



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS**

**Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario, en un
Hospital del Callao, 2021**

**TESIS PARA OBTENR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas**

AUTOR:

Br. Escárate Jiménez, Marlon Alexis (ORCID: 0000-0002-9191-4515)

ASESOR:

Dr. Rojas Chacón, Víctor Hugo (ORCID: 0000-0003-4270-1027)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Estratégico y Operativo

Lima - Perú

2021

Dedicatoria

Gracias Madre por la enseñanza y el tiempo dedicado, con la finalidad de poder ser un hijo de bien. Madre mía quiero que sepas que este trabajo está realizado y enfocado al ejemplo que nos diste y, por el cual tú siempre luchaste. La igualdad y el bienestar social para todos.

Agradecimiento

Agradezco a mi familia y compañeros académicos por el apoyo mutuo, y por a ver permitido realizar este trabajo de cara a nuestros retos y competencias.

Índice de contenidos.

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vii
Asbtact.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	22
II. MARCO TEÓRICO.....	25
III. METODOLOGÍA.....	33
3.1. Tipo y diseño de la investigación	33
3.2. Variables y Operacionalización:	34
3.3. Población, Muestra y Muestreo.....	35
3.4. Técnica de Instrumento de recolección de datos.	37
3.5. Procedimientos.	37
3.5. Métodos de Análisis de Datos.....	38
3.6. Aspectos éticos.....	38
IV. RESULTADOS.....	39
V. DISCUSIÓN.....	59
VI. CONCLUSIONES.....	61
VII. RECOMENDACIONES.....	62
REFERENCIAS	64
ANEXOS.....	21

Índice de tablas.

Tabla 1. Ficha Técnica	37
Tabla 2. ¿Usted cómo califica en cuanto el nivel de comunicación del Call Center?	39
Tabla 3. ¿Usted cómo califica en cuanto la calidad de atención del cliente del Call Center?	40
Tabla 4. ¿Usted cómo califica la resolución de sus perspectivas al personal del Call Center?	41
Tabla 5. ¿Usted cómo califica el nivel de amabilidad por parte de los operarios de Call Center?	42
Tabla 6. ¿Usted cómo califica el tiempo de espera en la atención del Call Center?	43
Tabla 7. ¿Usted qué tan satisfecho estas con el desempeño de respuesta por parte de Call Center?	44
Tabla 8. ¿Usted cómo califica el nivel servicial por parte de Call Center?	45
Tabla 9. ¿Usted cómo califica la rotación de trabajadores dentro Call Center, mejoraría el nivel de atención?	46
Tabla 10. ¿Usted cómo califica el nivel del clima laboral dentro Call Center?	47
Tabla 11. ¿Usted cómo califica al personal de Call Center?	48
Tabla 12. ¿Usted cómo califica el nivel de calidad de atención del personal de Call Center?	49
Tabla 13. ¿Usted cómo califica el nivel de comunicación y capacidad de resolución por parte del personal del Call Center?	50
Tabla 14. ¿Usted cómo califica el trato del personal del Call Center?	51
Tabla 15. ¿Está usted satisfecho con la atención por parte de Call Center?	52
Tabla 16. ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la empresa de Call Center a algún amigo o conocido?	53
Tabla 17. ¿Usted cómo califica la experiencia vivida con el Call Center?	54
Tabla 18. ¿Usted cómo califica el nivel de orientación por parte del personal de Call Center?	55
Tabla 19. ¿Usted cómo califica el grado de respeto por parte del personal de Call Center?	56
Tabla 20. ¿Usted cómo califica el nivel de conciencia del personal del Call Center?	57
Tabla 21. ¿Usted cómo califica usted la atención personalizada de la empresa del Call Center?	58
Tabla 22. Matriz de Operacionalización de Variables	21
Tabla 23. Matriz de Consistencia	22

Índice de figuras.

Figura 1. Nivel de Comunicación	39
Figura 2. Calidad de Atención al Cliente.	40
Figura 3. La resolución de sus perspectivas al personal del Call Center.....	41
Figura 4. Nivel de amabilidad	42
Figura 5. Tiempo de Espera en la atención.	43
Figura 6. Nivel de satisfecho con el desempeño de respuesta por parte de Call Center	44
Figura 7. Nivel servicial	45
Figura 8. Rotación de trabajadores	46
Figura 9. Clima laboral.....	47
Figura 10. Personal de Call Center	48
Figura 11. Calidad de atención	49
Figura 12. Comunicación y capacidad de resolución	50
Figura 13. Trato del personal del Call Center	51
Figura 14. Satisfacción en la atención	52
Figura 15. Recomendación.....	53
Figura 16. Experiencia vivida.....	54
Figura 17. Nivel de orientación.....	55
Figura 18. Grado de respeto.....	56
Figura 19. Nivel de conciencia	57
Figura 20. Atención personalizada	58

Resumen.

La finalidad de la indagación es establecer la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuario, en un Hospital del Callao, 2021.

Se trabajó con una muestra de 136 usuarios, el recojo de la información fue mediante el cuestionario, midiendo su confiabilidad mediante el alfa de Cronbach y validado por juicio de expertos. La finalidad fue detectar la Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario, dicha indagación es de tipo aplicada, pues sostiene las teorías en solucionar dificultades prácticas con un margen de generalización que tiene una limitación, generando poco aporte al conocimiento científico desde otro punto de vista (teórico), nivel cuantitativo, de diseño no experimental. El muestreo fue considerado en esta investigación no probabilístico porque no se brindó la misma oportunidad de selección a todos los usuarios finales. Se utilizó como herramienta la escala de Liker que se desarrolla de acuerdo a un conjunto de item's que manifiestan una actitud positiva o negativa acerca de una acción.

La muestra para esta investigación se consideró una población de Usuarios de un Hospital del Callao. Tras realizar el cálculo de la muestra se procedió a realizar las encuestas.

Palabras Clave: Confiabilidad, Eficiencia y Satisfacción.

Asbtact.

The purpose of the inquiry is to establish the relationship between Efficiency of the Call Center in User Satisfaction, in a Hospital del Callao, 2021.

We worked with a sample of 136 users, the information was collected through the questionnaire, its reliability being measured using Cronbach's alpha and validated by expert judgment. The purpose was to detect the Efficiency of the Call Center and User Satisfaction, this inquiry is of an applied type, since it supports the theories in solving practical difficulties with a generalization margin that has a limitation, generating little contribution to scientific knowledge from another point of view. view (theoretical), quantitative level, non-experimental design. Sampling was considered non-probability in this investigation because the same selection opportunity was not provided to all end users. The Liker scale was used as a tool, which is developed according to a set of items that show a positive or negative attitude about an action.

The sample for this research was considered a population of Users of a Hospital in Callao. After calculating the sample, the surveys were carried out.

Keywords: Reliability, Efficiency and Satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

La Eficiencia de Call Center surgió de la coyuntura de prestar una función más eficiente al cliente, a través de medios de comunicación. Aunque el primer éxito en la historia del Tele-Marketing surge de la sabiduría de un emprendedor de pasteles alemán, que utilizaba este instrumento para aumentar la producción, la primera operación de Tele-Marketing se le atribuye a la corporación de vehículos Ford, lo que trajo consigo a un primer Call Center del mundo, en el año 1962. (Parada, 2019).

Diversos estudios indican que el Call Center nació del emplazamiento de prestar un empleo junto con usuarios a través del teléfono. Al comienzo era telediarario y adquiría una composición de empleo casual a la acogida de la utilidad (Muñiz, 2016).

Además, en los países latinoamericanos como en el caso de Colombia, se han convertido en estos años en una extensión muy atractiva para el negocio del Call Center. Compañías multinacionales lo han elegido por el buen nivel educador de los practicantes, generando vigor y bienestar en las empresas como en los usuarios. (Orillas, 2019).

Por otra parte, EsSalud (2017-2021), de acuerdo a su evaluación del plan estratégico Institucional; En técnicas de evaluación en los temas de *Salud y Eficacia de Atención al Usuario*, detalla que se llevó un proceso de actualización de usuarios del REGINCIAD a nivel de órganos desconcentrados, producto de ello se identificó a un total de 1,897 personas, que debían ser usuarios de REGINCIAD. Siendo este servicio unos de los pilares más importantes de rendimiento en los negocios de Salud, el Hospital de Salud del Callao el cual brinda el servicio de Salud Pública, cuya ubicación está en la provincia constitucional del Callao Lima Norte, como desempeño en el servicio de Salud, y como es de conocimiento hasta el año 2005 funcionaba como policlínico, siendo remodelado con la partida presupuestal de 235 millones de soles que destino EsSalud para la ampliación de dicho nosocomio. Las obras de

construcción y ampliación del referido centro Hospitalario beneficiaron a más de un millón 113 mil 36 habitantes de los distritos de Ventanilla, Ancón, San Martín de Porras, Los Olivos, Puente Piedra y parte de la Provincia Constitucional del Callao.

Además, La Satisfacción en el Usuario en los hospitales ha sido y seguirá siendo de mucho interés y agobio para el personal de enfermería, así como todos los colaboradores involucrados en los cuidados de los usuarios, esto dependerá de la fase de tranquilidad y aceptabilidad del servicio de salud. (Gonzales, 2017).

Lo anterior manifestado motiva a indagar sobre la Eficiencia de Call Center en la Satisfacción en el Usuario, por lo que surge la pregunta ¿Qué relación existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuario en un hospital del Callao, 2021? Y como problemas específicos tenemos: ¿Cuál, es la relación entre resolución de la primera llamada, y la calidad de servicio en un Hospital del Callao, 2021? ¿Cuál, es la relación entre tiempo de respuesta, y nivel de satisfacción en un Hospital del Callao, 2021? ¿Cuál es la relación entre organización de trabajo y empatía en un Hospital del Callao, 2021?

Dicha investigación se **justifica por el criterio de eficacia**, en el cual este trabajo sirvió para identificar qué tan fuerte está asociado el Call Center en la satisfacción en el Usuario. El criterio de relevancia social, se justifica porque benefició en primer lugar a los usuarios de dicho Hospital, quienes percibirán al conocer y comprender lo importante que es un Call Center en épocas como la que se estamos viviendo. Por su valor teórico, el estudio permitió fortalecer las teorías del Call Center Gardey (2014), y la Satisfacción en el Usuario, Sancho (2005), determinando la correlación entre sus dimensiones. Las Implicaciones prácticas de la presente investigación ayudaron a comprender como está relacionado el Call Center frente a la Satisfacción en el Usuario. El aporte metodológico es que deja instrumentos validados y confiables para el recojo de datos de las variables de estudio.

Para dicha fragmentación de esta indagación. Se propuso como **Objetivo General**: Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuario, en un Hospital del Callao, 2021 Y como **Objetivos Específicos**: Determinar la relación entre resolución de la primera llamada y la calidad de servicio en un Hospital del Callao, 2021. Determinar la relación entre tiempo de respuesta y nivel de satisfacción en un Hospital del Callao, 2021. Determinar la relación entre organización de trabajo y empatía en un Hospital del Callao, 2021.

Finalmente, la investigación tiene como **Hipótesis general**. Existe relación entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuario en un Hospital del Callao, 2021. En las **hipótesis específicas**, tenemos: existe la relación entre resolución de la primera llamada y la calidad de servicio en un Hospital del Callao, 2021. Existe la relación entre tiempo de respuesta y el nivel de satisfacción en un Hospital del Callao, 2021. Existe la relación entre organización de trabajo y empatía en un Hospital del Callao, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Siguiendo la investigación con respecto al término los Call Center y la Satisfacción en el Usuario, se realizó varios estudios con diferentes enfoques; dentro del contexto internacional como en el contexto nacional, con la finalidad de analizar los diversos factores que rodean el proceso de su creación.

En el contexto internacional según Yáñez (2019), el objetivo de su investigación tuvo como finalidad identificar cómo un trabajo puede afectar la salud mental de un trabajador en los Call Center. La muestra estuvo conformada por 26 operadores. Los datos se recolectaron a través de las encuestas. En conclusión, se comprobó que los cinco colaboradores nuevos puede ser la raíz del problema del bajo rendimiento de los operadores.

Almeida (2014), su objetivo fue descubrir los elementos de menor logro en los consejeros de American Call Center de la zona Inbound Pymes”. La muestra se ha considerado a la comunidad de la empresa de Inbound Pymes de American Call Center. En conclusión, su entrevista fue semi-estructurada. Concluyendo con un alto eminencia de Satisfacción en el Usuario.

En la misma línea Vásquez (2016), el objetivo de su investigación fue observar en qué medida la llamada proactiva realizada en un Call Center por la enfermera de atención, tuvo preferencias en las personas mayores de 80 años. Su diseño es descriptivo. Su muestra de estudio estuvo dirigida a personas mayores de 80 años. Los datos se recolectaron a través de encuestas. En Conclusión, se constata facilitar consejos de salud a través de las llamadas proactiva de las enfermeras a una población tan amplia, cuyo único criterio de selección sea la edad.

De acuerdo Gallardo (2014), su investigación tuvo como finalidad “investigar estudios formados en un espacio de Salud, con un enfoque en conceptualización y posibilidades de servicios”. Su diseño de indagación fue cuantitativo. Su muestra fue los pacientes. En conclusión. El servicio de calidad al Usuario, es percibido de diferentes maneras. Hay varios factores que establecen el conocimiento de la eficacia de servicio, y uno de ellos es el estado y carácter de los usuarios.

En la misma línea de indagación según Carreño, (2014), su investigación tuvo como finalidad, como valorar la Satisfacción en el Usuario de los servicios institucionales de una sección de salud. Dicha investigación corresponde a una indagación transversal. Su muestra se conformó por 15 Sanatorios en Hidalgo, la encuesta fue confidencial. Cuya conclusión fue la insatisfacción en los usuarios.

Así mismo Silva (2019), su investigación tuvo como objetivo evaluar la Satisfacción en los Beneficiarios ingresados en el Hospital Universitario con respecto a la eficacia del servicio hospitalario en la etapa académico versus el periodo no académico. Su diseño de investigación fue exploratorio transversal. La muestra fue condescendida por personas según edades entre 18 a 80 años de edad. En solución, Los interesados identificaron una mayor empatía y un mejor servicio mediante la etapa lectivo.

En relación a la primera variable Eficiencia del Call Center, según Piedra, (2020), su investigación obtuvo como objetivo averiguar sobre las condiciones profesionales de los trabajadores de ambos sectores. Su diseño de indagación fue explicativo. La muestra de estudio estuvo conformada por 16 participantes entre los 18 años de edad, que contaban con más de dos años de servicio en los Call Center en distintas empresas. Las 16 personas contactadas contestaron un cuestionario. La recolección de testimonios se dio a través de las entrevistas. Los resultados obtenidos se dieron a través de una indagación social que tenía por objetivo examinar la vitalidad cotidiana de los trabajadores en los Call Center.

Según Hierro (2014), su investigación tuvo como objetivo delinear y diferenciar modelos que optimicen a corto y medio plazo de la gestión de un Call Center de recepción de llamadas de emergencias. La muestra estuvo conformada por 35 colaboradores. Su diseño de indagación fue no experimental. En conclusión, el rendimiento de los distintos métodos de análisis enfocados en los 5 capítulos, genera concordancias en el principio en los servicios de los - Call Center.

Cano (2017), su indagación tuvo como finalidad plantear una idea para extender la producción en los servicios en la vigilancia de llamadas de las Jefaturas Cenco-Sud Chile. Tele-Atento Perú. SAC, año 2,017. Cuyo diseño de

indagación fue no experimental. La muestra estaba conformada de 120 participantes en el despacho de Cencosud Chile de la organización TeleAtento Perú SAC. Los datos de recolección fueron a través de las encuestas. Se proyecta alcanzar al objetivo del 92% aprobación en la sesión de afinidad y minimizar los tiempos de auxiliares a 5% o 4%. Como conclusión al no alcanzar los objetivos y metas en los despachos de Cenco-Sud de Chile.

En el ámbito nacional, según Gómez (2016), en el artículo auténtico de la, Revista Peruana de Medicina Integrativa. El objetivo de su investigación fue identificar las brechas asociados a la exclusividad en el servicio en la Satisfacción en el Usuario. Dicha indagación fue un estudio transversal. Se evaluaron 305 Usuarios en las consultas externa del Centro de Medicina complementaria. En conclusión, la satisfacción mundial percibida fue enorme, las dimensiones de seguridad y empatía fueron las que presentaron mayores porcentajes de satisfacción, encontrando relación con ambos sexos.

Según León (2017), su objetivo fue identificar los elementos del clima laboral. Los Call Center generan estrés los trabajadores. Dicha exploración fue diseño descriptivo correlacional, y la muestra fue integrada por 379 colaboradores del servicio al consumidor de un Call Center peruano. Los datos se recolectaron a través de una experiencia e identificación de delimitación. En conclusión, el análisis ratifica los aciertos de la literatura sobre los bienes protectores en los Call Center.

En la misma ruta de investigación, Acuña (2018), su investigación tuvo como finalidad determinar la capacidad de Satisfacción en los Usuarios con los enfermeros en el servicio de gastroenterología en el Hospital Cayetano Heredia. Su diseño de investigación fue no experimental con enfoque cuantitativo. La muestra estuvo integrada por 225 pacientes de los cuales se utilizó el muestreo de poblaciones finitas. Los datos se recolectaron a través de encuestas. En conclusión, se determinó medir la calidad interna y externa de futuros eventos para optimar procesos.

Darras (2017), en su artículo Satisfacción en los Servicios de Salud. Cuya indagación tuvo la finalidad, incrementar la producción en los servicios de llamadas telefónicas. Dicha indagación es de tipo no experimental. Su muestra

estuvo integrada por 120 participantes de dicha empresa Cenco-Sub. Los datos fueron recogidos mediante el cuestionario y ficha de observación. En conclusión, nos permitió solucionar el problema indicado en la investigación.

En relación a Eficacia del Call Center según Orozco (2015), la finalidad su la tesis fue equilibrar las causas que originan la deficiencia en la atención al usuario final. Teniendo como resultados lo siguiente. Logrando disminuir las llamadas, a 396 segundos, el lapso de expectativa a 12 segundos y llamadas no atendidas al 7.7 %. En conclusión. Se logró la disminución los contratiempos.

Jaramillo (2013), su investigación fue indagar de que manera el crecimiento demográfico del Cantón Milagro, afecta la atención ofrecida a los usuarios. Dicha investigación es de diseño bibliográfica, se basó en el análisis teórico y conceptual, La muestra estuvo conformada por 383 usuarios, y los antecedentes se recogieron a través del cuestionario. Esta investigación obtuvo como identificar la escasez que tienen las empresas de mejorar la atención en los servicios.

Fernández (2019), su investigación fue establecer el clima dentro de una organización y la satisfacción en el usuario sobre la atención medica recibida en los servicios de hospitalización del Instituto Nacional de Salud del Niño. (INSN). Siendo su diseño de indagación fue observacional y transversal. La muestra estuvo conformada por 125 participantes. La captación de los datos fue a través de la encuesta para calificar el clima organizacional.

Sihuin (2014), su investigación tuvo como finalidad evaluar la Satisfacción en el Usuario, del Hospital Subregional de Andahuaylas. El estudio de indagación fue de tipo transversal. Su muestra de estudio estuvo conformada por 175 usuarios. Se recoleciono datos y se dio a través de cuestionarios. Los resultados encontrados fueron del 25,0% de satisfacción, en conclusión, existe despreciable comodidad con la eficacia del servicio, excepto por los interesados hospitalizados.

Ferrari (2020), el objetivo de su investigación fue analizar los Call Center desde un punto de vista cuantitativo. Su diseño de investigación es descriptiva empírica cuantitativa. Los datos se obtuvieron por diferentes parámetros de interés. En conclusión, este trabajo presentó y aplicó modelos analíticos de colas con abandono, con distribuciones genéricas o exponenciales, como un enfoque de análisis efectivo para representar y analizar problemas de congestión en Call Center.

Moraes (2019), dicha investigación fue analizar el proceso de reconfiguración territorial que tuvo lugar en Brasil durante la última década en el segmento de Call Center. Según los resultados fueron 72% de participación femeninas. En conclusión, A partir de los datos del RAIS, vimos que el Nordeste, se consolidó en el segundo puesto, en 2016.

Echeverry,(2019), cuya indagación fue establecer la relación entre gestión del conocimiento, cultura organizacional en los Call Center. Dichos resultados de la indagación presentados en este artículo son cuantitativos con estudios de tipo descriptivo y correlacional, Se concluye que la cultura organizacional es estadísticamente significativa para la gestión de conocimiento.

Dutra (2018), su investigación tuvo como objetivo Investigar cómo la gestión del Call Center influye en la precariedad del trabajo de los operadores. El tipo de indagación fue descriptiva cualitativa. La recaudación de datos fue a través de las entrevistas. En conclusión, Este trabajo buscó comprender “cómo la gestión analizada desde la perspectiva de los operadores de Call Center, contribuye a la precariedad del trabajo.

Según Ibarra (2018), su indagación tuvo como final evaluar la eficacia de los Call Center en el trascurso de expectación al beneficiario del auxilio de urgencias de un sanatorio estatal de Yopal en Casanare Colombia, su indagación fue de tipo descriptivo exploratorio. En conclusión, el Hospital de Yopal no tiene aforo autónomo en el espacio de urgencias para custodiar la alta solicitud proveniente de los habitantes de Yopal y los municipios vecindarios.

Bart (2013), su indagación tuvo como objetivo analizar el uso de la tecnología en interacción con los usuarios en los centros de llamadas receptivos para las empresas de servicios al consumidor. Su diseño de investigación fue descriptiva exploratoria. La muestra estaba conformada por 227 usuarios. En conclusión, se establecieron algunas proposiciones que, en el futuro, pueden convertirse en hipótesis a verificar mediante investigaciones empíricas concluyentes.

Colín (2020), su investigación asumió como objetivo estudiar la práctica del usuario en los servicios de un Call Center desde la perspectiva empresarial y académica, su diseño de indagación es descriptivo y análisis exploratorio. Los efectos establecen la verdad de los problemas entre los indicadores de desempeño, manejados para evaluar la satisfacción y la experiencia del consumidor.

Por otro lado, Avalos (2020), su investigación tuvo como objetivo mantener y fortalecer relaciones duraderas en la Satisfacción en el Usuario. La muestra estuvo conformada por 337 usuarios. Su diseño de investigación es descriptivo. Los datos se recolectaron a través de encuestas. Como conclusión el instrumento es fiable.

Finalmente el plazo de espera en un Call Center es mínimo, desde la actualidad se estima que las empresas o centros de atención en los Call Center el promedio de espera de una llamada, debe de ser entre 20 segundos, con la finalidad de que los usuarios no abandonen las llamadas.

En cuanto a la segunda variable la Satisfacción en el Usuario, en un término alto, el tema de la satisfacción según autores, es el cumplimiento psicológico. En este sentido básico implica el sentimiento de satisfacción, y el placer por lo que se desea de un producto o servicio.

2.1. Bases teóricas

La Eficiencia de Call Center según Gardey (2014), la eficiencia es la relación entre los bienes que se emplean en un hecho y los resultados obtenidos con la misma.

Indicadores para medir la Eficiencia de un Call Center.

1. Resolución de la primera llamada

Dicho informe señala que por cada 1% de la mejora en la resolución de la primera llamada, se obtiene 1% en el agrado del consumidor, lo que da idea de su calidad. Pero, además, los Call Center que aplican este criterio de calidad en su servicio, obtienen otras importantes ventajas.

2. Tiempo de respuesta.

El lapso de respuesta en la atención al usuario, es esencial para calcular la eficiencia de un Call Center y relacionarlo con el nivel de servicio.

3. Organización de trabajo.

Muchas empresas de Call Center cuentan con una organización estructural de trabajo, que les permite adaptarse a todo tipo de necesidades de una forma eficiente. Aunque los Call Center pueden ser una área o departamento interno de una organización. que les permite adaptarse a todo tipo de necesidades de una forma eficiente. Lo más común es que reconozcamos a un Call Center como una empresa especializada, y que se dedique únicamente a la misión de llamadas telefónicas.

Satisfacción en el Usuario.

Suarez (2016), indica que la satisfacción es de mucho interés dentro del sello de la medición en calidad de servicio en Salud. Se deben brindar servicios con mucha calidad y de exquisitez, y se debe tener en cuenta la eficiencia de los recursos a usar.

Ministerio de Trabajo y Promociones y Empleo (2021), La satisfacción del consumidor se evalúa desde la eficiencia entre las expectativas del consumidor y la percepción de los servicios que ha recibido.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Esta indagación realizada es un estudio de tipo aplicada, pues como menciona Lozada, (2014) busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o al sector productivo.

Según Hernández, Fernández y Bautista (2010, p. 77-78), una indagación con enfoque cuantitativo puede tener varias trayectorias, esto depende mucho de los resultados de la revisión de la literatura y de la perspectiva del estudio y, de los objetivos del investigador: Exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos.

En el caso de los diseños de las indagaciones cuantitativas de tipo no experimental, como apunta Hernández, Fernández, y Baptista (2010), son “Estudios que realizan sin la manipulación deliberada de variables, y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p. 149).

Esta indagación es de tipo no experimental con corte transversal, ya que los datos se obtuvieron en un solo tiempo, de acuerdo al diseño, le corresponde el siguiente esquema:

$$M = \begin{matrix} O1 \\ r \\ O2 \end{matrix}$$

En que:

M = Muestra, corresponde a los usuarios del Call Center.

O1: Variable 1: Eficiencia de Call Center

O2: Variable 2: Satisfacción en el Usuario

3.2. Variables y Operacionalización:

V.I. Eficiencia del Call Center:

Aguilar (2013), detalla que la Eficiencia del Call Center, por lo habitual, está encaminada al contorno tecnológico, lo cual ve en lo estructural, esquema de hardware y software, precisamente ve la funcionalidad que se observa a través de los sistemas.

Dimensiones e Indicadores:

Resolución de la primera llamada

- Comunicación
- Creatividad
- Amabilidad

Tiempo de respuesta

- Tiempo medio de espera
- Tiempo medio de respuesta
- Efectividad de la llamada

Organización de trabajo

- Rotación de trabajadores
- Clima organizacional
- Identificación con la empresa

V.D. Satisfacción en el Usuario:

Suarez (2016), indica que la satisfacción es de gran importancia dentro del marco de la medición en calidad de la Salud. En este caso, si se quiere brindar servicios de mayor calidad y crear instituciones de excelencia, entonces, la evaluación de la satisfacción en los usuarios se convierte en una tarea permanente y dinámica.

Ministerio de Trabajo y Promociones y Empleo (2021), La Satisfacción en el Usuario está fundamentada en la diferencia entre las necesidades del usuario y la percepción de valor en el servicio que a percibido.

Dimensiones e Indicadores.

Calidad de Servicio

- La calidad de atención
- Comunicación
- Cortesía

Nivel de satisfacción

- Comunicación
- Encuesta
- Puntuación neta del promotor
- Puntuación de satisfacción del cliente
- Puntuación de esfuerzo del cliente

Empatía

- Respeto
- Atención y Cortesía
- Conciencia
- Atención Personalizada

3.3. Población, Muestra y Muestreo

Población.

Arias (2012), precisa como población un conjunto finito o infinito de elementos, donde la población es la totalidad a del fenómeno a estudiar, con características comunes, para las cuales serán extensivas las conclusiones de investigación. La población de esta investigación está conformada por un Hospital en el Callao, los mismos que cumplen con los criterios de selección, los cuales oscilan entre los 18 a los 65 años de edad, en un total de 1500 usuarios.

Muestra:

En este caso la muestra de estudio está conformada por los usuarios de un Hospital en el Callao, de acuerdo a la población conocida se aplicó la fórmula finita, resultando así un total 136 personas a encuestar.

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

1. N: Población (1500)
2. N: Muestra
3. P: Probabilidad a favor. (0,5)
4. q: Probabilidad en contra. (0,5)
5. Z: Nivel de confianza. (1,96)
6. e: Error muestral. (0,08)

$$n. = \frac{.(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 1500.}{0,08^2 (1500 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 136.$$

Muestreo:

Según Hernández y Torres (2018), **el muestreo no probabilístico**, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador. Para esta indagación se utilizó el muestreo por convivencia, debido a que por la facilidad de disponibilidad se encuestó a los usuarios de Call Center.

Unidad de análisis:

Usuarios de un hospital del callao que utilizan el Call Center.

3.4. Técnica de Instrumento de recolección de datos.

La técnica utilizada en la investigación es la encuesta, y el instrumento el cuestionario, a través de un conjunto de preguntas según las variables a medir. Entre la modalidad a utilizar las encuestas se utilizó los siguientes medios. Vía telefónica, correos electrónicos, WhatsApp. Online y enlaces.

Tabla 1. Ficha Técnica

Objetivo: “Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuario en un Hospital del Callao, 2021”.

Instrumento: El Cuestionario

Fuente de información: Artículos científicos referentes a mis dos variables

Método de recolección de datos: Encuesta por correos electrónicos, WhatsApp, video llamadas, online y enlaces.

Población: 1500 usuarios de Call Center.

Muestra: 136 usuarios

Método de selección de muestra: No probabilista por Convivencia

Fecha: 2021

Nota: Elaboración Propia

La prueba consistirá de 10 ítems, de los cuales el primero es de filtro, el segundo es para evaluar la intensidad de la eficiencia de Call Center, y los restantes son para la evaluación de las dimensiones de Satisfacción en el Usuario.

3.5. Procedimientos.

Se solicitó una carta de presentación a la escuela de Márketing y Dirección de Empresas de la UCV, la misma que fue presentada al Centro de estudio del proyecto de indagación. En el caso de un del Hospital del Callao, se solicitó mediante una carta escrita, para que se me facilite la data de llamadas registradas al Call Center, con la finalidad de poder realizar las entrevistas, se realizó coordinaciones sobre las fechas y horarios para la recolección de datos, y se preparó el material a utilizar para dicha indagación, se explicó el motivo e importancia de la investigación, se aplicó la herramienta, se verifico la

información, se organizó la averiguación, se procesó la matriz de los datos, se tabulo los argumentos. La encuesta poseyó una duración de 7 minutos aproximadamente.

3.5. Métodos de Análisis de Datos.

En esta investigación se obtuvo los datos recopilados y se representaron en tablas de frecuencia, cuya disposición fue respecto a cada variable y sus dimensiones, lo que permitió dar contestación a las cuestiones de la indagación; se utilizó estadística descriptiva y estadística inferencial exigido ya que se trata de una investigación básica, donde indaga el conocimiento de la realidad de la naturaleza, para ayudar a una población cada vez más adelantada, y que responda mejor a los retos de los seres humanos,. Después se realizó la precisión y revisión de todos los datos recopilados por medio de elementos del cuestionario.

3.6. Aspectos éticos.

Dicha indagación se tomó en cuenta parámetros reglamentarios que fueron establecidos por la oficina de investigación de la UCV. Así mismo esta investigación cumple las normativas establecida por Concytec en relación a información libre de plagio y con respecto a la sustentación objetiva y veraz, de igual manera se respetó la elaboración bibliográfica de cada uno de los autores que se han tomado como referencia, los cuales fueron citadas correctamente según la normativa APA 7. El instrumento se validó por los tres expertos reglamentarios, a lo cual se anexará las fichas de validación con las respectivas firmas e indicaciones. A su vez los datos que se lograron en esta indagación no serán manipulados ni alterados para que sea una fuente de información confiable y verídica para futuros investigadores.

IV. RESULTADOS.

4.1. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA.

Tabla 2. ¿Usted cómo califica en cuanto el nivel de comunicación del Call Center?

		Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje Válido.	Porcentaje Acumulado.
Válido	Muy Malo	6	4,4	4,4	4,4
	Malo	60	44,1	44,1	48,5
	Regular	40	29,4	29,4	77,9
	Bueno	20	14,7	14,7	92,6
	Muy Bueno	10	7,4	7,4	100,0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

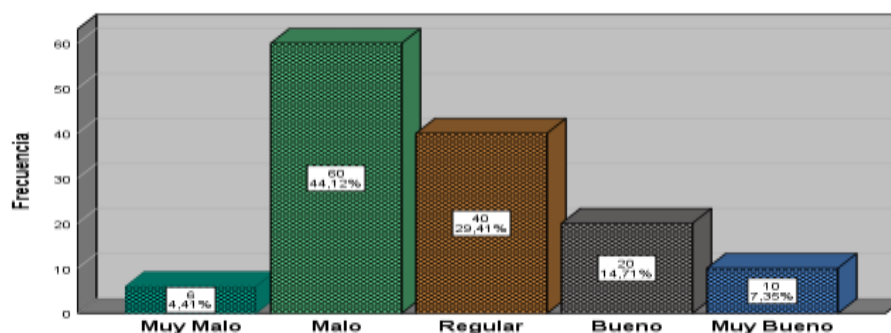


Figura 1. Nivel de Comunicación

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 4.41% afirma muy mala el nivel de comunicación que viene hacer un total de 6 personas, mientras el 44.12% afirma malo el nivel de comunicación que viene hacer un total de 60 personas, un 29.41% afirma un nivel regular de comunicación que representa a 40 personas, un 14.71% afirma bueno el nivel de comunicación que representa a 20 personas y por último el 7.35% afirma muy bueno el nivel de comunicación que viene hacer 10 personas.

Tabla 3. ¿Usted cómo califica en cuanto la calidad de atención del cliente del Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	31	22,8	22,8	22,8
	Malo	90	66,2	66,2	89,0
	Regular	10	7,4	7,4	96,3
	Bueno	5	3,7	3,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

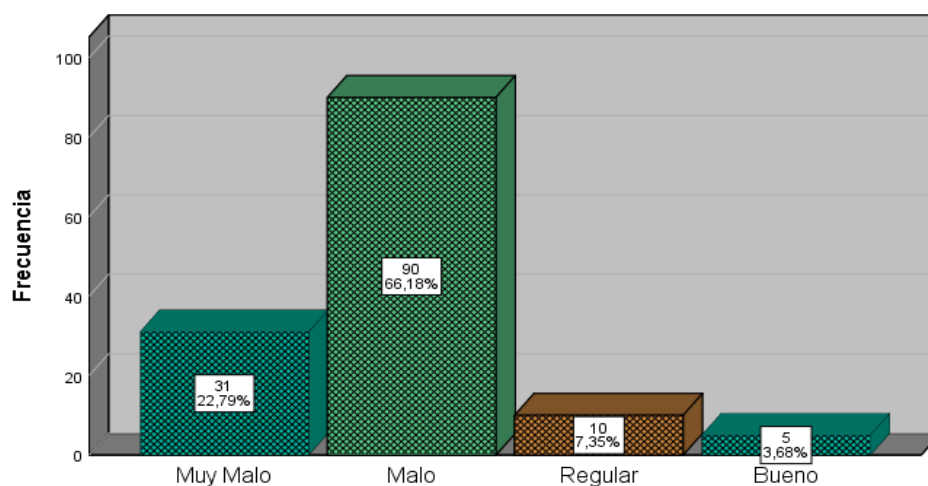


Figura 2. Calidad de Atención al Cliente.

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 22.79% afirma muy malo la calidad de atención que viene hacer un total de 31 personas, mientras el 66.18% afirma malo la calidad de atención que viene hacer un total de 90 personas, un 7.35% afirma regular la calidad de atención al cliente que representa a 10 personas, un 3.68% afirma bueno la calidad de atención que representa a 5 personas.

Tabla 4. ¿Usted cómo califica la resolución de sus perspectivas al personal del Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	34	25,0	25,0	25,0
	Malo	82	60,3	60,3	85,3
	Regular	15	11,0	11,0	96,3
	Bueno	5	3,7	3,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

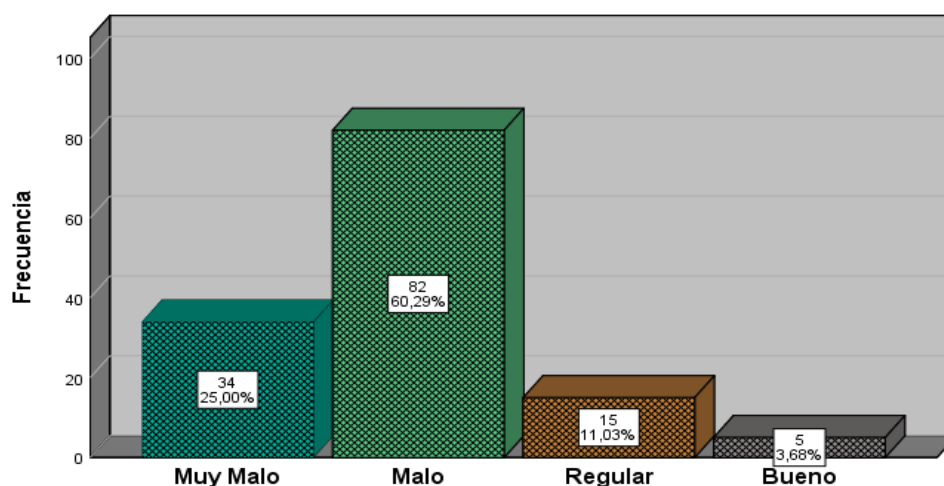


Figura 3. La resolución de sus perspectivas al personal del Call Center

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 25.00% afirma muy malo la resolución por parte de Call Center que viene hacer un total de 34 personas, mientras el 60.29% afirma malo la resolución por parte de Call Center que viene hacer un total de 82 personas, un 11.03% afirma regular la resolución por parte de Call Center que representa a 15 personas, un 3.68% afirma bueno la resolución por parte de Call Center que representa a 5 personas.

Tabla 5. ¿Usted cómo califica el nivel de amabilidad por parte de los operarios de Call Center?

		FRECUENCIA.	PORCENTAJE.	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACOMULADO
Válido	Muy Malo	17	12,5	12,5	12,5
	Malo	20	14,7	14,7	27,2
	Regular	77	56,6	56,6	83,8
	Bueno	15	11,0	11,0	94,9
	Muy Bueno	7	5,1	5,1	100,0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

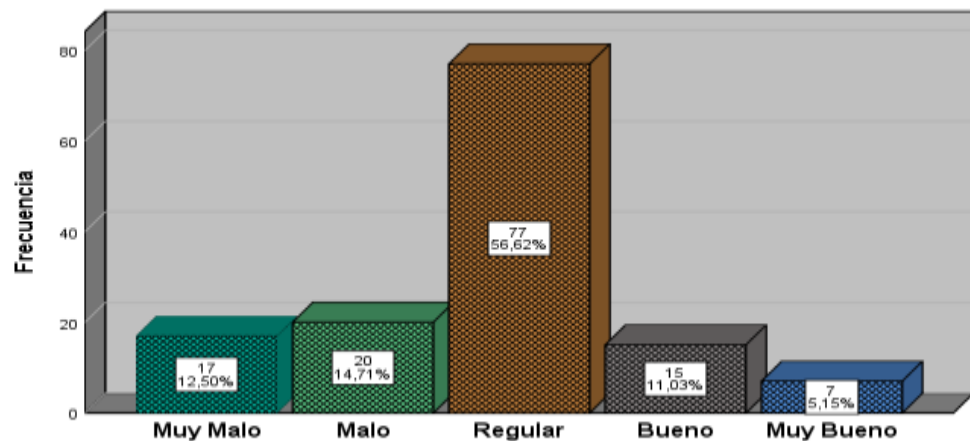


Figura 4. Nivel de amabilidad

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 12.50% afirma muy malo la amabilidad por parte de los operarios de Call Center que viene hacer un total de 17 personas, mientras el 14.71% afirma malo la amabilidad por parte de los operarios de Call Center que viene hacer un total de 20 personas, un 56.62% afirma regular la amabilidad por parte de los operarios de Call Center que representa a 77 personas, un 11.03% afirma bueno la amabilidad por parte de los operarios de Call Center que representa a 15 personas y por ultimo un 5.15% afirma muy bueno la amabilidad por parte de los operarios de Call Center que representa a 7 personas.

Tabla 6. ¿Usted cómo califica el tiempo de espera en la atención del Call Center?

		.Frecuencia	.Porcentaje	.Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado.
Válido	Muy Malo	41	30,1	30,1	30,1
	Malo	66	48,5	48,5	78,7
	Regular	28	20,6	20,6	99,3
	Bueno	1	,7	,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

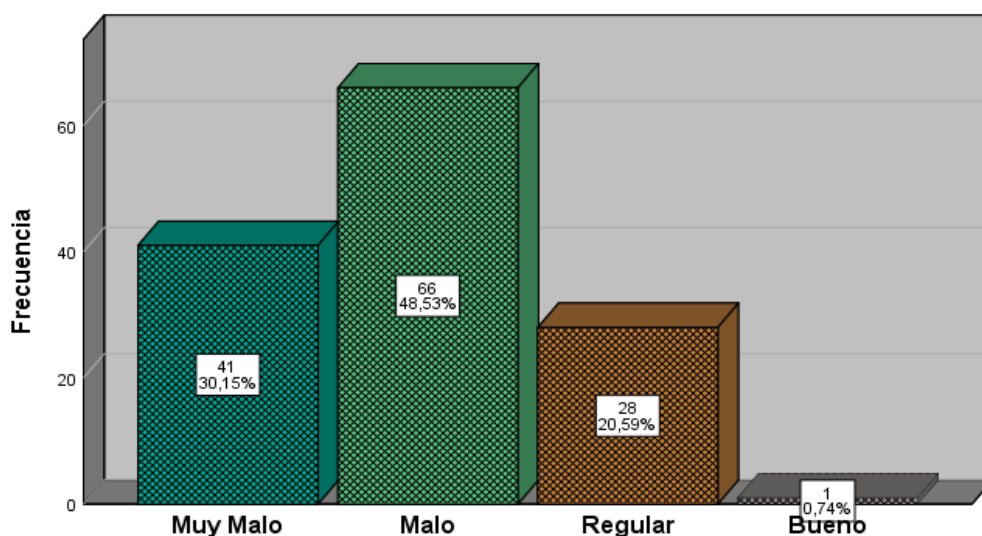


Figura 5. Tiempo de Espera en la atención.

INTERPRETACIÓN. Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 30.15% afirma muy malo el tiempo de espera en la atención que viene hacer un total de 41 personas, mientras el 48.53% afirma malo el tiempo de espera en la atención que viene hacer un total de 66 personas, un 20.59% afirma regular el tiempo de espera en la atención que representa a 28 personas, un 0.74% afirma bueno el tiempo de espera en la atención que viene hacer 1 persona.

Tabla 7. ¿Usted qué tan satisfecho estas con el desempeño de respuesta por parte de Call Center?

		.Frecuencia	.Porcentaje	.Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado.
Válido	Muy Malo	60	44,1	44,1	44,1
	Malo	55	40,4	40,4	84,6
	Regular	20	14,7	14,7	99,3
	Bueno	1	,7	,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

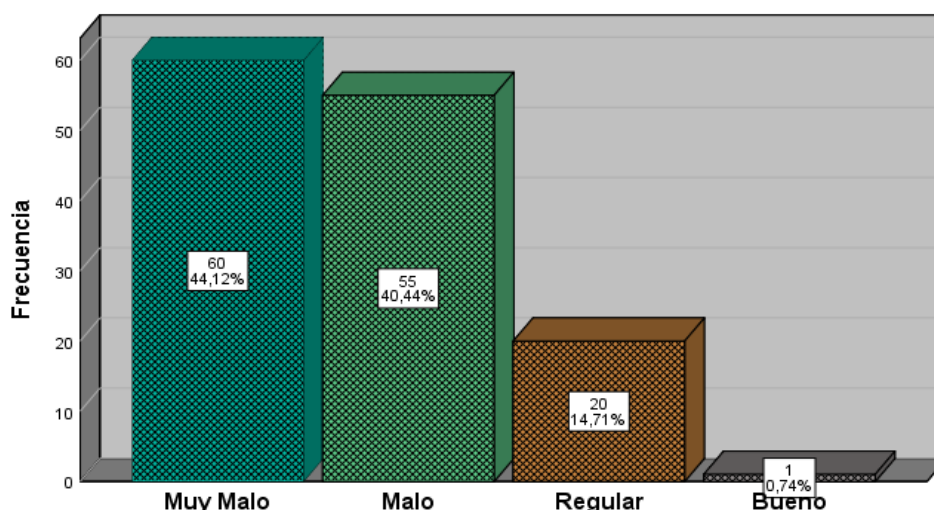


Figura 6. Nivel de satisfecho con el desempeño de respuesta por parte de Call Center

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 44.12% afirma muy malo el nivel de desempeño de respuesta por parte de Call Center que viene hacer un total de 60 personas, mientras el 40.44% afirma malo el nivel de desempeño de respuesta por parte de Call Center que viene hacer un total de 55 personas, un 14.71% afirma regular el nivel de desempeño de respuesta por parte de Call Center que representa a 20 personas, un 0.74% afirma bueno el nivel de desempeño de respuesta por parte de Call Center que viene hacer 1 persona.

Tabla 8. ¿Usted cómo califica el nivel servicial por parte de Call Center?

		.Frecuencia	.Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado.
Válido	Muy Malo	56	41,2	41,2	41,2
	Malo	62	45,6	45,6	86,8
	Regular	18	13,2	13,2	100,0
	Bueno	0	0	0	0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	100,0

Nota: Elaboración Propia

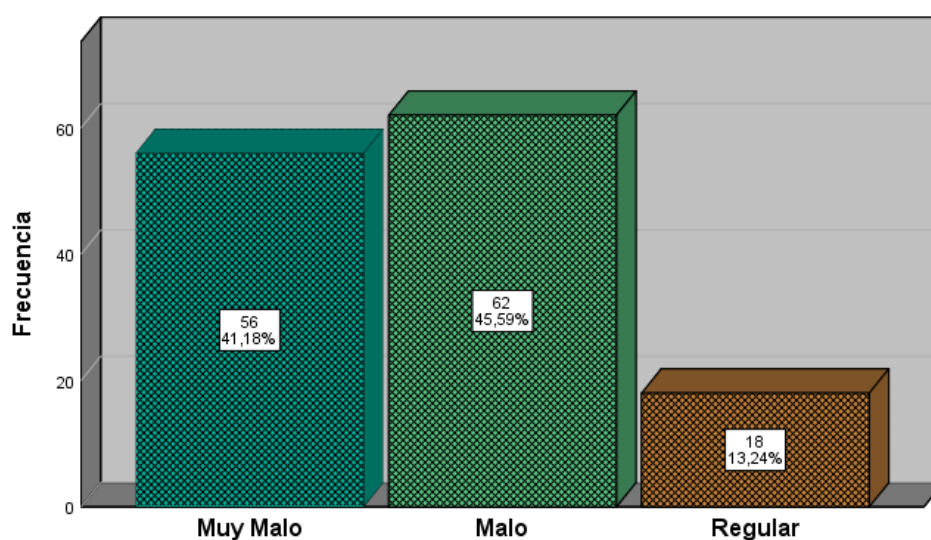


Figura 7. Nivel servicial

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 41.18% afirma muy malo el nivel servicial por parte de Call Center que viene hacer un total de 56 personas, mientras el 45.59% afirma malo el nivel servicial por parte de Call Center que viene hacer un total de 62 personas, un 13.24% afirma regular el nivel servicial por parte de Call Center que representa a 18 personas.

Tabla 9. ¿Usted cómo califica la rotación de trabajadores dentro Call Center, mejoraría el nivel de atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	45	33,1	33,1	33,1
	Malo	49	36,0	36,0	69,1
	Regular	40	29,4	29,4	98,5
	Bueno	1	,7	,7	99,3
	Muy Bueno	1	,7	,7	100,0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

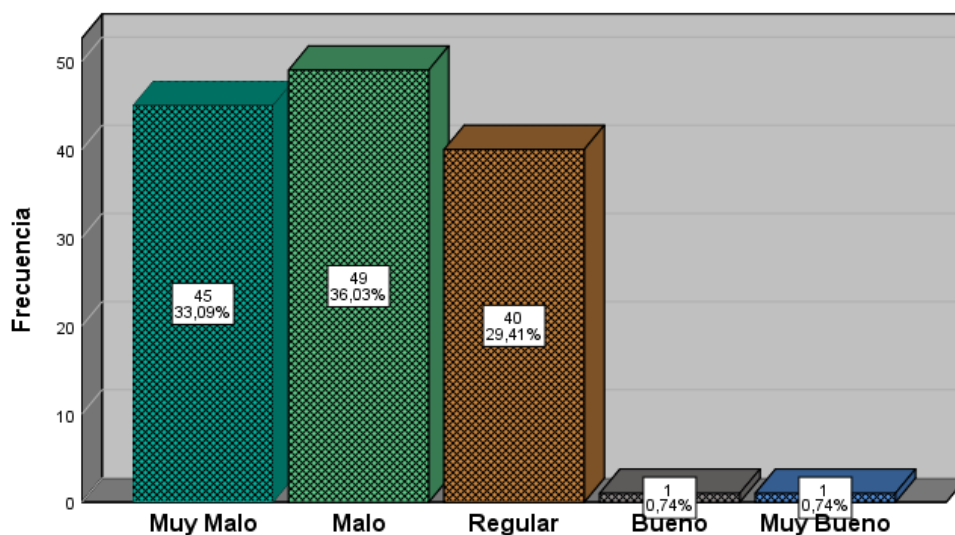


Figura 8. Rotación de trabajadores

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 33.09% afirma muy malo el nivel de rotación de trabajadores que viene hacer un total de 45 personas, mientras el 36.03% afirma malo el nivel de rotación de trabajadores que viene hacer un total de 49 personas, un 29.41% afirma regular el nivel de rotación de trabajadores que representa a 40 personas, un 0.74% afirma bueno el nivel de rotación de trabajadores que viene hacer 1 persona. Y por último un 0.74% afirma muy bueno el nivel de rotación de trabajadores.

Tabla 10. ¿Usted cómo califica el nivel del clima laboral dentro Call Center?

		.Frecuencia	.Porcentaje	.Porcentaje Válido	.Porcentaje Acumulado
Válido	Muy Malo	31	22,8	22,8	22,8
	Malo	59	43,4	43,4	66,2
	Regular	40	29,4	29,4	95,6
	Bueno	5	3,7	3,7	99,3
	Muy Bueno	1	,7	,7	100,0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

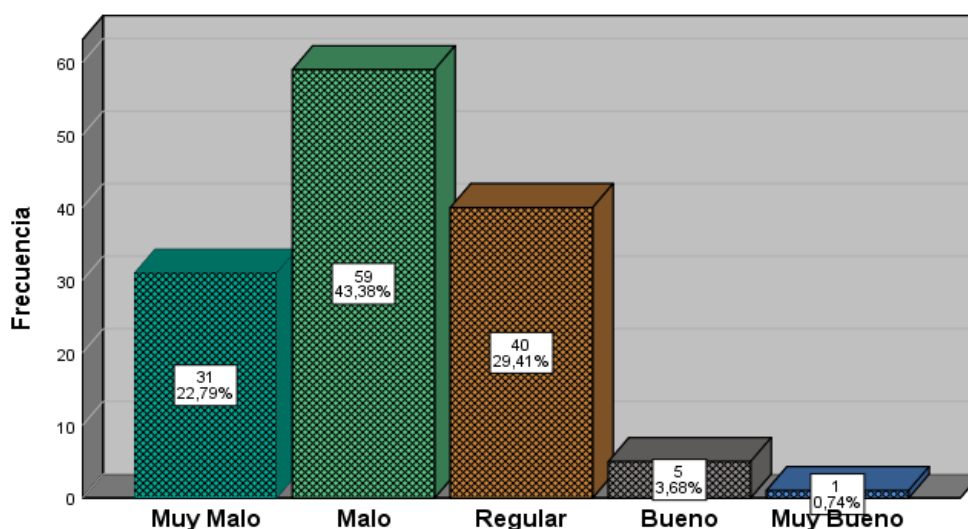


Figura 9. Clima laboral

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 22.79% afirma muy malo el clima laboral que viene hacer un total de 31 personas, mientras el 43.36% afirma malo el clima laboral que viene hacer un total de 59 personas, un 29.41% afirma regular el clima laboral que representa a 40 personas, un 5.66% afirma bueno el clima laboral que viene hacer 5 personas. Y por último un 0.74% afirma muy bueno el clima laboral dentro del Call Center.

Tabla 11. ¿Usted cómo califica al personal de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	31	22,8	22,8	22,8
	Malo	75	55,1	55,1	77,9
	Regular	29	21,3	21,3	99,3
	Bueno	1	,7	,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

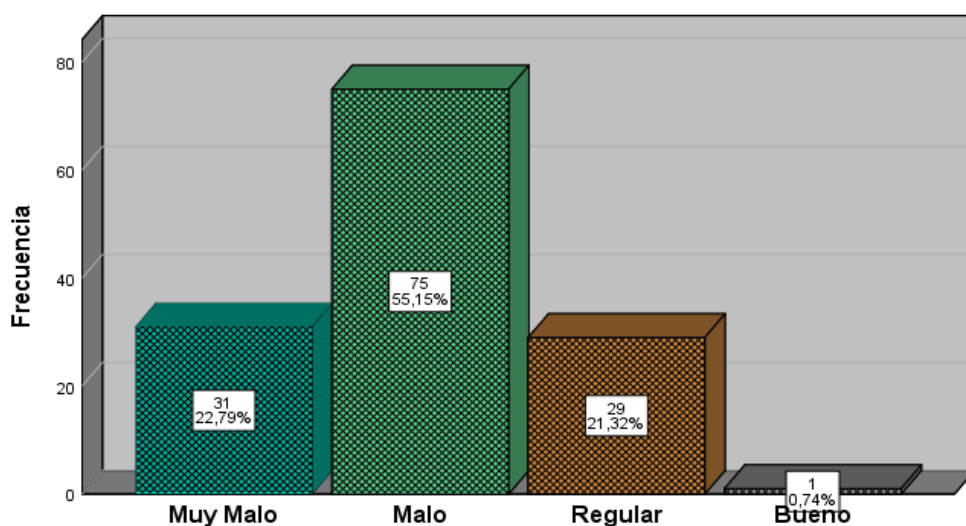


Figura 10. Personal de Call Center

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 22.79% afirma muy malo el personal de Call Center que viene hacer un total de 31 personas, mientras el 55.15% afirma malo el personal de Call Center que viene hacer un total de 75 personas, un 21.32% afirma regular el personal de Call Center que representa a 29 personas, un 0.74% afirma bueno el personal de Call Center.

Tabla 12. ¿Usted cómo califica el nivel de calidad de atención del personal de Call Center?

		.Frecuencia	.porcentaje	.Porcentaje Válido	.Porcentaje Acumulado
Válido	Muy Malo.	28	20,6	20,6	20,6
	Malo	41	30,1	30,1	50,7
	Regular	55	40,4	40,4	91,2
	Bueno	12	8,8	8,8	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

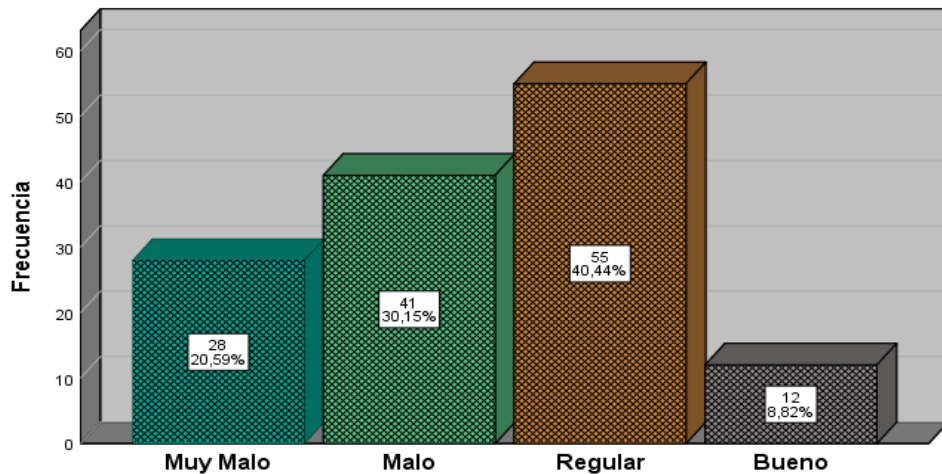


Figura 11. Calidad de atención

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 20.59% afirma muy malo la calidad de atención por parte de Call Center que viene hacer un total de 28 personas, mientras el 30.15% afirma malo la calidad de atención por parte de Call Center que viene hacer un total de 41 personas, un 40.44% afirma regular la calidad de atención por parte de Call Center que representa a 55 personas, un 8.82% afirma bueno la calidad de atención por parte de Call Center

Tabla 13. ¿Usted cómo califica el nivel de comunicación y capacidad de resolución por parte del personal del Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	30	22,1	22,1	22,1
	Malo	70	51,5	51,5	73,5
	Regular	30	22,1	22,1	95,6
	Bueno	6	4,4	4,4	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
Total		136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

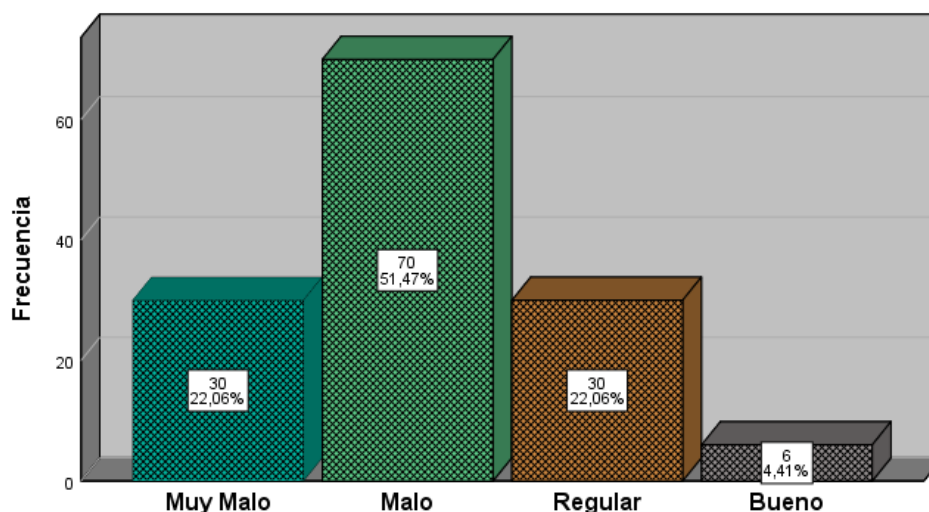


Figura 12. Comunicación y capacidad de resolución

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 22.06% afirma muy malo la Comunicación y capacidad de resolución por parte de Call Center que viene hacer un total de 30 personas, mientras el 51.47% afirma malo Comunicación y capacidad de resolución por parte de Call Center que viene hacer un total de 70 personas, un 22.06% afirma regular Comunicación y capacidad de resolución por parte de Call Center que representa a 30 personas, un 4.41% afirma bueno Comunicación y capacidad de resolución por parte de Call Center

Tabla 14. ¿Usted cómo califica el trato del personal del Call Center?

		.Frecuencia	.porcentaje	.Porcentaje Válido	.Porcentaje Acumulado
Válido	Muy Malo	24	17,6	17,6	17,6
	Malo	20	14,7	14,7	32,4
	Regular	30	22,1	22,1	54,4
	Bueno	60	44,1	44,1	98,5
	Muy Bueno	2	1,5	1,5	100,0
Total		136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

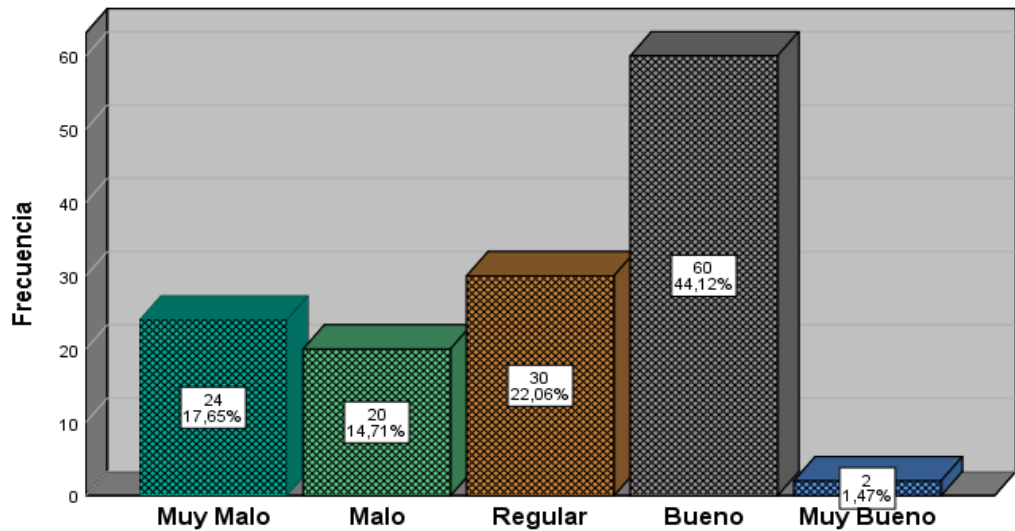


Figura 13. Trato del personal del Call Center

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 17.65% afirma muy malo el trato por parte de Call Center que viene hacer un total de 24 personas, mientras el 14.71% afirma malo el trato por parte de Call Center que viene hacer un total de 20 personas, un 22.06% afirma regular el trato por parte de Call Center que representa a 30 personas, un 44.12% afirma bueno el trato por parte de Call Center y por ultimo un 1.47% afirma muy bueno el trato por parte de Call Center.

Tabla 15. ¿Está usted satisfecho con la atención por parte de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	63	46,3	46,3	46,3
	Malo	15	11,0	11,0	57,4
	Regular	57	41,9	41,9	99,3
	Bueno	1	,7	,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

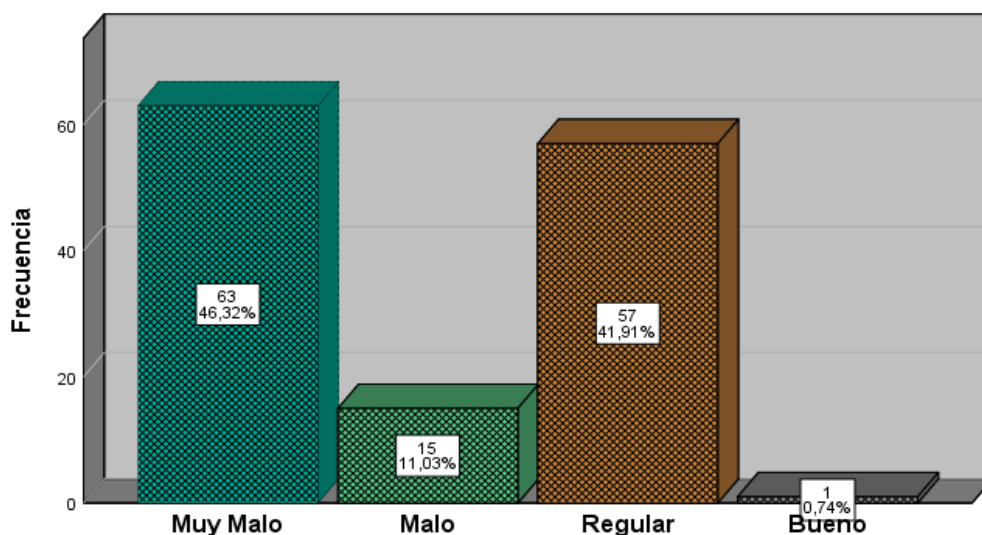


Figura 14. Satisfacción en la atención

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 46.32% afirma muy malo satisfacción en la atención por parte de Call Center que viene hacer un total de 63 personas, mientras el 11.03% afirma malo satisfacción en la atención por parte de Call Center que viene hacer un total de 15 personas, un 41.91% afirma regular satisfacción en la atención por parte de Call Center que representa a 57 personas, un 0.74% afirma bueno en la satisfacción en la atención por parte de Call Center.

Tabla 16 ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la empresa de Call Center a algún amigo o conocido?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	24	17,6	17,6	17,6
	Malo	5	3,7	3,7	21,3
	Regular	106	77,9	77,9	99,3
	Bueno	1	,7	,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

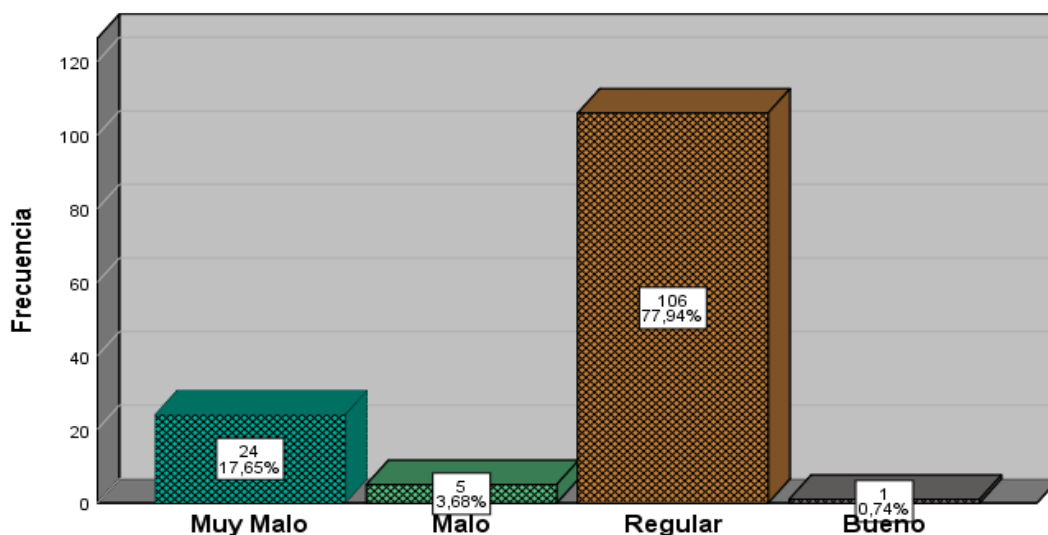


Figura 15. Recomendación

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 17,65% afirma muy malo en el cual no recomendarían que viene hacer un total de 24 personas, mientras el 3.68% afirma malo en el cual no recomendarían que viene hacer un total de 5 personas, un 77.94% afirma regular pueden recomendar que representa a 106 personas, un 0.74% afirma bueno que si pueden recomendar que representa a una persona.

Tabla 17. ¿Usted cómo califica la experiencia vivida con el Call Center?

		.Frecuencia		.Porcentaje	
		a	.Porcentaje	Válido	.Porcentaje Acumulado
Válido	Muy Malo	85	62,5	62,5	62,5
	Malo	24	17,6	17,6	80,1
	Regular	26	19,1	19,1	99,3
	Bueno	1	,7	,7	100,0
	Muy Bueno	0	0	0	0
	Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

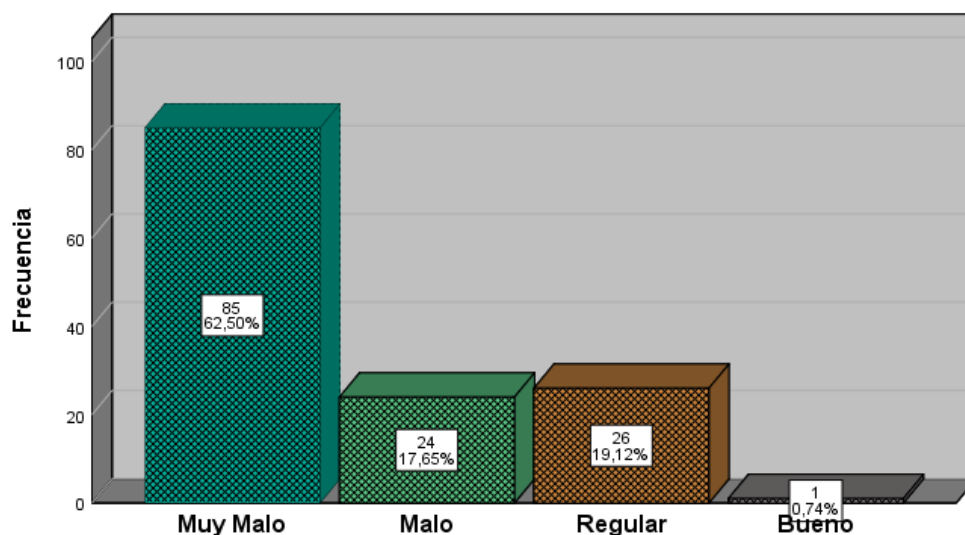


Figura 16. Experiencia vivida

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 62,50% afirma muy malo la experiencia vivida que viene hacer un total de 85 personas, mientras el 17,65% afirma malo en la experiencia vivida que viene hacer un total de 24 personas, un 19,12% afirma regular en la experiencia vivida que representa a 26 personas, un 0,74% afirma bueno la experiencia vivida que representa a una persona.

Tabla 18. ¿Usted cómo califica el nivel de orientación por parte del personal de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	.Muy Malo	24	17,6	17,6	17,6
	.Malo	75	55,1	55,1	72,8
	.Regular	36	26,5	26,5	99,3
	.Bueno	1	,7	,7	100,0
	.Muy Bueno	0	0	0	0
	.Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

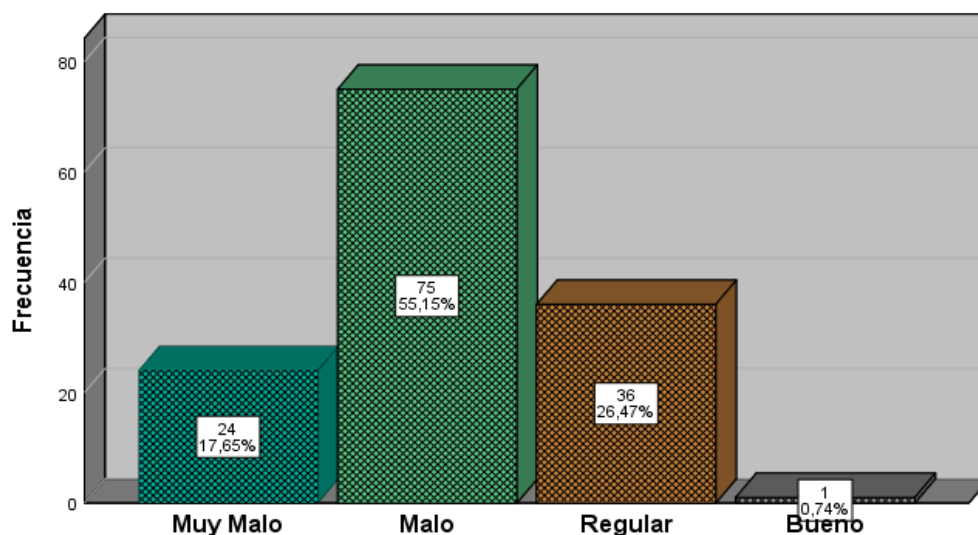


Figura 17. Nivel de orientación

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 17,65% afirma muy malo el nivel de orientación que viene hacer un total de 24 personas, mientras el 55.15% afirma malo el nivel de orientación que viene hacer un total de 75 personas, un 26.47% afirma regular en el nivel de orientación que representa a 36 personas, un 0.74% afirma bueno en el nivel de orientación que representa a una persona.

Tabla 19. ¿Usted cómo califica el grado de respeto por parte del personal de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	1	,7	,7	,7
	Malo	14	10,3	10,3	11,0
	Regular	36	26,5	26,5	37,5
	Bueno	85	62,5	62,5	100,0
	Muy Bueno				
Total		136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

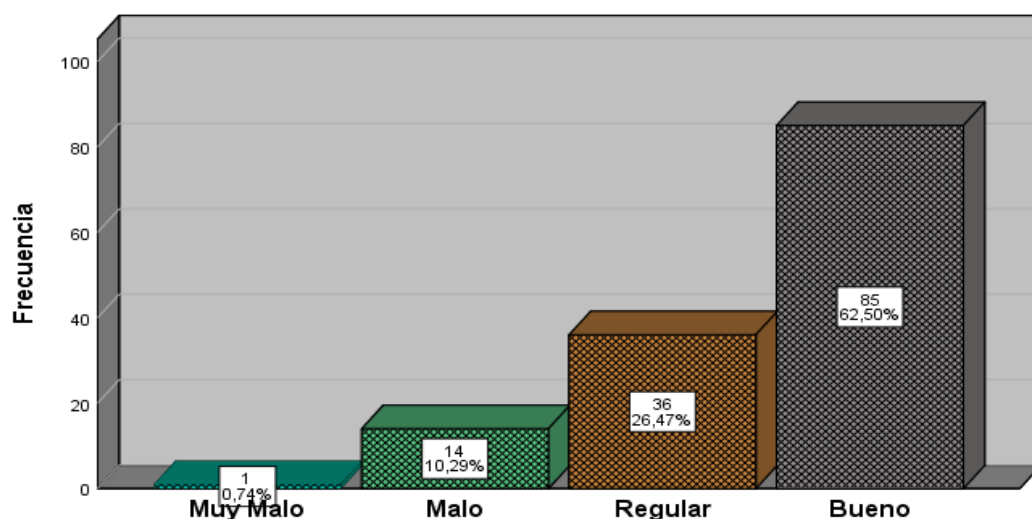


Figura 18. Grado de respeto

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: un 0,74% afirma muy malo el grado de respeto que viene hacer un total de 1 persona, mientras el 10.29% afirma malo de grado de respeto que viene hacer un total de 14 personas, un 26.47% afirma regular en el grado de respeto que representa a 36 personas, un 62.50% afirma bueno en el grado de respeto que representa a 85 personas.

Tabla 20. ¿Usted cómo califica el nivel de conciencia del personal del Call Center?

	.Frecuencia	.Porcentaje	.Porcentaje Válido	.Porcentaje Acumulado
Válido .Muy Malo	24	17,6	17,6	17,6
.Malo	34	25,0	25,0	42,6
.Regular	68	50,0	50,0	92,6
.Bueno	10	7,4	7,4	100,0
.Muy Bueno	136	100,0	100,0	
.Total				

Nota: Elaboración Propia

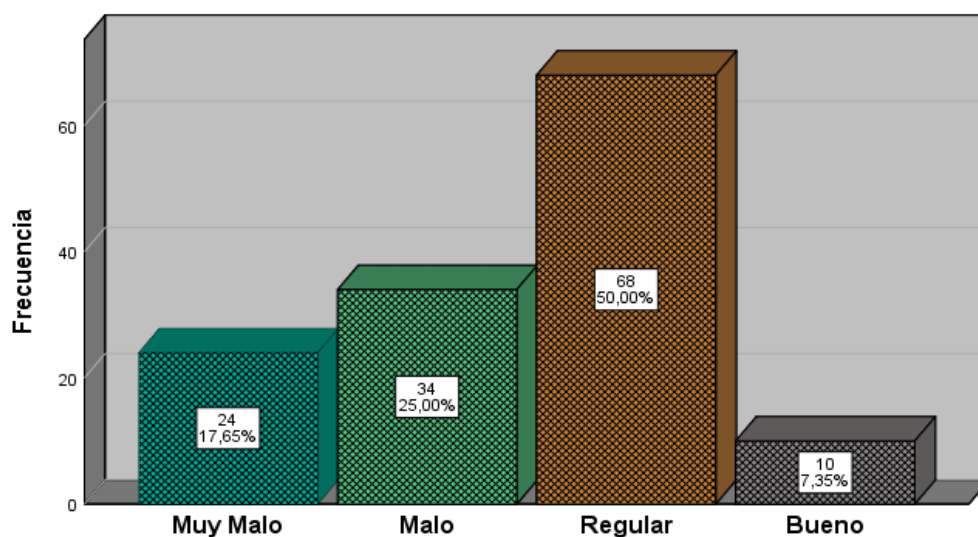


Figura 19. Nivel de conciencia

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: De acuerdo al gráfico y la cantidad de encuestados que vienen hacer 136 personas de ambos sexos un 17.65% un total de 14 personas respondió muy malo en el nivel de conciencia a la pregunta planteada, un 25.00% que corresponde a un total de 34 personas respondieron malo, un 50.00% que corresponde a 68 personas respondieron regular y un 7.35% respondieron bueno a dicha pregunta.

Tabla 21. ¿Usted cómo califica usted la atención personalizada de la empresa del Call Center?

		.Frecuencia	.Porcentaje	.Porcentaje Válido	.Porcentaje Acumulado
Válido	.Muy Malo	36	26,5	26,5	26,5
	.Malo	72	52,9	52,9	79,4
	.Regular	19	14,0	14,0	93,4
	.Bueno	7	5,1	5,1	98,5
	.Muy Bueno	2	1,5	1,5	100,0
	.Total	136	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia

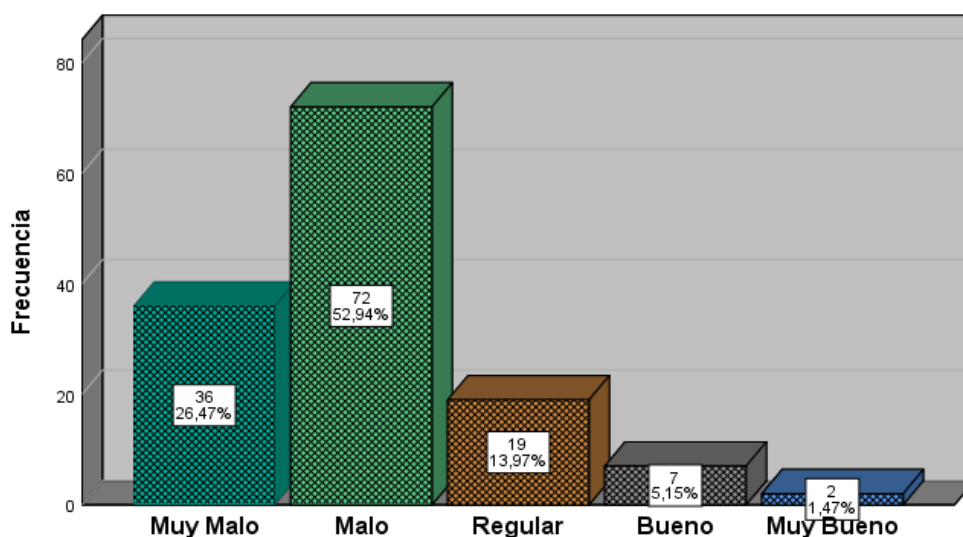


Figura 20. Atención personalizada

INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados que en total son 136 personas respondieron: De acuerdo al gráfico y la cantidad de encuestados de ambos sexos un 26.47% un total de 36 personas respondió muy malo a la pregunta planteada, un 52.94% que corresponde a un total de 72 personas respondieron malo, un 13.97% que corresponde a 19 personas respondieron regular y un 5.15% respondieron bueno a dicha pregunta y por ultimo un 1.47% respondieron muy bueno a la pregunta planteada.

V. DISCUSIÓN

- A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la hipótesis alternativo general, donde se establece, que existe relación entre Eficiencia del Call Center y la Satisfacción de un Usuario de un Hospital del Callao.
- Estos Resultados guardan relación con lo que sostiene Gallardo (2014), El servicio de calidad al Usuario es percibido de diferentes maneras. Hay varios factores que establecen el conocimiento de la eficacia de servicio, y uno de ellos es el estado y carácter de los usuarios. Porque de acuerdo a los resultados de la investigación se da a conocer que en la pregunta 14 la calidad de atención es fundamental en el que un 40.4% nos indican que la calidad de atención por parte de Call Center es regular.
- En la misma línea Vásquez (2016), también sostiene que la finalidad de su investigación fue observar en qué medida la llamada proactiva realizada en un Call Center por la enfermera de atención, tuvo preferencias en las personas mayores de 80 años. En este caso mi investigación se basó en la eficiencia del Call Center en la satisfacción del usuario y en el cual se realizó una encuesta a 136 personas que la pregunta 9 y 10 hay un mayor porcentaje de respuesta negativa, el usuario no está satisfecho a la atención brindada por parte de Call Center.
- Así mismo Silva (2019), en su investigación da conocer, los interesados identificaron una mayor empatía y un mejor servicio mediante la etapa lectivo. Mi investigación también señaló la empatía en el cual las personas identificaron un nivel regular de acuerdo a la encuesta planteada resulto que un 55.1% consideran que el respeto y la atención personalizada deben ser fundamental por parte del Call Center
- En mismo orden de ideas, Acuña (2018), en su investigación tuvo como finalidad determinar la capacidad de Satisfacción en los Usuarios con los enfermeros en el servicio de gastroenterología en el Hospital Cayetano Heredia. Su diseño de indagación fue no experimental con enfoque

cuantitativo. La muestra estuvo integrada por 225 pacientes de los cuales se utilizó el muestreo de poblaciones finitas. Los datos se recolectaron a través de encuestas. En conclusión, se determinó medir la calidad interna y externa de futuros eventos para optimar procesos. De acuerdo a los resultados de mi investigación manifiesta que del 100% de los encuestados que son 136 personas un 51.47% afirma mala Comunicación y capacidad de resolución por parte de Call Center en este caso los resultados permite también medir la calidad interna y externa para mejorar en la calidad de atención.

- Respecto Ferrari (2020), el objetivo de su investigación fue analizar los Call Center desde un punto de vista cuantitativo. Su diseño de investigación es descriptiva empírica cuantitativa. Los datos se obtuvieron por diferentes parámetros de interés. En conclusión, este trabajo presentó y aplicó modelos analíticos de colas con abandono, con distribuciones genéricas o exponenciales, como un enfoque de análisis efectivo para representar y analizar problemas de congestión en Call Center. En el cual mis resultados también van a similar línea de análisis ya que mi investigación se basó en la eficiencia y satisfacción en el cual un porcentaje mayor de los encuestados tienen mala vivencia con la atención por parte del Call Center y el mayor problema que existe es el bajo nivel de orientación.
- Para Colín (2020), su investigación asumió como objetivo estudiar la práctica del usuario en los servicios de un Call Center desde la perspectiva empresarial y académica, su diseño de indagación es descriptivo y análisis exploratorio. Los efectos establecen la verdad de los problemas entre los indicadores de desempeño, manejados para evaluar la satisfacción y la experiencia del consumidor. En este caso mi investigación se enfoca más en la vivencia personal y en la vivencia de aquellos usuarios de algún hospital del Callao en el cual de acuerdo a los resultados existe la mala orientación y atención por parte de personal de Call Center.

- Es importante manifestar que la eficiencia del Call Center es un papel muy importante dentro de la Satisfacción del Usuario, ya que en el estudio se observó que un gran porcentaje de los usuarios tienen mala vivencia en la atención.
- Con respecto al estudio, se realizó un estudio cuantitativo que permitió cuantificar la colección y el análisis de datos. Se dio respuesta tanto al objetivo general como a los específicos, se garantiza una postura científica, utilizando la objetividad, confiabilidad y validez de los instrumentos y la investigación en general.

VI. CONCLUSIONES

Después de realizar la indagación en esta investigación, y realizar el análisis y discusión de estos resultados, se procede a dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación, en función de resultados o hallazgos encontrados se manifiesta de la siguiente manera:

- Los resultados indicaron que, de acuerdo a al objetivo general planteado que existe una relación significativa entre la eficiencia del Call Center entre las Satisfacción en el Usuario en un Hospital del Callao, 2021 obteniéndose un valor de 0.8014 en alfa de Cronbach de acuerdo al cuestionario aplicado a los usuarios nos indica si existe la relación ya que la eficiencia es fundamental en la satisfacción de cliente o usuario en este caso de un hospital del Callao.
- De acuerdo al segundo objetivo planteado que es establecer la relación entre resolución de la primera llamada y la calidad de servicio en un Hospital del Callao, 2021. Se dio a conocer que existe un nivel bajo donde un 40.44% afirma regular la calidad de atención por parte del Call Center.

- En relación al tercer objetivo que viene hacer determinar la relación entre tiempo de respuesta y nivel de satisfacción en un Hospital del Callao, 2021. Se dio a conocer que el 51.47% afirma malo el nivel de tiempo de respuesta en el nivel de satisfacción.
- En relación al cuarto objetivo que fue determinar la relación entre organización de trabajo y empatía en un Hospital del Callao, 2021. Se evidencio que, un 36.03% afirma malo el nivel de trabajo y empatía, el 0.47% afirma de manera positiva que si existe una organización de trabajo y trabajo en equipo.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo a la investigación realizada actual, se recomienda lo siguiente:

- Capacitar y motivar al talento humano en la atención, con la finalidad de que exista pleno conocimiento y puedan efectuar mejor su trabajo, ya que es el recurso más importante en una institución para así brindar una atención de calidad, ya que en los resultados de mi investigación en un 66.2% nos indican una mala atención por parte del Call Center de un hospital del Callao.
- Al recurso humano de salud, que trabaja en la atención por medio del Call Center, se recomienda hacer uso del trato amable hacia los usuarios que utilizan la llamada para poder consultar alguna duda o programación de citas médicas, en la presente investigación se observó un nivel alto, ya que un 45.6% califica el nivel servicial de Call Center malo.
- Capacitar a los trabajadores del Cal Center en temas de atención al usuario o clientes, para que de esta manera el servicio de atención pueda ser de calidad por parte del personal del Call Center, de acuerdo a los resultados los clientes o usuarios nos detallan el nivel de malestar en la atención por parte de los

trabajadores de Call Center, en un 44.1% no están satisfechos con la atención de alguna consulta y la respuesta por parte de Call Center.

- A las autoridades de las universidades se les recomienda promover este tipo de investigaciones en el que se interactúe de forma directa con la población e instituciones que brinden servicios de salud u otro tipo de servicio, generando cambios positivos en ambas partes.

REFERENCIAS

- Acuña, (2018). *Nivel de Satisfacción del Paciente con los Cuidados Enfermeros en el Servicio de Gastroenterología en un Hospital Público. Lima Perú.*
- Almeida, V. d. (2014). *Condiciones Laborales que Afectan el Desempeño Laboral de los Asesores de American Call Center (ACC) del Departamento Inbound Pymes, Empresa Contratada Para Prestar Servicios a Conecel (CLARO). Ecuador.*
- Avalos, R. B. (2020). *Niveles de Satisfacción de los Usuarios del Hospital Andino Alternativo de Chimborazo. Dailnet.*
- Barth, N. L. (2013). *Access to Information: Evaluation of the use of Automated Interaction Technologies in Call Centers. Scielo.*
- Cano, T. J. (2017). *Propuesta de Mejora de la Productividad en el Servicio De atención al Cliente de un Call center, 3. Lima, Peru.*
- Carreño, R. M. (2014). *Satisfacción de los Usuarios de 15 Hospitales de Hidalgo. Scielo, 3.*
- Carreño, R. M.-S.-E. (2014). *Satisfacción de los Usuarios de 15 Hospitales de Hidalgo. Revista Española de Salud Pública, 3.*
- Caubet, J. C. (2020). *Satisfied users and Burned-out Professionals. Evaluating Satisfaction in a Mental Health Center.*
- Chaves, J. M. (2020). *Evaluation of user Satisfaction with the Attention Received in the Forensic Dentistry Unit of the Department of Legal Medicine of the Organismo de Investigación Judicial (Judicial Investigation Agency) in the second semester of 2018.*
- Colin, M. (2020). *Call Center Service Level: A Customer Experience Model Benchmarking and Multivariate Analysis. Dailnet.*
- Contac, C. (Febrero de 2017). *La Importancia de Call Centers en el Mundo de los Negocios.* Obtenido de <https://www.enlacecontactcenter.com/la-importancia-de-call-centers/>: <https://www.enlacecontactcenter.com/la-importancia-de-call-centers/>
- Durand, C. V. (2016). *Marketing Interno y Calidad de Servicio de Salud en la Clínica Americana Juliaca.*
- Dutra, R. Q. (2018). *Management and Job Insecurity: an Analysis of the Influence of Management Performance on the Lives of Call Center Workers. Scielo.*
- Echeverry, C. E. (2019). *Knowledge Management from the Organizational Culture in Call Center in Manizales. Scielo, 3.*
- Edinson, T. P. (2013). *Estudio de Factividad para Mejorar la Atención al Cliente con la Implementación de un Call Center en la Clínica Nacional el Milagro.*
- EsSalud. (2009). *Hospital Lima Norte Callao. Lima Perú: Cesar Veliz M.*

- Fernández, O. D. (2019). *Clima Organizacional y Satisfacción del Usuario Externo en los Servicios de Hospitalización del Instituto Nacional de Salud del Niño, 2017*. Scielo.
- Ferrari, S. C. (2020). *Application of Models of Queues With Abandonment for Call Center Congestion Analysis*. Scielo.
- Gallardo, F. A. (2014). *Calidad de Servicio: Satisfacción Usuaría desde la Perspectiva de Enfermería*. Scielo, 4.
- Gardey, J. P. (2014). *Definición de Call Center*. Obtenido de <https://definicion.de/call-center/#:-:text=Call%20center%20es%20una%20noci%C3%B3n,de%20atenci%C3%B3n%20o%20servicio%20telef%C3%B3nico>.
- Gómez, F. M. (2016). *Calidad de Atención y Grado de Satisfacción de los Usuarios*. *Revista Peruana de Medicina Integrativa*, 2.
- Gonzales, C. J. (2017). *Satisfacción del Usuario: La Investigación sobre las Necesidades de Información*. Mexico.
- Guillén, N. P. (2020). *Work in Call Centers: The Corporeality of work experience*. Scielo.
- Hernandez, R. S. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico.
- Hierro, J. D. (2014). *Análisis, Pronóstico de la Demanda y Necesidades de Personal en un Call Center de Emergencias Sanitarias*. Scielo.
- Ibarra, P. A. (2018). *Evaluation of the Quality in the Attention to the user of the Emergency Service of the Yopal Public Hospital in Casanare, Colombia*. Scielo, 3.
- Ilrene, F. J.-J.-j. (2017). *Marketing Aplicado al Sector Empresarial*. Machala: Utmach.
- Jaramillo, N. E. (2013). *Estudio de Factibilidad para Mejorar la Atención al Cliente con la Implementación de un Call Center en la CNEL Milagro*.
- Kotler, P. (2008). *Fundamentos del Marketing*. En P. Kotler, *Fundamentos del Marketing* (págs. 65,66). Clifornia.
- Laurent. (2017). *Identificación de Variables Territoriales y Multidimensionales para un Modelo de Identificación de Políticas para Superación de Pobreza*. Santiago de Chile.
- Lazzari, L. L. (s.f.). *La Satisfacción de Mercados Mediante la Aplicación de Teoría Afinidad*.
- Ledia, H. G. (2014). *Mercadotecnia Social: Una Herramienta Necesaria para la Promoción de Salud*. Medisa, 3.
- León, F. R., Morales, O., Ramos, J. D., Goyenechea, Á., Rojas, P. A., Meza, J., & León, A. B. (2017). *Liderazgo orientado a la gente en call centers*. Scielo, 1.
- Levitt, T. (2018). *Mercadeo en la Salud*. En T. Levitt, *Mercadeo en la Salud*. Alemania.
- Lozada, J. (2014). *Investigación Básica: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*. *Ciencia Medica*, 36,37.

- Manterola, T. O. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Scielo, 1,2,3.
- Martínez-Salgado, C. (2012). *El Muestreo en Investigación Cuanitativa. Principios Básicos y Algunas Controversias*. Scielo, 3.
- Moraes, A. C. (2019). *The Spatial Reconfiguration of the Call Center Segment in Brazil From the Installation of Telework Centers in Paraíba*. Scielo.
- Mrueda. (2014). *Importacia de Call Center*. Obtenido de *Importancia de Call Center*: <https://mrueda2009.files.wordpress.com/2014/11/importancia-de-los-call-center>.
- Muñiz, R. (2016). *Los call centers*. *Marketing XXI*.
- Muñoz, R. M. (2017). *Efectividad de una Estrategia de Intervención Múltiple de Cuidados de Enfermería Relacionados con el Dolor en Pacientes Ingresados en el Hospital General Universitario de Alicante, en términos de resultados de salud y de satisfacción*. Dialnet, 1.
- Orillas, I. 2. (2019). *Call-centers controlados por multinacionales mandan en Colombia*. La 2 Orillas, 3.
- Orozco, S. C. (2015). *Propuesta de mejora en los procesos del área de call center técnico de una empresa de telecomunicaciones*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/582088/Orozco_CS.pdf;jsessionid=77362782A45B1D3676661526EA51AF07?sequence=1
- Ovalle, A. M. (2016). *Propuesta de un módulo de operaciones en los call center de Manizales, Colombia*, 2.
- Parada, V. (2019). *Una Brevísimas Historia de los Call Centers*. Parada Visual, 2.
- Piedra, G. N. (2020). *El trabajo en los call centers: La corporeidad de la experiencia laboral*. Scielo, 4.
- Rodrigues, F. (2020). *Assessment of satisfaction and frustration of needs in Portuguese exercise instructors: scale validity, reliability and invariance between genders*. Dialnet.
- Rosa, E. T. (2018). *La Segmentación De Mercado Y La Satisfacción Del Cliente En Los Negocios Comerciales De La Bahía De Guayaquil*. *Segmentación de Mercado*. Obtenido de URL:<http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n25p126>
- Sihuin, E. Y. (2014). *Satisfacción de Usuarios Hospitalizados en un Hospital de Apurímac, Perú*. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 1.
- Silva, F. J. (2019). *Grado de Satisfacción de los Usuarios de un Hospital Universitario: la Influencia de la Presencia de Estudiantes*. Scielo.
- Soares, F. C. (2019). *Satisfaction of users of Psychosocial Care Centers*.
- Taza, J. R. (2015). *Propuesta de Mejora de la Productividad en el Servicio de Atención al Cliente de un Call Center*.
- Vásquez, A. J. (2019). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/definicion-call-center/>

- Vázquez, R. (2016). *Llamada Proactiva de la Enfermera Durante la Ola de Calor, su Eficiencia y Eficacia*. Dialnet, 166-170.
- Ventura-León, J. L. (2018). *Investigacion Cuanitativa*. Obtenido de https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/csc/v22n1/1413-8123-csc-22-01-0325.pdf
- Yáñez, M. S. (2019). *Riesgo Psicosocial en los Operadores en un Call Center*. Revista Universidad y Sociedad, 1,6.

ANEXOS

ANEXO 1.

Tabla 22. Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Eficiencia del Call Center	La eficiencia de Call Center según Gardey (2014), es la relación entre los recursos que se emplean en una actividad y los resultados obtenidos con la misma. Call Center es una noción de la lengua inglesa que puede traducirse como centro de llamadas. Se trata de la oficina donde un grupo de personas específicamente entrenadas se encarga de brindar algún tipo de atención o servicio telefónico. Entre las dimensiones están el nivel de atención, nivel de servicio y el tiempo de respuesta.	Esta variable se midió a través de la Operacionalización y sus dimensiones que son; resolución de la primera llamada, tiempo de respuesta y organización de trabajo, haciendo uso de un cuestionario de opinión sobre las estrategias el acompañamiento pedagógico.	Resolución de la primera llamada Tiempo de respuesta Organización de trabajo	Comunicación Creatividad Amabilidad Tiempo medio de espera Tiempo medio de respuesta Efectividad de la llamada Rotación de trabajadores Clima organizacional Identificación con la empresa	Ordinal
Satisfacción en el Usuario	Suarez (2016), define la satisfacción de mucha importancia dentro del marco de la medición de la calidad en salud. Si se quiere ofrecer servicios de mayor calidad y crear instituciones de excelencia, entonces, la evaluación de la satisfacción en los usuarios, familiares y proveedores se convierte en una tarea permanente y dinámica	La Operacionalización se da a través de sus dimensiones que son; calidad de servicio, nivel de satisfacción y empatía, haciendo uso de un cuestionario de recojo de información sobre los descriptores	Calidad de servicio Nivel de Satisfacción Empatía	Calidad de atención Comunicación Cortesía Encuesta Net Promoter Score Customer Satisfaction Score Respeto Conciencia Atención Personalizada	Ordinal

Nota: Elaboración Propia

ANEXO 2.

Tabla 23. Matriz de Consistencia

Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario, en un Hospital del Callao, 2021

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	METODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	Variable1: Eficiencia de call center Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
¿Qué relación existe entre Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario, en un Hospital del Callao, 2021?	Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario, en un Hospital del Callao, 2021.	Existe relación entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuarios, en un Hospital del Callao, 2021.	Cuantitativa No experimental Transversal	Variable 2: Satisfacción en el Usuario Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	
1. ¿Cuál es la relación entre resolución de la primera llamada y la calidad de servicio, en un Hospital del Callao, 2021?	1. Determinar la relación entre resolución de la primera llamada y la calidad de servicio en un Hospital del Callao, 2021.	Hi1: Existe la relación entre resolución de la primera llamada y la calidad de servicio, en un Hospital del Callao, 2021.	Básica	
2. ¿Cuál es la relación entre tiempo de respuesta y nivel de satisfacción en un Hospital del Callao, 2021?	2. Determinar la relación entre tiempo de respuesta y nivel de satisfacción en un Hospital del Callao, 2021.	Hi2: Existe la relación entre tiempo de respuesta y nivel de satisfacción, en un Hospital del Callao, 2021.	Población: 1500	
3. ¿Cuál es la relación entre organización de trabajo y empatía en un Hospital del Callao, 2021?	3. Determinar la relación entre organización de trabajo y empatía en un Hospital del Callao, 2021.	Hi3: Existe la relación entre organización de trabajo y empatía, en un Hospital del Callao, 2021.	Muestra: Finita	

Nota: Elaboración Propia.

ANEXO 3.

Instrumento: Cuestionario de las variables



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los usuarios del Call Center para desarrollar el trabajo de investigación denominado: Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario en un Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021. La información que se proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestador(a): Escárate Jiménez, Marlon Alexis

Fecha: 15/04/21

VALORACIÓN	REPRESNTACIÓN
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Muy bueno

Instrucciones: a continuación, le presentamos 20 proposiciones, le solicitamos que exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas Ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

Dimensiones X1 Eficiencia de Call Center						
Resolución de la primera llamada		Valoración				
1	¿Usted cómo califica en cuanto el nivel de comunicación del Call Center?	1	2	3	4	5
2	¿Usted cómo califica en cuanto la calidad de atención del cliente del Call Center?	1	2	3	4	5
3	¿Usted cómo califica la resolución de sus perspectivas al personal del Call Center?	1	2	3	4	5
4	¿Usted cómo califica el nivel de amabilidad por parte de los operarios de Call Center?	1	2	3	4	5
Tiempo de respuesta		Valoración				

5	¿Usted cómo califica el tiempo de espera en la atención del Call Center?	1	2	3	4	5
6	¿Usted qué tan satisfecho estas con el desempeño de respuesta por parte de Call Center?	1	2	3	4	5
7	¿Usted cómo califica el nivel servicial por parte del Call Center?	1	2	3	4	5
Organización de trabajo		Valoración				
8	¿Usted cómo califica la rotación de trabajadores dentro Call Center, mejoraría el nivel de atención?	1	2	3	4	5
9	¿Usted cómo califica el nivel del clima laboral dentro Call Center?	1	2	3	4	5
10	¿Usted cómo califica al personal de Call Center?	1	2	3	4	5
Dimensiones Y1 Satisfacción en el Usuario						
Calidad de Atención		Valoración				
11	¿Usted cómo califica el nivel de calidad de atención del personal de Call Center?	1	2	3	4	5
12	¿Usted cómo califica el nivel de comunicación y capacidad de resolución por parte del personal del Call Center?	1	2	3	4	5
13	¿Usted cómo califica el trato del personal del Call Center?	1	2	3	4	5
Nivel de Satisfacción		Valoración				
14	¿Está usted satisfecho con la atención por parte de Call Center?	1	2	3	4	5
15	¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la empresa de Call Center a algún amigo o conocido?	1	2	3	4	5
16	¿Usted cómo califica la experiencia vivida con el Call Center?	1	2	3	4	5
17	¿Usted cómo califica el nivel de orientación por parte del personal de Call Center?	1	2	3	4	5
Empatía		Valoración				
18	¿Usted cómo califica el grado de respeto por parte del personal de Call Center?	1	2	3	4	5
19	¿Usted cómo califica el nivel de conciencia del personal de Call Center?	1	2	3	4	5
20	¿Usted cómo califica la atención personalizada de la empresa de Call Center?	1	2	3	4	5

Alfa de Cronbach

VALORACIÓN	REPRESENTACIÓN
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Muy bueno

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s^2}{S_T^2} \right]$$

$\alpha =$	0.80147149
k=	20
$\sum S^2 =$	13.7344291
$S_T^2 =$	57.5620675

Donde,

k = El número de ítems

$\sum s^2$ = Sumatoria de varianzas de los ítems.

S_T^2 = Varianza de la suma de los ítems.

α = Coeficiente de alfa de Cronbach

Coeficiente alfa > 0.9	Excelente
Coeficiente alfa > 0.8	Bueno
Coeficiente alfa > 0.7	Aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	Pobre
Coeficiente alfa < 0.5	Inaceptable

Fuente: George, D. y Mallery, P. (2020, p. 244)

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario en un Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Eficiencia de Call Center: La eficiencia de Call Center según Gardey, (2014). La eficiencia es la relación entre los recursos que se emplean en una actividad y los resultados obtenidos con la misma. Call Center es una noción de la lengua inglesa que puede traducirse como centro de llamadas. Se trata de la oficina donde un grupo de personas	Resolución de la primera llamada	Comunicación	¿Usted cómo califica en cuanto el nivel de comunicación del Call Center?						X		X		X		X		
			¿Usted cómo califica en cuanto la calidad de atención del cliente del Call Center?						X		X		X		X		
		Creatividad	¿Usted cómo califica la resolución de sus perspectivas a carao del Call Center?						X		X		X		X		
			Amabilidad	¿Usted cómo califica el nivel de amabilidad por parte de los operarios de Call Center?						X		X		X		X	
	Tiempo de respuesta	Tiempo medio de espera	¿Usted cómo califica el tiempo de espera en la atención del Call Center?						X		X		X		X		
			Tiempo medio de respuesta	¿Usted qué tan satisfecho estas con el desempeño de respuesta por parte de Call Center?						X		X		X		X	
		Efectividad de la llamada	¿Usted cómo califica el nivel servicial por parte del Call Center?						X		X		X		X		
	Organización de trabajo	Rotación de trabajadores	¿Usted cómo califica la rotación de trabajadores dentro Call Center, mejoraría el nivel de atención?						X		X		X		X		
		Clima organizacional	¿Usted cómo califica el nivel del clima laboral dentro Call Center?						X		X		X		X		
		Identificación con la empresa	¿Usted cómo califica al personal de Call Center?						X		X		X		X		


 Firma del evaluador informante
 DNI: 10139662

FIRMA DEL EVALUADOR
Econ. Farro Romero Víctor
DNI: 10139662

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Cuestionario de eficiencia de call center”

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuarios en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de Call Center

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Farro Romero Víctor

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER

VALORACIÓN:

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	X			



Firma de experto informante
DNI 10139662

FIRMA DEL EVALUADOR
Econ. Farro Romero Víctor
DNI: 10139662

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA DIMENSIÓN		
									SI	NO	SI	NO	SI	N	SI	N	
Suarez (2016), la evaluación de la satisfacción es de mucha importancia dentro del marco de la medición de la calidad en salud. Si se quiere ofrecer servicios de mayor calidad y crear instituciones de excelencia, entonces, la evaluación de la satisfacción en los usuarios, familiares y proveedores se convierte en una tarea permanente y dinámica.	Calidad de servicio	Calidad de	¿Usted cómo califica el nivel de calidad de atención del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Comunicación	¿Usted cómo califica el nivel de comunicación y capacidad de resolución por parte del personal del Call Center?					X		X		X		X			
		Cortesía	¿Usted cómo califica el trato del personal del Call Center?					X		X		X		X			
	Nivel de Satisfacción	Customer Effort Score		¿Está usted satisfecho con la atención por parte de Call Center?					X		X		X		X		
				¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la empresa de Call Center a algún amigo o conocido?					X		X		X		X		
		Net Promoter Score	¿Usted cómo califica la experiencia vivida con el Call Center?					X		X		X		X			
		Customer	¿Usted cómo califica el nivel de orientación por parte del personal de Call Center?							X		X		X			
	Empatía	Respeto	¿Usted cómo califica el grado de respeto por parte del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Conciencia	¿Usted cómo califica el nivel de conciencia del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Atención Personalizada	¿Usted cómo califica la atención personalizada de la empresa de Call Center?					X		X		X		X			


 Firma del evaluador informante
 DNI: 10139662

FIRMA DEL EVALUADOR
 Econ. Farro Romero Víctor
 DNI: 10139662

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Cuestionario de Satisfacción en el Usuario”

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuarios en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de Call Center

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Farro Romero Víctor

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER

VALORACIÓN:

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	x			



FIRMA DEL EVALUADOR
Econ. Farro Romero Victor
DNI: 10139662

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
				Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA	
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Eficiencia de Call Center: La eficiencia de Call Center según Gardey, (2014). La eficiencia es la relación entre los recursos que se emplean en una actividad y los resultados obtenidos con la misma. Call Center es una noción de la lengua inglesa que puede traducirse como centro de llamadas. Se trata de la oficina donde	Resolución de la primera llamada	Comunicación	¿Usted cómo califica en cuanto el nivel de comunicación del Call Center?						X		X		X		X	
			¿Usted cómo califica en cuanto la calidad de atención del cliente del Call Center?								X		X		X	
		Creatividad	¿Usted cómo califica la resolución de sus perspectivas a carao del Call Center?						x		X		X		X	
			Amabilidad	¿Usted cómo califica el nivel de amabilidad por parte de los operarios de Call Center?						X		X		X		X
	Tiempo de respuesta	Tiempo medio de espera	¿Usted cómo califica el tiempo de espera en la atención del Call Center?						X		X		X		X	
		Tiempo medio de respuesta	¿Usted qué tan satisfecho estas con el desempeño de respuesta por parte de Call Center?						X		X		X		X	
		Efectividad de la llamada	¿Usted cómo califica el nivel servicial por parte del Call Center?								X		X		X	
	Organización de trabajo	Rotación de trabajadores	¿Usted cómo califica la rotación de trabajadores dentro Call Center, mejoraría el nivel de atención?						X		X		X		X	
		Clima organizacional	¿Usted cómo califica el nivel del clima laboral dentro Call Center?						X		X		X		X	
		Identificación con la empresa	¿Usted cómo califica al personal de Call Center?						X		X		X		X	


 FIRMA DEL EVALUADOR
 Mg.CIP 06157: Aquiles Antonio Peña Cerna
 DNI: 42353436

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Cuestionario de eficiencia de call center”

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuarios en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de Call Center

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: AQUILES ANTONIO PEÑA CERNA

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER

VALORACIÓN:

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	X			



FIRMA DEL EVALUADOR
Mg. CIP 06157: Aquiles Antonio Peña Cerna
DNI: 4235343

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O	
				Muy	Bueno	Regular	Malo	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE			
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Suarez (2016), la evaluación de la satisfacción es de mucha importancia dentro del marco de la medición de la calidad en salud. Si se quiere ofrecer servicios de mayor calidad y crear instituciones de excelencia, entonces, la evaluación de la satisfacción en los usuarios, familiares y proveedores se convierte en una tarea permanente y dinámica.	Calidad de servicio	Calidad de	¿Usted cómo califica el nivel de calidad de atención del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Comunicación	¿Usted cómo califica el nivel de comunicación y capacidad de resolución por parte del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Cortesía	¿Usted cómo califica el trato del personal del Call Center?					X		X		X		X			
	Nivel de Satisfacción	Customer Effort Score	¿Está usted satisfecho con la atención por parte de Call Center?					X		X		X		X			
			¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la empresa de Call Center a algún amigo o familiar?					X		X		X		X			
		Net Promoter Score	¿Usted cómo califica la experiencia vivida con el Call Center?					X		X		X		X			
	Customer Satisfaction Score	¿Usted cómo califica el nivel de orientación por parte del personal de Call Center?					X		X		X		X				
	Empatía	Respeto	¿Usted cómo califica el grado de respeto por parte del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Conciencia	¿Usted cómo califica el nivel de conciencia del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Atención Personalizada	¿Usted cómo califica la atención personalizada de la empresa de Call Center?					X		X		X		X			



FIRMA DEL EVALUADOR

Mg. Ing. CIP 06157: Aquiles Antonio Peña Cerna

DNI: 42353436

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Cuestionario de Satisfacción en el Usuario”

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuarios en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de Call Center

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: AQUILES ANTONIO PEÑA CERNA

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER

VALORACIÓN:

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	x			



FIRMA DEL EVALUADOR
Mg. CIP 06157: Aquiles Antonio Peña Cerna
DNI: 42353436

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Eficiencia de Call Center: La eficiencia de Call Center según Gardley, (2014). La eficiencia es la relación entre los recursos que se emplean en una actividad y los resultados obtenidos con la misma. Call Center es una noción de la lengua inglesa que puede traducirse como centro de llamadas. Se trata de la oficina donde un grupo de	Resolución de la primera llamada	Comunicación	¿Usted cómo califica en cuanto el nivel de comunicación del Call Center?						X		X		X		X		
			¿Usted cómo califica en cuanto la calidad de atención del cliente del Call Center?						X		X		X		X		
		Creatividad	¿Usted cómo califica la resolución de sus perspectivas a carao del Call Center?						X		X		X		X		
		Amabilidad	¿Usted cómo califica el nivel de amabilidad por parte de los operarios de Call Center?						X		X		X		X		
	Tiempo de respuesta	Tiempo medio de espera	¿Usted cómo califica el tiempo de espera en la atención del Call Center?						X		X		X		X		
		Tiempo medio de respuesta	¿Usted qué tan satisfecho estas con el desempeño de respuesta por parte de Call Center?						X		X		X		X		
		Efectividad de la llamada	¿Usted cómo califica el nivel servicial por parte del Call Center?								X		X		X		
	Organización de trabajo	Rotación de trabajadores	¿Usted cómo califica la rotación de trabajadores dentro Call Center, mejoraría el nivel de atención?						X		X		X		X		
		Clima organizacional	¿Usted cómo califica el nivel del clima laboral dentro Call Center?						X		X		X		X		
		Identificación con la empresa	¿Usted cómo califica al personal de Call Center?						X		X		X		X		



FIRMA DEL EVALUADOR

Dr: Hirata Tejada, Luis Toribio

DNI: 15749357

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Cuestionario de eficiencia de call center”

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuarios en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de Call Center

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: HIRATA TEJADA, LUIS TORIBIO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR EN ECONOMÍA

VALORACIÓN:

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	X			



FIRMA DEL EVALUADOR


Dr: Hirata Tejada, Luis Toribio

DNI: 15749357

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: Eficiencia del Call Center y Satisfacción en el Usuario en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE		
									SI	NO	SI	NO	SI	N	SI	N	
Satisfacción en el Usuario Satisfacción en el Usuario en un sentido amplio la satisfacción, según numerosos autores es el cumplimiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio Sancho, (2005).	Calidad de servicio	Calidad de	¿Usted cómo califica el nivel de calidad de atención del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Comunicación	¿Usted cómo califica el nivel de comunicación y capacidad de resolución por parte del personal del Call Center?					X		X		X		X			
		Cortesía	¿Usted cómo califica el trato del personal del Call Center?					X		X		X		X			
	Nivel de Satisfacción	Customer Effort Score	¿Está usted satisfecho con la atención por parte de Call Center?					X		X		X		X			
			¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la empresa de Call Center a algún amigo o conocido?					X		X		X		X			
		Net Promoter Score	¿Usted cómo califica la experiencia vivida con el Call Center?					X		X		X		X			
		Customer	¿Usted cómo califica el nivel de orientación por parte del personal de Call Center?							X		X		X			
	Empatía	Respeto	¿Usted cómo califica el grado de respeto por parte del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Conciencia	¿Usted cómo califica el nivel de conciencia del personal de Call Center?					X		X		X		X			
		Atención Personalizada	¿Usted cómo califica la atención personalizada de la empresa de Call Center?					X		X		X		X			



FIRMA DEL EVALUADOR
 Dr. Hirata Tejada, Luis Toribio
 DNI: 15749357

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Cuestionario de Satisfacción en el Usuario”

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre Eficiencia del Call Center en la Satisfacción en el Usuarios en el Hospital Luis Negreiros Vega Lima Norte, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de Call Center

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: HIRATA TEJADA, LUIS TORIBIO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR EN ECONOMÍA

VALORACIÓN:

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	x			

FIRMA DEL EVALUADOR
Dr. Hirata Tejada, Luis Toribio
DNI: 15749357