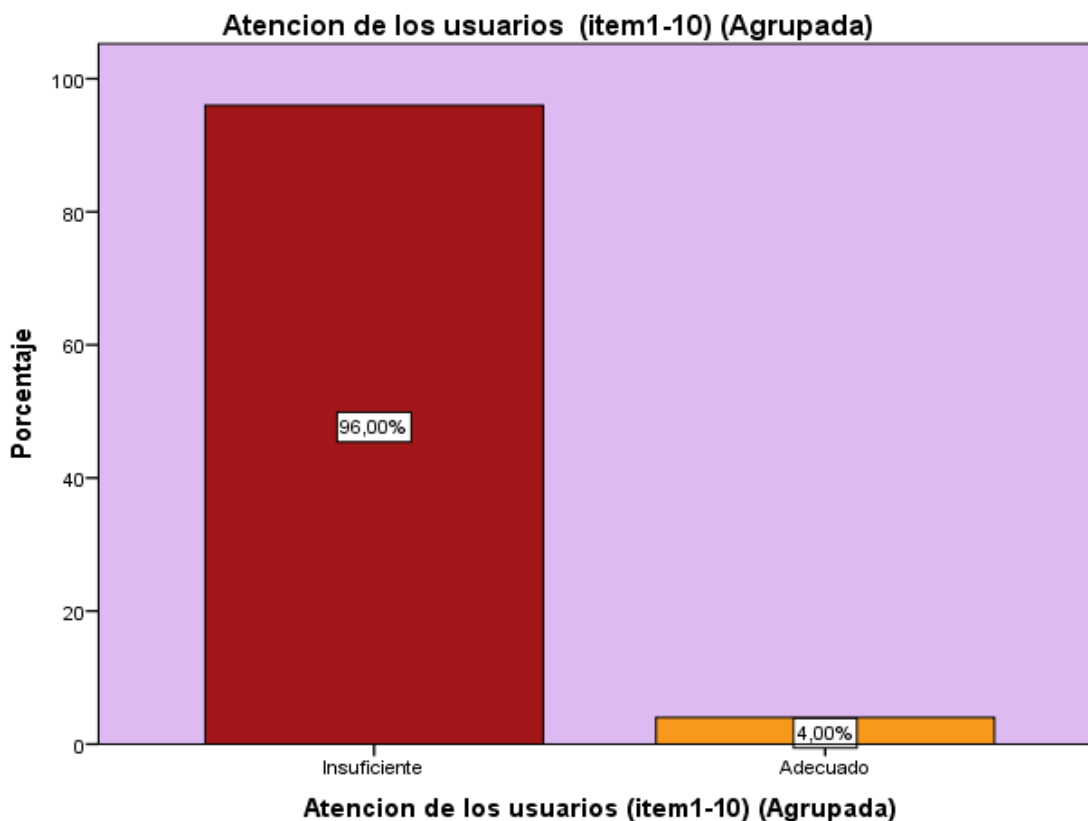
#### 3.1.1 Variable Atención de los usuarios

Los resultados de la variable se muestran en la Tabla y figura.

**Tabla 09:** Frecuencias de respuestas de la variable Atención de los usuarios.

Atención de los usuarios (item1-10) (Agrupada)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Insuficiente	48	96,0	96,0
	Adecuado	2	4,0	100,0
	Total	50	100,0	

*Fuente:* Base de datos SPSS 24.



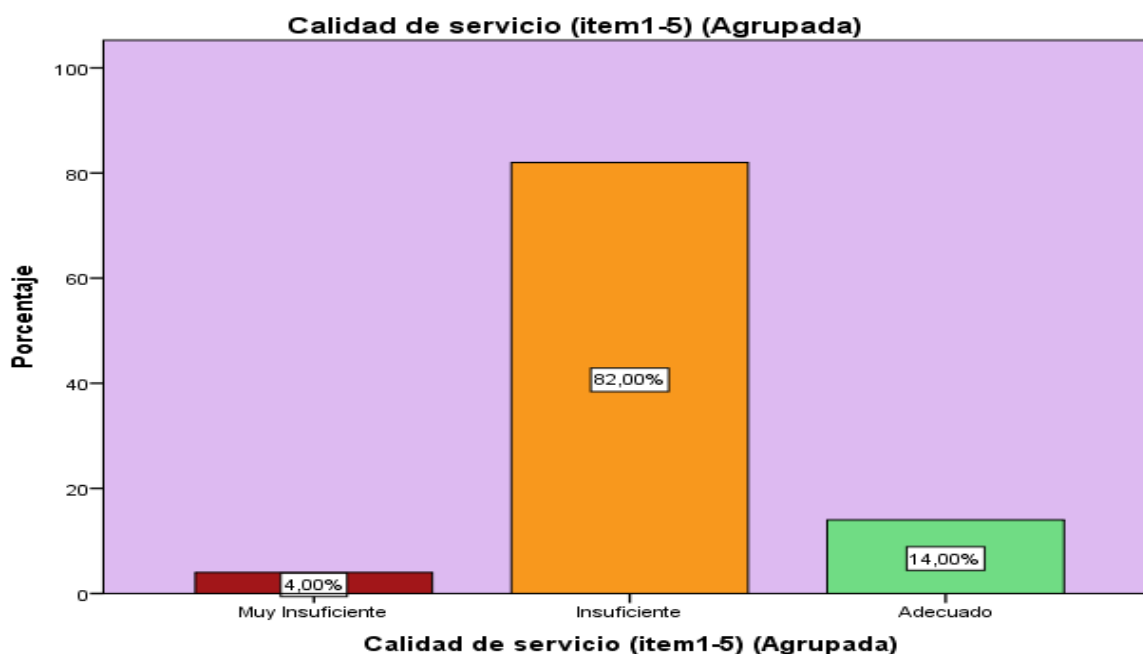
**Figura 1:** Frecuencias de respuestas de la variable Atención de los usuarios

De la tabla 09 observamos que, en la atención de los usuarios las mujeres puérperas respondieron que un 96% es insuficiente en la atención por parte del personal asistencial y administrativo del INMP, pero a pesar de eso existe un porcentaje del 4% que es adecuado, pero este está todavía muy por debajo a lo que se quiere lograr que es la excelencia en la atención de los usuarios en el INMP. De los resultados obtenidos se concluye que la Atención de los usuarios y su relación con la competitividad en el INMP, Lima 2018, tiene una tendencia al nivel insuficiente.

**Tabla 10:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Calidad de servicio.

Calidad de servicio (item1-5) (Agrupada)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Insuficiente	2	4,0	4,0
	Insuficiente	41	82,0	86,0
	Adecuado	7	14,0	100,0
	Total	50	100,0	

**Fuente:** Base de datos SPSS 24.



**Figura 2:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Calidad de servicio



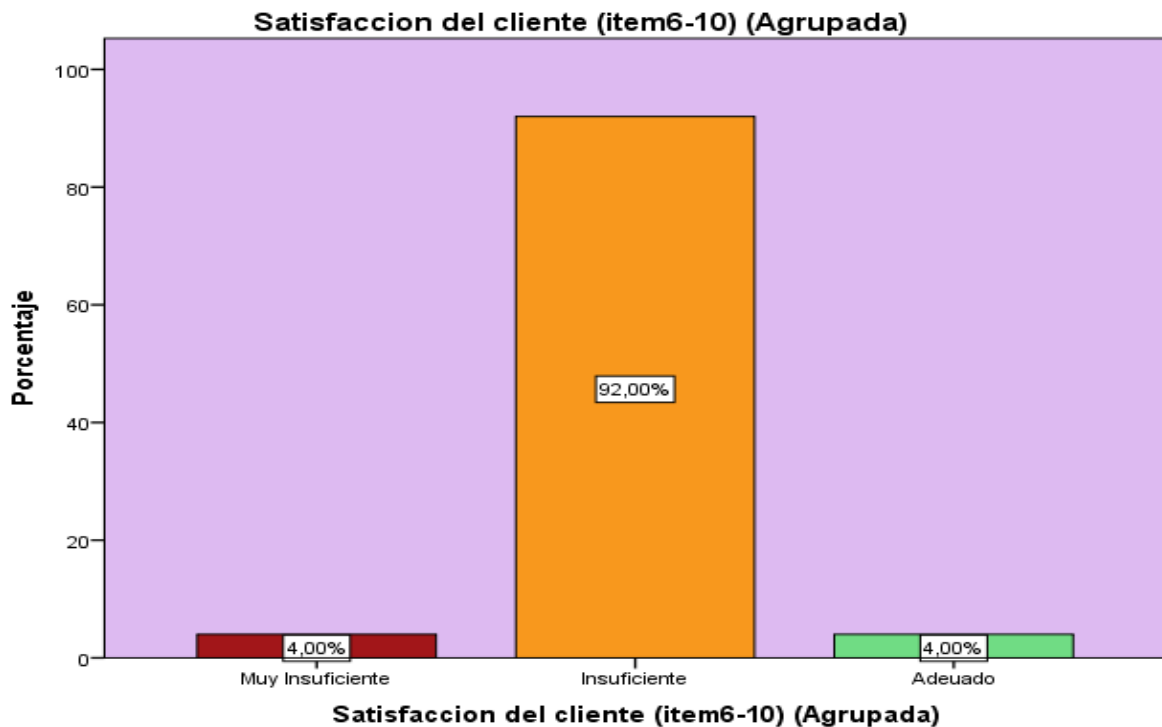
**Interpretación:**

De la tabla 10 según los resultados, el 82% de las mujeres puérperas respondieron que hay insuficiente calidad de servicio en el INMP, pero a pesar de eso existe un porcentaje del 14% que es adecuado, pero este está todavía muy por debajo a lo que se quiere lograr que es la excelencia en la atención de los usuarios en el INMP.

**Tabla 11:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Satisfacción del cliente.

Satisfacción del cliente (item6-10) (Agrupada)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Insuficiente	2	4,0	4,0
	Insuficiente	46	92,0	96,0
	Adeuado	2	4,0	100,0
	Total	50	100,0	

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.



**Figura 3:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Satisfacción del cliente

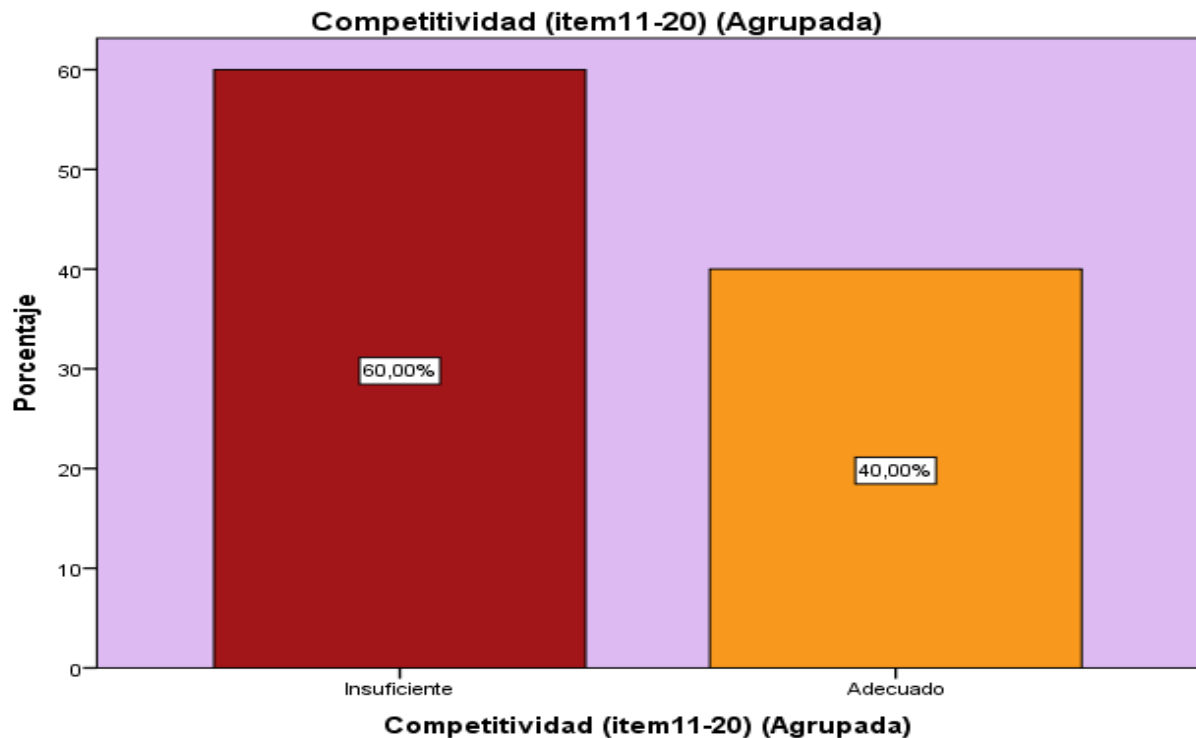
**Interpretación:**

De la tabla 11 según los resultados, el 92% de las mujeres puérperas respondieron que hay insuficiente satisfacción del cliente en el INMP, de los cuales existe un porcentaje del 4% que es adecuado, pero este está todavía muy por debajo a lo que se quiere lograr que es la excelencia en la atención de los usuarios en el INMP.

**Tabla 12:** Frecuencias de respuestas de la variable Competitividad.

competitividad (item11-20) (Agrupada)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Insuficiente	30	60,0	60,0
	Adecuado	20	40,0	100,0
	Total	50	100,0	

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.



**Figura 4:** Frecuencias de respuestas de la variable Competitividad.

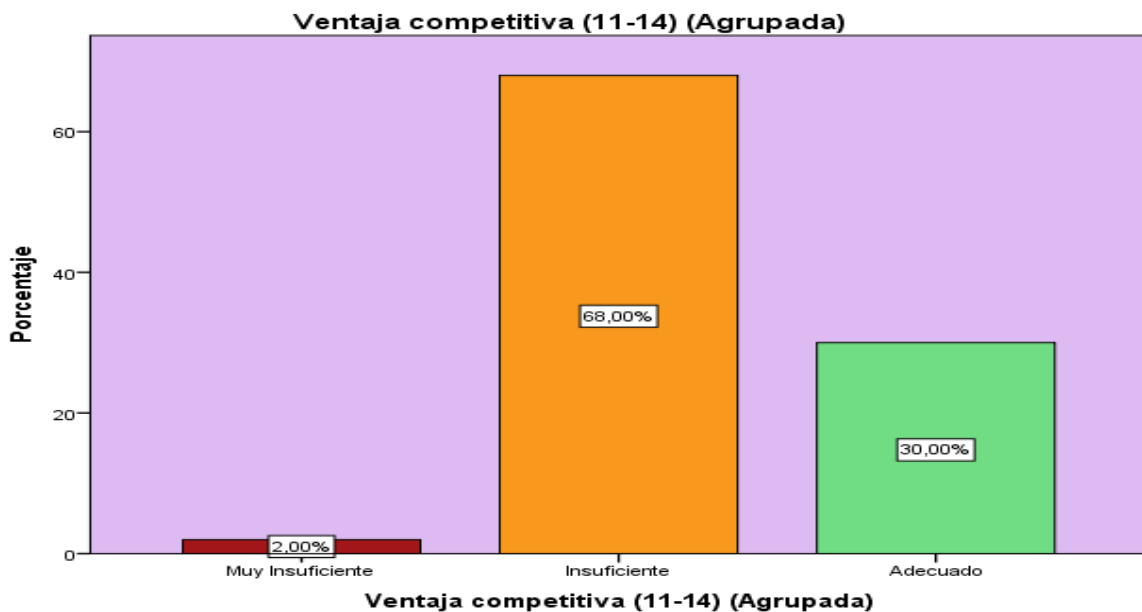
**Interpretación:**

De la tabla 12 observamos que, en el INMP, un 60% de las mujeres puérperas respondieron que la competitividad de esta institución es insuficiente ya que al ver una atención insuficiente por parte del personal asistencial y administrativo este no puede ser competitivo con otras instituciones del mismo rubro ya sea nacional o privados, pero a pesar de eso existe un porcentaje del 40% que cree que si es adecuado, pero este está todavía muy por debajo a lo que se quiere lograr que es la excelencia en la atención de los usuarios en el INMP. De los resultados obtenidos entonces se concluye que la Atención de los usuarios y su relación con la competitividad en el INMP, Lima 2018, tiene una tendencia al nivel insuficiente.

**Tabla 13:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Ventaja competitiva.

Ventaja competitiva (11-14) (Agrupada)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Insuficiente	1	2,0	2,0
	Insuficiente	34	68,0	70,0
	Adecuado	15	30,0	100,0
	Total	50	100,0	

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.



**Figura 5:** Frecuencias de respuestas de la variable competitividad.

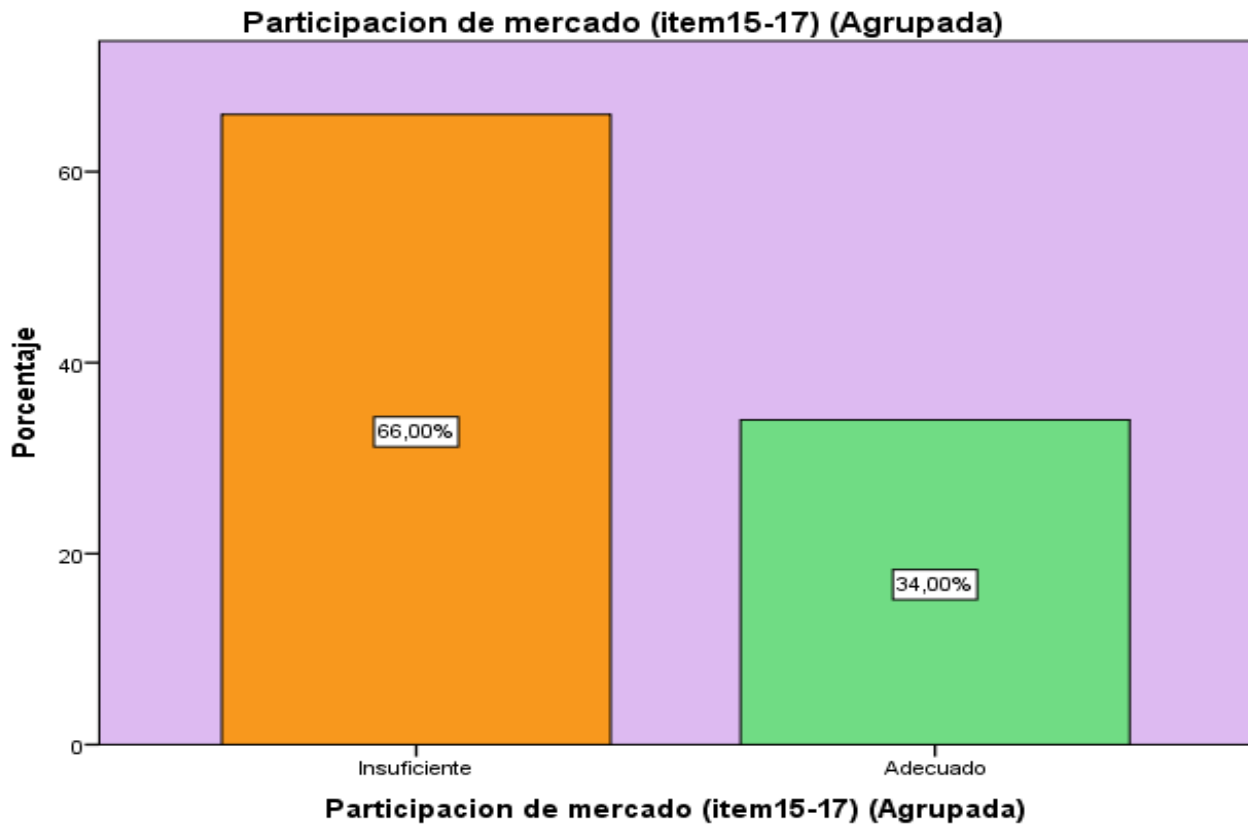
**Interpretación:**

De la tabla 13 observamos, según los resultados, el 60% de las mujeres puérperas respondieron que hay insuficiente competitividad en el INMP, pero a pesar de eso existe un porcentaje del 40% que es adecuado, pero este está todavía muy por debajo a lo que se quiere lograr que es la excelencia en la atención de los usuarios en el INMP.

**Tabla 14:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Participación de mercado.

Participación de mercado (item15-17) (Agrupada)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Insuficiente	33	66,0	66,0
	Adecuado	17	34,0	100,0
	Total	50	100,0	

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.



**Figura 6:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Participación de mercado

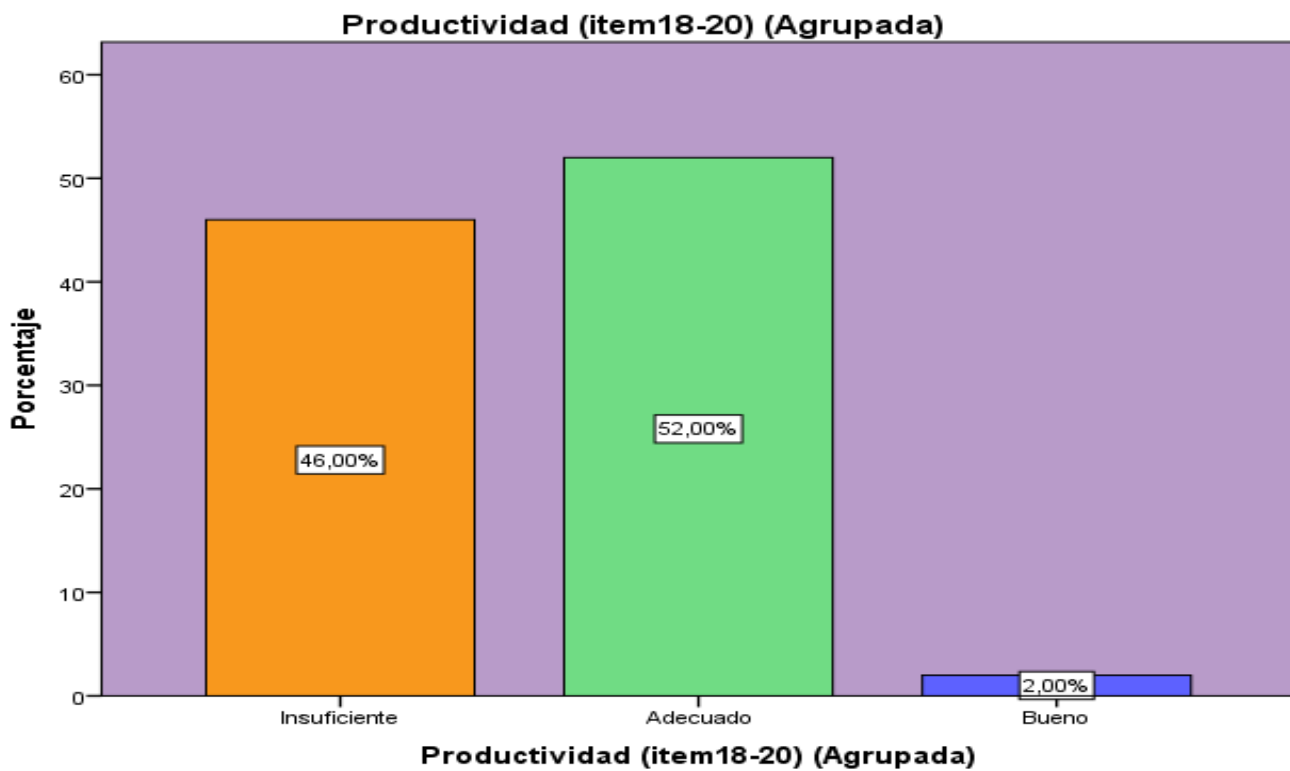
**Interpretación:**

De la tabla 14 observamos, según los resultados, el 66% de las mujeres puérperas respondieron que hay insuficiente participación en el mercado por parte del INMP, pero a pesar de eso existe un porcentaje del 34% que es adecuado, pero este está todavía muy por debajo a lo que se quiere lograr que es la excelencia en la atención de los usuarios en el INMP.

**Tabla 15:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Productividad.

Productividad (item18-20) (Agrupada)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Insuficiente	23	46,0	46,0
	Adecuado	26	52,0	98,0
	Bueno	1	2,0	100,0
	Total	50	100,0	

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.



**Figura 7:** Frecuencias de respuestas de la dimensión Productividad.

### ***Interpretación:***

De la tabla 15 observamos, según los resultados, el 52% de las mujeres puérperas respondieron que el INMP si es adecuado en su productividad, pero a pesar de eso existe un porcentaje del solo 2% que es Bueno, pero este está todavía muy por debajo a lo que se quiere lograr que es la excelencia en la atención de los usuarios en el INMP.

## **3.2. Análisis inferencial**

### **3.2.1. Prueba de normalidad de las hipótesis**

#### **3.1 Prueba de Normalidad**

Según los autores Levin y Rubin (2004), La prueba de Kolmogorov-Smimov, nombradas así en honor a los estadísticos A. N. Kolmogorov y N. V. Smirnov la desarrollaron, es un método no paramétrico sencillo para probar si existe una diferencia significativa entre una distribución de frecuencias observada y una distribución de frecuencias teórica [...] (p.655)

Se realizó la prueba de Kolmogorov – Smirnov para realizar la prueba de normalidad debido a que la población en estudio es mayor a 50 personas.

### **Según hipótesis general**

**Tabla 16:** *Regla de decisión y correspondencia*

Regla de decisión: Si Sig. $p < 0.05$ = Rechazo $H_0$ Si Sig. $p > 0.05$ = Acepto $H_0$	Regla de Correspondencia: $N < 50$ = Shapiro - Wilk $N > 50$ = Kolmogorov - Smirnova
---	--

**Fuente:** elaboración propia

**Tabla 17.** Prueba de normalidad de la variable Atención de los usuarios y Competitividad en el INMP.

Pruebas de normalidad							
	atención de los usuarios	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
competitividad	Excelente	,391	50	,000	,622	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.

**Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 19, según los resultados se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación indicando que la atención de los usuarios si se relaciona con la competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, lima 2018. debido a que en las variables existió una correlación de 62,2% lo cual indica una relación positiva moderada.

**3.2.2. Prueba de hipótesis**

**3.2.3. Prueba de la hipótesis general**

Ho: la atención de los usuarios no tiene relación con la competitividad en el INMP, Lima 2018.

Ha: la atención de los usuarios si tiene relación con la competitividad en el INMP, Lima 2018.

**Nivel de confianza: 95% ( $\alpha = 0.05$ )**

**Regla de decisión:**

Si  $p < \alpha$ , entonces se rechaza la hipótesis nula.

Si  $p \geq \alpha$ , entonces se acepta la hipótesis nula.

**Relación entre atención de los usuarios y competitividad.**

A continuación se presentan los resultados obtenidos con el análisis de correlación para estimar el tau-b de Kendall.

**Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios y su Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018

**Tabla 18:** Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, según la Hipótesis general.

<b>Correlaciones</b>				
			Atención de los usuarios	Competitividad
Tau_b de Kendall	Atención de los usuarios	Coefficiente de correlación	1,000	,616
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,616	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.

**Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 18, utilizando el estadístico tau-b de Kendall con relación a las variables Atención de los usuarios y competitividad se



obtuvo un coeficiente de correlación de 0.616 es decir un 61,6%, con un nivel de significancia menor  $\alpha = 0.05$ , la cual indico que se rechazó la  $H_0$  y se aceptó la  $H_1$ , indicando que la atención de los usuarios si se relaciona con la competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018. Debido a que en las variables existió una correlación positiva moderada

## 1.6.2. Hipótesis Específicas

### Hipótesis Específica N° 1

**Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.**

$H_0$  = No existe relación la Atención de los usuarios con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

$H_1$  = Existe relación entre la Atención de los usuarios con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

**Tabla 19:** *Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, entre la Atención de los usuarios y la dimensión ventaja competitiva.*

Correlaciones				
			Atención de los usuarios	Ventaja competitiva
Tau_b de Kendall	Atención de los usuarios	Coeficiente de correlación	1,000	,520
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Ventaja competitiva	Coeficiente de correlación	,520	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.

### **Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 19, utilizando el estadístico tau-b de Kendall con relación a la variable atención de los usuarios y la dimensión ventaja competitiva obtuvo un coeficiente de correlación de 0.5.20, es decir un 52%, con un nivel de significancia menor  $\alpha = 0.05$ , la cual indico que se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , Debido a que existe una correlación positiva moderada entre la variable y la dimensión en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

### **Hipótesis específica N° 2**

**Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios y la Participación de Mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.**

**$H_0$  = No existe relación entre la Atención de los usuarios con la Participación de Mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.**

**$H_1$  = Existe relación entre la Atención de los usuario con la Participación de Mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.**

**Tabla 20:** *Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, entre la variable atención de los usuarios y la dimensión participación de mercado.*

<b>Correlaciones</b>				
			Atención de los usuarios	Participación de mercado
Tau_b de Kendall	Atención de los usuarios	Coeficiente de correlación	1,000	,423
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Participación de mercado	Coeficiente de correlación	,423	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.

### **Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 20, utilizando el estadístico tau-b de Kendall con relación a la variable atención de los usuarios y la dimensión ventaja competitiva obtuvo un coeficiente de correlación de 0.423, es decir un 42,3%, con un nivel de significancia menor a  $\alpha = 0.05$ , la cual indico que se rechazó la  $H_0$  y se aceptó la  $H_1$ , Debido a que existe una correlación positiva moderada entre la variable y la dimensión en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

### **Hipótesis específica N° 3**

Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios con la Productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

$H_0$  = No existe relación entre la atención de los usuarios y la productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018

$H_1$  = Existe relación entre la atención de los usuarios y la productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

**Tabla 21:** Correlación No paramétrica - tau-b de Kendall, entre la variable atención de los usuarios y la dimensión productividad.

<b>Correlaciones</b>				
			Atención de los usuarios	productividad
Tau_b de Kendall	Atención de los usuarios	Coeficiente de correlación	1,000	,411
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	50	50
	productividad	Coeficiente de correlación	,411	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	50	50

**Fuente:** Base de datos del SPSS 24.

***Interpretación:***

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 21, utilizando el estadístico tau-b de Kendall con relación a la variable proceso administrativo y la dimensión bienes tangibles obtuvo una coeficiente de correlación de 0.411, es decir un 41,1%, con un nivel de significancia mayor  $\alpha = 0.05$ , la cual indico que se rechazó la **H<sub>0</sub>** y se aceptó la **H<sub>1</sub>**, Debido a que existe una correlación positiva moderada entre la variable y la dimensión en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

### **III. DISCUSIÓN**

El estudio ha sido realizado mediante el análisis estadístico con el propósito de determinar si existe relación entre la Atención de los usuarios y la competitividad en el INMP, Lima 2018.

#### **El objetivo general:**

De la presente investigación es determinar la relación entre la atención de los usuarios y la competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018. Mediante el análisis de correlación de Tau\_b de Kendall se demuestra la existencia de relación entre ambas variables, ya que se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05 ( $0,000 < 0.05$ ) y una coeficiente de correlación de 0.616 que demuestra una correlación positiva moderada.

Dichos resultados tienen coherencia con Rojas (2007), en su tesis “calidad en el servicio en una Empresa de Publicidad como estrategia para lograr la Competitividad”. (Tesis para optar el grado de Maestría en Administración de Negocios). Instituto Politécnico Nacional, México. El presente estudio tuvo por objetivo general, describir el nivel de calidad en el servicio percibido por los clientes externos de la empresa, que permitan proponer estrategias para lograr la competitividad. La investigación fue de campo, el tipo de estudio fue aplicada y de tipo descriptivo, Finalmente los resultados reportados en base a las encuestas desarrolladas se han podido conocer que mediante la prueba estadística Chi-cuadrado el coeficiente de correlación fue de 0.330 (correlación positiva baja), la cual indica que existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio educativo.

El objetivo de la investigación es mejorar la atención de los usuarios siendo el INMP ser más competitivo pero para eso el mismo personal tiene que estar identificado con la institución. Debido a que en las variables existió una correlación positiva moderada

### **El primer objetivo específico :**

Es determinar la relación la atención de los usuarios y la ventaja competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018. Mediante el análisis de Tau\_b de Kendall se demuestra que si hay relación entre la variable y la dimensión, ya que se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05 ( $0.000 > 0.05$ ) y una coeficiente de correlación de 0.520 que demuestra una correlacion positiva moderada.

Dichos resultados tienen coherencia con Guevara (2017), En su trabajo de tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Administración “*Calidad de servicio y su relación con la competitividad del banco de crédito del Perú, Cercado de Lima – 2017*”, Universidad Cesar Vallejo Escuela Profesional de Administración. El estudio tuvo como objetivo determinar si existía relación entre la Variable calidad de servicio con la competitividad en la empresa Banco de Crédito del Perú, siendo su estudio descriptiva – correlacional y utilizando la técnica del cuestionario, el autor concluye que si cumple con los objetivos e hipótesis trazados en su investigación. Finalmente los resultados reportados en base a las encuestas desarrolladas se han podido conocer que mediante la prueba estadística Chi- cuadrado el coeficiente de correlación fue de 0.949 (correlación positiva baja), la cual indica que existe relación entre la calidad de servicio si se relaciona con la Competitividad del Banco de Crédito del Perú,

El objetivo de la investigación es seguir siendo una institución competitiva ya que por la falta de esa buena atención que siempre se caracterizó por parte del personal ahora lo están perdiendo.

### **El segundo objetivo específico :**

Es determinar la relación entre la atención de los usuarios y la participación de mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018. Mediante el análisis de Tau\_b de Kendall se demuestra que hay relación entre la variable y la dimensión, ya que se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) y una coeficiente de correlacion de 0.423 indicando una correlación positiva moderada.

### **El tercer objetivo específico:**

es determinar la relación entre la atención de los usuarios y la productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal. Mediante el análisis de Tau\_b de Kendall se demuestra que hay relación entre la variable y la dimensión, ya que se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) y una coeficiente de correlación de 0.411 indicando una correlación positiva moderada.

Dichos resultados tienen coherencia con Gómez & Tinjaca (2013). En su trabajo de tesis como requisito para poder optar el título de Maestría en creatividad e innovación en las Organizaciones *“Relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la Micro, Pequeña, Mediana y gran industria del sector confección de las ciudades de Pereira y dos quebradas”*. Universidad Autónoma de Manizales, Manizales-Colombia. El presente estudio tuvo como objetivo general Determinar la relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran empresa del sector de confección de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, teniendo en cuenta que su investigación busca establecer la relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva con el fin de analizar la gestión de la innovación que busque el fortalecimiento del sector su método es de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional siendo su método deductivo se concluye que bajo el anterior horizonte se demuestra que muchas microempresas no producen procesos de innovación.

El objetivo de la investigación es seguir siendo una institución productivo para eso se necesita del trabajo conjunto de todos los trabajadores para poder lograr los objetivos trazados.

## **IV. CONCLUSION**

1. Se cumplió con el objetivo general demostrando que existe relación entre atención de los usuarios y competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018, Por ello concluimos que una buena atención a los usuarios permite ser más competitivos, dado que para ser más competitivos es conveniente contar con una buena atención a los usuarios.
2. Se cumplió el Objetivo Especifico 1, demostrando que existe una relación entre atención de los usuarios y ventaja competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018. por ello, concluimos que una buena ventaja competitiva se recomienda realizar encuestas diarias para saber qué es lo que piensa el usuario de nuestra institución y de esta manera mejorarlo.
3. Se cumplió el Objetivo Especifico 2, demostrando que existe una relación entre atención de los usuarios y participación de mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018. Por ello, concluimos que una buena atención de los usuarios también se basa en capacitaciones que se les brinda a sus trabajadores.
4. Se cumplió el Objetivo Especifico 3, demostrando que existe una relación entre atención de los usuarios y productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018. Por ello, concluimos que para ser más competitivos es conveniente realizar diferentes actividades integradoras con el personal de la institución.



## **V. RECOMENDACIONES**

Después de analizar los resultados de la presente investigación a las puérperas que se encuentran hospitalizadas en el servicio “E” se propone las siguientes recomendaciones:

Primero: Lograr que mi proyecto de investigación contribuya de manera constante en la mejora en la atención que se les brinda a las usuarias en el INMP que a diario son atendidas en dicha Institución por parte del personal administrativo y asistenciales logrando de esta manera mejorar su imagen en la atención que ellos brindan y de esta manera su personal sea reconocido por su trabajo constante por parte de estas usuarias logrando los objetivos y metas plasmadas.

Segundo: El INMP su objetivo es brindar la mejor experiencia a sus usuarias dentro del establecimiento para eso se recomienda realizar encuestas diarias de un mínimo de 250 personas tanto en los servicios de hospitalización como los de consultorios externos permitiendo de esta manera llevar un mejor control si existe algún tipo de maltrato por parte del personal administrativo y asistencial. (VC)

Tercero: Se coordinara capacitaciones, al personal administrativo ya que actualmente por parte de la institución no lo hay y en el caso de los asistenciales habrá un mejor control ya que la mayoría de ellos se anotan pero no van a dichas capacitaciones y esto se ve reflejado en el trato que este personal les dan a las usuarias.(PM)

Cuarto: se recomienda incentivar también a los trabajadores con paseos mensuales recreacionales, olimpiadas de futbol y vóley cada tres meses, y charlas de relajación ya que la mayoría del personal es mayor a 40 años.

## VI. REFERENCIAS

- Bautista, J. (2002) Responsabilidad profesional de banqueros y comerciantes. Editorial Juris – Argentina.  
ISBN: 950-817-174-X
- Bernal, T. Cesar, A. Metodología de la Investigación: Para la administración, Economía, humanidades y ciencias sociales. 2da Edición. 2006. Editorial Person. México.  
ISBN: 970-26-0645-4
- Betancourt Guerrero, Benjamín. Análisis sectorial y competitividad. 1ra edición Editorial Ecoe. 2014. Santafé - Bogotá.  
ISBN: 978-958-648-730-6
- Fernández, M. Jesús & Campiña, G. Atención básica al cliente. Ediciones Paraninfo. 2015. Madrid - España.  
ISBN 13: 9788428397254  
ISBN 10: 8428397252
- Fonseca Zarate, Rafael Enrique. Competitividad, la clave del éxito empresarial. 1ra edición. Editorial Alfaomega. Bogotá - Colombia. 2015.  
ISBN: 978-958-778-017-8
- Gago Muñoz, Marta. Manual: técnicas de información y atención al cliente/ Consumidor/usuario (UF0037). Editorial cep. España - Madrid. 2016.  
ISBN: 978-84-681-8016-8
- Guillermo, E. Oceguedo, V. & Castro, E. (2006). Teoría de las Organizaciones. Editorial umbral s.a. México.  
ISBN: 970-9758-43-8
- Huanca, Y. (2014). La Competitividad y el desarrollo empresarial de las Pymes Panificadoras. (Tesis de Licenciada en Administración). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.  
ISBN: 978-84-283-9725-4
- Ibáñez, C. & Caro, J. (2001). Algunas teorías e instrumentos para el análisis de la Competitividad. Cuaderno técnico N°16. IICA – Venezuela.  
ISBN: 92-9039-490-0

- Muñoz, M. Andrés La Gestión de Calidad total en la administración Pública  
Ediciones Días de Santos. Madrid – España.1999.  
ISBN: 84-7978-413-X
- Ortiz de Mendivil, Enrique. Atención básica al cliente.1ra edición 2013. Cartagena  
- Colombia  
ISBN: 978-1-291-45424-6
- Publicaciones vértice S.L. Manual: técnicas de información y Atención al cliente/  
Consumidor. Madrid – España.2010. Impreso en España.  
ISBN: 978-84-9931-197-5
- Paz, C. Renata. Guía práctica de técnicas y estrategias: Atención al cliente. 1ª  
Edición. Editorial ideas propias. Madrid – España.2007.  
ISBN: 978-84-965578-38-8
- Pérez, L. R., Morgado, M. R., Mantilla, N. G., Batista, M. S., Alfonso, I. M., &  
Parrado, J. P. (2016). Factores pronósticos de mortalidad en pacientes  
con peritonitis secundaria hospitalizados en la unidad cuidados intensivos  
(*Revista Cubana de Medicina Intensiva y Emergencias*).  
Recuperado:  
[http://www.revmie.sld.cu/index.php/mie/article/view/138/html\\_50](http://www.revmie.sld.cu/index.php/mie/article/view/138/html_50)
- Pérez, T. Vanessa, C. Calidad total en la atención al cliente: pautas para  
garantizar la excelencia en el Servicio. 1ª Edición. 2006. Editorial Ideas  
propias. Madrid – España.  
ISBN: 978-84-9839-068-1
- Reig, E. (2007). Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones  
Españolas: Fundación BBVA, Ed.  
ISBN: 978-84-96515-44-4
- Robbins, Stephen P & Decenzo, David. Fundamentos de Administración:  
Conceptos Esenciales y Aplicaciones. 3ra Edición. 2002. Editorial  
Pearson. México.  
ISBN: 970-26-0323-4
- Rufin, M. Ramón & Medina, M. Cayetano. Marketing público: investigación,  
aplicaciones y estrategia. Editorial Esic. Madrid – España.2012.  
ISBN: 978-84-7356-815-9

Real Academia Española. (2017) «El *diccionario* de la Academia y su tiempo»  
Universidad de Barcelona - España.  
Recuperado:  
<http://www.rae.es/>

Sánchez, Pilar. Calidad en la atención al cliente: comunicación y atención al  
cliente. Editex, 2012.  
ISBN: 8490035482, 9788490035481

Schnaars, Steven. Estrategias de marketing. Edición Díaz de Santos. Madrid –  
España.1994.  
ISBN: 84-7978-113-0

Seto, P. Dolors. De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente.1ª edición.  
Editorial Esic. 2004. Madrid – España.  
ISBN: 84-7356-371-9

Tschohl, J., & Franzmeier, S. (1994). Alcanzando la excelencia mediante el  
servicio al cliente. Ediciones Díaz de Santos.  
Recuperado de:  
<https://scholar.google.com.pe/scholar>

## **ANEXOS**

## ANEXO 1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### Cuestionario de la Variable Independiente

#### Atención de los Usuarios y su relación con la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.

Señoras usuarios sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Muy insuficiente, 2 = Insuficiente, 3 = Adecuada, 4= Buena, 5 = Excelente

N°	Preguntas	MI	I	A	B	E
1	Cree usted que al pedir información sobre algún tipo de trámite u orientación el personal de salud y administrativo le ayuda a resolver su duda	1	2	3	4	5
2	La atención recibida por parte del personal de salud y administrativo es óptima cuando usted se encuentra dentro del establecimiento de salud	1	2	3	4	5
3	El personal de salud y administrativo brinda una comunicación asertiva y logra resolver sus dudas que haya tenido	1	2	3	4	5
4	Indique usted si el personal de salud y administrativo lo atendió de manera amable durante su estadía en el INMP	1	2	3	4	5
5	Cree usted que el INMP tiene la credibilidad necesaria como instituto Nacional por tener tantos años de creada	1	2	3	4	5
6	Usted está satisfecho con la comprensión que les demuestra el personal de salud y administrativo en caso de emergencia o algún trámite que tenga que realizar lo más breve posible	1	2	3	4	5
7	Cree usted que el personal de salud y administrativo realizan su trabajo de manera responsable en el cumplimiento de sus funciones correspondientes	1	2	3	4	5
8	Cree usted que el personal de salud y administrativo demuestra su compromiso hacia los pacientes que se atienden en el INMP	1	2	3	4	5
9	El INMP llena sus expectativas en la atención recibida por parte del personal de salud y administrativo	1	2	3	4	5
10	Cree que el personal de salud y administrativo se preocupa por la atención de los usuarios que llegan al INMP	1	2	3	4	5

**Muchas Gracias**

**ANEXO 2****Cuestionario de la Variable dependiente****Atención de los Usuarios y su relación con la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.**

Señoras usuarios sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Muy insuficiente, 2 = Insuficiente, 3 = Adecuada, 4= Buena, 5 = Excelente

N°	Preguntas	MI	I	A	B	E
1	Cree usted que la innovación en salud puede sin duda ayudar a mejorar el sistema tanto en la atención hospitalaria como en la atención administrativa de los usuarios y así mantener los costes en la INMP	1	2	3	4	5
2	Cree usted que a pesar de su larga historia, el INMP se mantiene a la vanguardia tecnológica para la atención de los usuarios.	1	2	3	4	5
3	Cree usted que el INMP le brinda un servicio de calidad en su atención	1	2	3	4	5
4	Cree usted que el personal de salud y administrativo necesita tener más capacitaciones para mejorar en la atención de los usuarios y de esta manera ser competitivo a otras instituciones del mismo rubro	1	2	3	4	5
5	Cree usted que el INMP debería utilizar con más énfasis el tema de atención a los usuarios como una estrategia para atraer más usuarios a su establecimiento	1	2	3	4	5
6	Cree usted que el personal de salud y administrativo tiene un buen desempeño en su trabajo diario frente a los usuarios al brindar la atención en el INMP	1	2	3	4	5
7	Cree usted que el INMP se diferencia de otras instituciones del mismo rubro en el tema de la atención de los usuarios y su competitividad	1	2	3	4	5
8	Cree usted que el personal de salud y administrativo es eficiente en sus labores de trabajo durante su atención y estancia hospitalaria en el INMP	1	2	3	4	5
9	Usted cree que el INMP será más eficaz en la atención y competitividad frente a otras instituciones que brindan el mismo servicio a sus usuarios al realizar más a menudo capacitaciones y actualizaciones de equipos tanto a sus colaboradores de salud y administrativos como a la infraestructura del establecimiento	1	2	3	4	5
10	Cree usted que la atención a los usuarios y la competitividad que demuestra el INMP le permite ser más rentable en el rubro servicios ante otras instituciones y organizaciones en el mercado	1	2	3	4	5

**Muchas Gracias**

# VALIDACIÓN

## MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de la Investigación: "Atención de los Usuarios y su relación con la Competitividad en el INIMP, Lima 2018".  
 Apellidos y nombres del Investigador: Sarrita Isabel Vásquez Jiménez  
 Apellidos y nombres del experto: Dr. Pedro Constante Costilla Castillo

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINION DEL EXPERTO	
			ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE
Asociación de los Usuarios	Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	Cree usted que al pedir información sobre algún tipo de trámite u orientación el personal de salud y administrativo le ayuda a resolver su duda	1 = Muy insuficiente	/	
		Atención	La atención recibida por parte del personal de salud y administrativo es óptima cuando usted se encuentra dentro del establecimiento de salud	2 = Insuficiente	/	
		Comunicación	El personal de salud y administrativo brinda una comunicación asertiva y logra resolver sus dudas que haya tenido	3 = Adecuada	/	
		Amabilidad	Indique usted si el personal de salud y administrativo lo atendió de manera amable durante su estadía en el INIMP	4 = Buena	/	
		Credibilidad	Cree usted que el INIMP tiene la credibilidad necesaria como Instituto Nacional por tener tantos años de creada	5 = Excelente	/	
		Comprensión	Usted está satisfecho con la comprensión que les demuestra el personal de salud y administrativo en caso de emergencia o algún trámite que tenga que realizar lo más breve posible		/	
	Satisfacción del cliente	responsabilidad	Cree usted que el personal de salud y administrativo realizan su trabajo de manera responsable en el cumplimiento de sus funciones correspondientes		/	
		compromiso	Cree usted que el personal de salud y administrativo demuestra su compromiso hacia los pacientes que se atienden en el INIMP		/	
		Expectativas del usuario	El INIMP llena sus expectativas en la atención recibida por parte del personal de salud y administrativo		/	
		Preocupación por el usuario	Cree que el personal de salud y administrativo se preocupa por la atención de los usuarios que llegan al INIMP		/	



ASPECTO POR EVALUAR				OPINION DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
Competitividad	Ventaja competitiva	Innovación	Cree usted que la innovación en salud puede sin duda ayudar a mejorar el sistema tanto en la atención hospitalaria como en la atención administrativa de los usuarios y así mantener los costos en la INIMP.	1 = Muy insuficiente 2 = Insuficiente 3 = Adecuada 4 = Buena 5 = Excelente	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Tecnología	Cree usted que a pesar de su larga historia, el INIMP se mantiene a la vanguardia tecnológica para la atención de los usuarios.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Calidad	Cree usted que el INIMP le brinda un servicio de calidad en su atención		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Capacitación	Cree usted que el personal de salud y administrativo necesita tener más capacitaciones para mejorar en la atención de los usuarios y de esta manera ser competitivo a otras instituciones del mismo rubro		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Participación de mercado	Estrategias	Cree usted que el INIMP debería utilizar con más énfasis el tema de atención a los usuarios como una estrategia para atraer más usuarios a su establecimiento		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Desempeño	Cree usted que el personal de salud y administrativo tiene un buen desempeño en su trabajo diario frente a los usuarios al brindar la atención en el INIMP		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Diferenciación	Cree usted que el INIMP se diferencia de otras instituciones del mismo rubro en el tema de la atención de los usuarios y su competitividad		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Productividad	Eficiencia	Cree usted que el personal de salud y administrativo es eficiente en sus labores de trabajo durante su atención y estancia hospitalaria en el INIMP		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Eficacia	Usted cree que el INIMP será más eficaz en la atención y competitividad frente a otras instituciones que brindan el mismo servicio a sus usuarios al realizar más a menudo capacitaciones y actualizaciones a sus colaboradores de salud y administrativos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Rentabilidad		Cree usted que la atención a los usuarios y la competitividad que demuestra el INIMP le permite ser la rentable en el rubro servicios ante otras instituciones y organizaciones en el mercado	<input checked="" type="checkbox"/>	
Firma del Experto:			Fecha 6/11/11				

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de la Investigación: "Atención de los Usuarios y su relación con la Competitividad en el INIMP, Lima 2018".  
 Apellidos y nombres del Investigador: Santa Isabel Vásquez Jiménez  
 Apellidos y nombres del experto: Dr. Edwin Atay Alvarado

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	OPINION DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE
Atención de los Usuarios	Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	Cree usted que al pedir información sobre algún tipo de trámite u orientación el personal de salud y administrativo le ayuda a resolver su duda	1 = Muy eficiente		
		Atención	La atención recibida por parte del personal de salud y administrativo es óptima cuando usted se encuentra dentro del establecimiento de salud	2 = Insuficiente		
		Comunicación	El personal de salud y administrativo brinda una comunicación asertiva y logra resolver sus dudas que haya tenido	3 = Adecuada		
		Amabilidad	El personal de salud y administrativo lo atendió de manera amable durante su estadía en el INIMP	4 = Buena		
		credibilidad	Usted cree que la Maternidad de Lima por sus años de creación demuestra tiene la credibilidad necesaria como Instituto Nacional hacia los usuarios	5 = Excelente		
	Satisfacción del cliente	Comprensión	Usted está satisfecho con la comprensión que les demuestra el personal de salud y administrativo en caso de emergencia o algún trámite que tenga que realizar lo más breve posible			
		responsabilidad	Cree usted que el personal de salud y administrativo realizan su trabajo de manera responsable en el cumplimiento de sus funciones correspondientes			
		compromiso	Cree usted que el personal de salud y administrativo demuestra su compromiso hacia los pacientes que se atienden en el INIMP			
		Expectativas del usuario	El INIMP llena sus expectativas en la atención recibida por parte del personal de salud y administrativo			
		Preocupación por el usuario	Cree que el personal de salud y administrativo se preocupa por la atención de los usuarios que llegan al INIMP			

ASPECTO POR EVALUAR			OPINION DEL EXPERTO					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS	
Competitividad	Ventaja competitiva	Innovación	Cree usted que la innovación en salud puede sin duda ayudar a mejorar el sistema tanto en la atención hospitalaria como en la atención administrativa de los usuarios y así mantener los costos en la INMP	1 = Muy insuficiente 2 = Insuficiente 3 = Adecuada 4 = Buena 5 = Excelente				
		Tecnología	Cree usted que a pesar de su larga historia, el INMP se mantiene a la vanguardia tecnológica para la atención de los usuarios.					
		Calidad	Cree usted que el INMP le brinda un servicio de calidad en su atención					
		Capacitación	Cree usted que el personal de salud y administrativo necesita tener más capacitaciones para mejorar en la atención de los usuarios y de esta manera ser competitivo a otras instituciones del mismo rubro					
	Participación de mercado	Estrategias	Cree usted que el INMP debería utilizar con más énfasis el tema de atención a los usuarios como una estrategia para atraer más usuarios a su establecimiento					
		Desempeño	Cree usted que el personal de salud y administrativo tiene un buen desempeño en su trabajo diario frente a los usuarios al brindar la atención en el INMP					
		Diferenciación	Cree usted que el INMP se diferencia de otras instituciones del mismo rubro en el tema de la atención de los usuarios y su competitividad					
	Productividad	Eficiencia	Cree usted que el personal de salud y administrativo es eficiente en sus labores de trabajo durante su atención y estancia hospitalaria en el INMP					
		Eficacia	Usted cree que el INMP será más eficaz en la atención y competitividad frente a otras instituciones que brindan el mismo servicio a sus usuarios al realizar más a menudo capacitaciones y actualizaciones a sus colaboradores de salud y administrativos					
	Renovabilidad		Cree usted que la atención a los usuarios y la competitividad que demuestra el INMP le permite ser la rentable en el rubro servicios ante otras instituciones y organizaciones en el mercado					
Firma del Experto:		<p>Fecha: 11/12/2012</p> <p>Dr. Edgar [Firma]</p>						

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de la Investigación: "Atención de los Usuarios y su relación con la Competitividad en el INMP, Lima 2018".  
 Apellidos y nombres del Investigador: Sarita Isabel Vásquez Jiménez  
 Apellidos y nombres del experto: *M. Edwin A. Rosas Dominguez*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	OPINION DEL EXPERTO	
			ITEM/PREGUNTA	SI CUMPLE		NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
Atención de los Usuarios	Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	Cree usted que al pedir información sobre algún tipo de trámite u orientación el personal de salud y administrativo le ayuda a resolver su duda				
		Atención	La atención recibida por parte del personal de salud y administrativo es óptima cuando usted se encuentra dentro del establecimiento de salud			1 = Muy insuficiente	
		Comunicación	El personal de salud y administrativo brinda una comunicación asertiva y logra resolver sus dudas que haya tenido			2 = Insuficiente	
		Amabilidad	El personal de salud y administrativo lo atendió de manera amable durante su estadía en el INMP			3 = Adecuada	
		credibilidad	Usted cree que la Maternidad de Lima por sus años de creación demuestra tiene la credibilidad necesaria como Instituto Nacional hacia los usuarios			4 = Buena	
	Satisfacción del cliente	Comprensión	Usted está satisfecho con la comprensión que les demuestra el personal de salud y administrativo en caso de emergencia o algún trámite que tenga que realizar lo más breve posible			5 = Excelente	
		responsabilidad	Cree usted que el personal de salud y administrativo realizan su trabajo de manera responsable en el cumplimiento de sus funciones correspondientes				
		compromiso	Cree usted que el personal de salud y administrativo demuestra su compromiso hacia los pacientes que se atienden en el INMP				
		Expectativas del usuario	El INMP llena sus expectativas en la atención recibida por parte del personal de salud y administrativo				
		Preocupación por el usuario	Cree que el personal de salud y administrativo se preocupa por la atención de los usuarios que llegan al INMP				

*4/1/17*

ASPECTO POR EVALUAR				OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE / NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
Competitividad	Ventaja competitiva	Innovación	Cree usted que la innovación en salud puede sin duda ayudar a mejorar el sistema tanto en la atención hospitalaria como en la atención administrativa de los usuarios y así mantener los costos en la INIMP.	1 = Muy insuficiente 2 = Insuficiente 3 = Adecuada 4 = Buena 5 = Excelente		
		Tecnología	Cree usted que a pesar de su larga historia, el INIMP se mantiene a la vanguardia tecnológica para la atención de los usuarios.			
		Calidad	Cree usted que el INIMP le brinda un servicio de calidad en su atención			
	Participación de mercado	Capacitación	Cree usted que el personal de salud y administrativo necesita tener más capacitaciones para mejorar en la atención de los usuarios y de esta manera ser competitivo a otras instituciones del mismo rubro			
		Estrategias	Cree usted que el INIMP debería utilizar con más énfasis el tema de atención a los usuarios como una estrategia para atraer más usuarios a su establecimiento			
		Desempeño	Cree usted que el personal de salud y administrativo tiene un buen desempeño en su trabajo diario frente a los usuarios al brindar la atención en el INIMP			
		Diferenciación	Cree usted que el INIMP se diferencia de otras instituciones del mismo rubro en el tema de la atención de los usuarios y su competitividad			
	Productividad	Eficiencia	Cree usted que el personal de salud y administrativo es eficiente en sus labores de trabajo durante su atención y estancia hospitalaria en el INIMP			
		Eficacia	Usted cree que el INIMP será más eficaz en la atención y competitividad frente a otras instituciones que brindan el mismo servicio a sus usuarios al realizar más a menudo capacitaciones y actualizaciones a sus colaboradores de salud y administrativos			
		Rentabilidad	Cree usted que la atención a los usuarios y la competitividad que demuestra el INIMP le permite ser la rentable en el rubro servicios ante otras instituciones y organizaciones en el mercado			
Firma del Experto:						

Fecha 2/11/11

## MATRIZ DE CONSISTENCIA.

ATENCIÓN DE LOS USUARIOS Y SU RELACION CON LA COMPETITIVIDAD EN EL INSTITUTO NACIONAL MATERNO PERINATAL, LIMA 2018							
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODO	POBLACION Y MUESTRA	
<b>GENERAL:</b> ¿Cómo se relaciona la Atención de los usuarios y la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?	<b>GENERAL:</b> Determinar cómo se relaciona la Atención de los Usuarios y la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.	<b>GENERAL:</b> Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios y la Competitividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.	<b>VARIABLE 1:</b> Atención de los usuarios	Calidad de Servicio	La investigación es hipotético-deductivo	Gestantes, cesareadas., con una muestra de 50 usuarios.	
				Satisfacción del Cliente	<b>ENFOQUE</b>		
					Cuantitativo		
					<b>TIPO</b>		
<b>ESPECIFICOS:</b> ¿Cómo se relaciona la Atención de los usuarios con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?  ¿Cómo se relaciona la Atención de los usuarios con la Participación de Mercado en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?  ¿Cómo se relaciona la Atención de los usuarios con la Productividad en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018?	<b>ESPECIFICOS:</b> Determinar cómo se relaciona la Atención de los usuarios con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.	<b>ESPECIFICOS:</b> Existe relación significativa entre la Atención de los usuarios con la Ventaja Competitiva en el Instituto Nacional Materno Perinatal, Lima 2018.	<b>VARIABLE 2:</b> Competitividad	Ventaja Competitiva	Aplicada	<b>TECNICA</b>	
							<b>NIVEL</b>
	Participación de Mercado	Descriptivo - Correlacional		Encuesta con escala tipo Likert			
		<b>DISEÑO</b>		<b>INSTRUMENTO</b>			
	Productividad	<b>No experimental y de corte transversal</b>		Cuestionario de 20 ítems			

