



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en el Área de Admisión
de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Pareja Peralta, Guni Tirsa (ORCID: 0000-0003-4967-7373)

ASESORA:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia (ORCID: 0000-0003-2721-2698)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Con la bendición de Dios dedico este logro

A mi madre Ana María, mi Ángel eterno,
por cuidarme y guiar mis pasos desde el
cielo.

A Evans Gadiel, por ser mi motivo y
fortaleza para cada paso en mi vida.

Agradecimiento

Ante todo, agradezco a Dios y a la Virgen del Carmen, por darme fortaleza a pesar de los obstáculos en el camino.

A Antonia por hacer posible esta importante etapa en mi vida profesional.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización.....	11
3.3. Población, muestra y muestreo	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimientos	14
3.6.Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos	16
IV.RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN	23
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS	37

Índice de tablas

Tabla 1. Instrumentos del estudio	13
Tabla 2. Juicio de expertos.....	13
Tabla 3. Correlación dimensión fiabilidad y variable satisfacción del usuario	18
Tabla 4. Correlación dimensión sensibilidad y variable satisfacción del usuario..	19
Tabla 5. Correlación dimensión seguridad y variable satisfacción del usuario.....	19
Tabla 6. Correlación dimensión empatía y variable satisfacción del usuario.....	20
Tabla 7. Correlación dimensión elementos tangibles y variable satisfacción del usuario.....	21
Tabla 8. Correlación variable calidad del servicio y variable satisfacción del usuario.....	21

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar la relación entre calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021, esta investigación es de tipo aplicada de diseño no experimental de corte transversal, con enfoque cuantitativo y alcance correlacional, con una población de estudio en los usuarios del área de admisión, y una muestra de 364 usuarios para el año 2021. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta basada en el modelo SERVQUAL, con lo cual se demostró que la calidad del servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en la Clínica San Juan de Dios. Ello se determinó por medio de Rho de Spearman el cual mostró un coeficiente de 0,829 y una significancia $< 0,05$ evidenciando una correlación positiva alta. Como conclusión se obtuvo que, de mejorar la calidad de servicio en el área de admisión de la clínica, también mejorará la satisfacción del usuario, beneficiando a la empresa económicamente y ayudándolo a cumplir sus propósitos sociales.

Palabras clave: Servicios, Atención, Usuario.

ABSTRACT

The objective of this research work is to determine the relationship between service quality and user satisfaction in the Admission Area of the San Juan de Dios Clinic, Cusco to 2021. This is an applied research with a non-experimental cross-sectional design, with a quantitative approach and correlational scope, with a study population of users of the admission area, consisting of a sample of 364 users for the year 2021. A survey based on the SERVQUAL model was used as a data collection technique, with which it was demonstrated that the quality of service is directly and significantly related to user satisfaction at the San Juan de Dios Clinic. This was determined by means of Spearman's Rho, which showed a coefficient of 0.829 and a significance < 0.05 , evidencing a high positive correlation. As a conclusion, it was obtained that improving the quality of service in the clinic's admission area will also improve user satisfaction, benefiting the company economically and helping it to fulfill its social purposes.

Key words: Services, Attention, User.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel global en los últimos años, los niveles de calidad en cuanto al servicio y usuarios satisfechos en la diversidad de establecimientos incluyendo los centros de salud implican un problema un tanto controversial y por ende es un fenómeno que se ha ido estudiando. Este problema ha estado afectando países latinoamericanos, cabe mencionar a México que está haciendo frente a carencias importantes en cuanto a recursos, de esta manera se ve afectado la calidad de sus servicios vinculados a la salud, posicionándolo de acuerdo a la OMS en el lugar 55 de 64 en la categoría de calidad, ello por la limitada capacidad de máquinas o la inadecuada infraestructura, así como la falta de recursos, además de problemas con los sistemas administrativos y el personal. (Gonzalez, 2017)

En el Perú, acorde con la Superintendencia Nacional de Salud (Susalud), señala que a la actualidad recibió por lo menos 90 mil reclamos, quejas o pedidos a consecuencia de atención deficiente e inadecuada acontecida tanto en clínicas como en hospitales del país, estos reclamos suelen centrarse en la vulneración del derecho de ser atendido cuando lo requiera, pues se generan indebidos cobros, una serie de maltratos o falta de empatía así como también presentan recursos limitados y desabastecimiento, de modo que se observa una gran disconformidad por parte de los usuarios con la atención, entre otros problemas como las demoras asistenciales o incumplimiento de citas, trámites lentos o falta de equipos, limitando el acceso al servicio el cual en sí es un derecho, estos casos se vieron incrementados en el 2015 pues hubo incremento en casi 50% de denuncias y se pronostica que este incremento, ya que estos podrán ser manifestados por los canales alternativos que apertura Susalud, tales como aplicativos. (Diario Gestión, 2017)

En la región del Cusco, el Hospital Antonio Lorena al día de hoy ofrece servicios dentro de una infraestructura inadecuada, refiriéndose a él como provisional y el Hospital Regional cuenta con limitados profesionales, como solo tres endocrinólogos, etc. Considerado insuficiente para una población que supera su capacidad, es por ello que los usuarios frecuentemente señalan tiempos prolongados de espera, escasos cupos, limitada información y poca comunicación lo que implica un gran obstáculo en la forma como es que perciben la calidad de

estos centros y poca satisfacción por la atención ofrecida. (Cutipa, 2018)

En ese sentido, la clínica San Juan de Dios en los últimos años ha ido presentando aumento de reclamos y quejas al presentar dificultades y deficiencias al momento de brindar sus servicios en el área de admisión, las causas se podrían deber a una serie de hechos que han venido suscitándose en este último periodo de tiempo, como la poca sensibilidad mostrada al cliente, quienes suelen mostrar disconformidad por tal servicio, estas quejas suelen relacionarse a la mala coordinación de los horarios de atención, el incumplimiento de turnos y los pocos horarios de atención disponibles, también suelen exigir la renovación de equipos; ya que estos en su estado no contribuyen con la eficaz atención al brindar el servicio, a su vez se menciona la limitada información y alcances con la que cuentan los colaboradores del área de admisión para comunicar una adecuada información y poder abordar al paciente para derivarlo al servicio que requiera, ello implica que el cliente no deposite toda su confianza en esta institución y la empresa no logre fidelizar a los usuarios. En efecto, esto ha traído inconvenientes porque no se manejan de manera adecuada los servicios internos, ocasionando el incremento de dichas quejas y reclamos, resultando en una pérdida constante de clientes. En ese sentido, tanto la entidad como los colaboradores no se muestran involucrados o comprometidos con su labor demostrando una inadecuada organización. Todo ello genera incomodidad en los usuarios, notándose una clara insatisfacción con la atención brindada, en especial del área de admisión, ya que cualquier información interna se hace llegar al usuario por medio de esta área. Es por ello que este estudio posee la intención de indagar la calidad de servicio manejada en esta entidad y cómo ésta se relaciona con la satisfacción de sus usuarios.

Es así como surge la pregunta ¿Cuál es la relación de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021?

La investigación tiene un valor teórico porque tiene sustento en base a estudios previos que brindan soporte teórico a la investigación, de esta forma este estudio servirá para incrementar los conocimientos respecto a las teorías de las variables implicadas. Por otro lado, la investigación servirá como antecedente para próximas investigaciones respecto al tema de estudio.

Las implicancias prácticas que posee la investigación es brindar soluciones al problema que enfrenta la clínica, pues a partir de la información obtenida se logrará identificar aquellos factores que limitan a la institución a desenvolverse correctamente, sobre todo en la presente coyuntura ocasionada por el Covid-19 pues a partir de esta información se optará por acciones correctivas pertinentes. Por otro lado, la relevancia social del estudio implica que la institución tomará acciones que permitan al establecimiento mejorar la atención de sus usuarios, siendo ellos los principales beneficiarios, además, al ser una entidad que no posee fines de lucro y de labor social, posee gran impacto en la sociedad en general, de modo que al mejorar la calidad de sus servicios ayudará a incrementar sus ingresos para cumplir sus objetivos y fines sociales. El estudio tiene una utilidad metodológica, en el sentido que el instrumento empleado, el cual es el cuestionario, al ser un instrumento que presenta validez de expertos y de poseer confiabilidad, podrá ser empleado por instituciones similares que quieran evaluar las variables planteadas, o ser adaptado a otras investigaciones respecto al tema.

Se planteó el objetivo general de, determinar la relación entre calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Siendo los objetivos específicos: Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021, Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión sensibilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021, Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021, Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión empatía con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021, Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

Se planteó como hipótesis científica, la calidad del servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se toma como referencia los siguientes antecedentes internacionales:

Bernal et al. (2017) se plantearon el propósito de analizar como la calidad se relaciona con los niveles de satisfacción en usuarios respecto al servicio ofrecido en hospitales públicos. El método consistió en el análisis realizado dentro de un enfoque de tipo cuantitativo por medio de la aplicación de cuestionarios en 856 participantes. La conclusión demuestra una relación significativa y positiva entre ambas variables, ello se usa como referente de gran relevancia para mejorar de manera constante los servicios ofrecidos en estas instituciones, además de propuestas que eleven la satisfacción de quienes son usuarios recurrentes.

Barbosa y Lourense (2019), realizaron su estudio para analizar en qué manera la calidad impacta en la satisfacción. El método empleado implica un diseño cuantitativo, se tomó una muestra de 172 clientes, quienes participaron en el llenado de una encuesta. Se concluye la existencia significativa donde ($p < 0,01$) relacionando directamente a calidad con la satisfacción de equipos, así como la relación de calidad-precio y servicios de cada socio en general. De este modo se concluye que esta calidad posee una relación fuerte con el grado de satisfacción.

Vergara et al. (2018) tuvieron como objetivo realizar una valoración de la calidad en servicios de tipo hospitalarios, desde la percepción del usuario, ello permitió identificar cuáles eran aquellos factores que determinaban dicha calidad. El estudio fue tipo cuantitativo, se empleó la técnica de regresión por MCO, y se calculó en total a 131 asistentes, siendo esta la muestra, donde se tomó a la encuesta como técnica. La conclusión muestra que los factores planteados como la infraestructura o el modo de atención son fundamentales para elevar la calidad o que a su vez incide en usuario o pacientes satisfechos con este tipo de servicio, de este modo se propone implementar mejoras que garanticen la lealtad y confianza de los usuarios.

Jaramillo et al. (2020), cuyo estudio tuvo el objetivo realizar un análisis relacional de la calidad respecto al servicio, así como la satisfacción en el área de

Consulta del HGDA. El método consistió en el empleo del modelo SERVQUAL y se determinó un tamaño muestral de 384 usuarios, quienes participaron en el llenado de un cuestionario. Se tuvo como conclusión que 80% indica que sus expectativas respecto al servicio tuvieron un resultado satisfactorio, a partir de ello se evaluó la calidad y se logró identificar que existe una relación directa en ambas variables.

Jarrín y Gangotena (2019), se propusieron el objetivo de buscar incrementar conocimiento respecto a la calidad y satisfacción. El método fue de enfoque cuantitativo y a partir de la técnica de encuesta, se tuvo una muestra constituida por 384 usuarios. El estudio concluye en que los usuarios de la empresa que brindan servicios de viaje poseen una percepción positiva en cada dimensión referida a la calidad del servicio, además de señalar una apreciación positiva referida a sus niveles de satisfacción.

Monroy y Urcadiz (2018) plantearon el objetivo de verificar el grado de incidencia de la forma en que es percibida la calidad en la satisfacción media de quienes hacen uso del servicio, este estudio fue transaccional - correlacional, donde se realizó 207 encuestas en 53 restaurantes, donde se usó la técnica de encuesta, en esta investigación la conclusión revela que los indicadores de Calidad y Satisfacción no implicaron significativas diferencias, exceptuando la comida y la atmósfera. A partir de ello es necesario un análisis del servicio estratégicamente en este tipo de empresas, donde prima ser original para elevar la Satisfacción en función a la Calidad demostrado por $r=0.9$ general.

Además, se toma como referencia los siguientes antecedentes nacionales:

Revolledo (2018), tuvieron como propósito relacionar calidad del servicio ofrecido con satisfacción del consumidor. Se usó un método correlacional con diseño transversal - no experimental, se realizó la recolección de datos por medio de encuestas, las cuales fueron aplicadas a 69 clientes. El estudio concluye en que tanto la calidad y satisfacción se encuentran significativamente relacionados, ya que, a mayores niveles de calidad, mayores son los resultados de satisfacción de sus usuarios o viceversa.

Bollet et al. (2018), se plantearon el objetivo de evaluar el vínculo entre las variables, satisfacción y calidad, en aquellos servicios que ofrece DIRCETUR

Ucayali. Fue una investigación correspondiente al tipo aplicado, con diseño correlacional, se tuvo una muestra por conveniencia de 50 usuarios, y se procedió a aplicar el cuestionario. En conclusión, se afirma la relación directa como significativa entre la satisfacción y la calidad, lo cual se demostró por medio de r de Pearson resultando un 0,896, siendo una correlación positiva, y significancia de $s = 0.000$.

Aranda et al. (2020), elaboraron un estudio que tuvo el propósito de observar la forma de incidencia de la calidad ofrecida y la satisfacción de quienes toman el servicio ofrecido por bancos. Se utilizó un enfoque de tipo cuantitativo no experimental; los datos recolectados fueron en base a una encuesta que hizo uso del cuestionario, la población se constituyó por 32 000 clientes. En conclusión, se muestra una relación directa de ambas variables en usuarios de estas entidades bancarias.

Febres y Mercado (2020), se plantearon como objetivo analizar la satisfacción respecto a la calidad brindada en un hospital público, consta de una metodología observacional y descriptiva. Se constituyó una muestra de 292 pacientes y se empleó el cuestionario para la recolección de datos. Concluyendo en que el sistema requiere de implementar de manera inmediata estrategias que mejore los servicios ofrecidos de modo que se proporcione atenciones oportunas y por ende se cuente con un servicio de calidad. Pues la conclusión indica una relación directa de ambas variables.

Ramos et al. (2020), cuyo objetivo fue establecer el vínculo de la calidad con la satisfacción de usuarios que optaron por el tratamiento estético en una clínica. Este estudio fue descriptivo y observacional, con enfoque correlacional y cuantitativo. La encuesta se realizó a 123 usuarios por medio del cuestionario de calidad (SERVPERF) y un cuestionario para calcular la satisfacción por medio de consultas. Como conclusión se obtuvo que hay una relación significativa de ambas variables para estos pacientes.

Requejo (2018), realizó una investigación con el objetivo de relacionar satisfacción y calidad de atención. La metodología aplicada corresponde a una mixta, se utilizó la encuesta con su respectivo cuestionario, donde la población fue de un total de 235 alumnos. La conclusión radica en que se obtuvo una satisfacción

de 58% y calidad de 61%. Dentro de las dimensiones fueron fiabilidad (47%), tangibilidad (62%), sensibilidad (57%), seguridad (54%) y empatía (62%); del mismo modo en calidad se evaluaron las dimensiones: 61% de calidad técnica, 60% de calidad funcional.

La calidad ofrecida por las empresas para Pizzo (2017), implica una serie de hábitos, practicado por diversas organizaciones con el propósito de interpretar o identificar aquellas expectativas y necesidades que sus clientes requieren, de esta forma se logra ofrecerles un servicio que sea adecuado y confiable para ellos. Gonzales (2015) señaló que esta calidad en los servicios implica la adopción de procesos que ayuden a ofrecer un servicio tal cual lo esperaban los clientes, haciendo caso a sus necesidades ser el caso superar sus expectativas lo que brindará un valor agregado al tipo de servicio que fue brindado; ello beneficiará los niveles de rentabilidad de la empresa; logrando fidelización y satisfacción de sus clientes, así también, para Torres (2017) la lealtad del consumidor se vincula con lo que es deseado por el cliente y en la medida en que dicho deseo es cumplido por la empresa. Según lo indicado, es excepcionalmente útil analizar los factores obtenidos en la realidad, para poder encontrar los aspectos que deberían mejorarse e incrementar la lealtad del consumidor. De este modo la calidad percibida por un servicio se da en razón a las diferencias identificadas entre lo esperado en el servicio y lo que realmente es obtenido (Parasuraman, et al.1985). A partir de ello se planteó el modelo SERVQUAL diseñado por Zeithaml et al. (2009), para evaluar el nivel de calidad según la perspectiva del usuario o cliente en base a cinco dimensiones, las cuales son:

La fiabilidad, que acorde con el modelo SERVQUAL, viene a ser aquellas habilidades al momento de brindar un servicio de forma cuidadosa. Como señala Basantes et al. (2018), implica una serie de habilidades para brindar un servicio confiablemente, tal y como fue prometida, de modo que resulta ser confiable, demostrando que hacen las cosas bien durante todo el proceso que implica el servicio y en el momento oportuno. Como segunda dimensión se tiene a la sensibilidad que es definida como la voluntad y la continua disposición de ofrecer ayuda y brindar facilidades, en esta dimensión se pone en relevancia a la atención y rapidez al responder todo tipo de solicitud, preguntas, problemas o quejas del

cliente (Ñahuarima, 2018). La seguridad es entendida como conocimientos en la atención, estos son demostrados por los colaboradores y va junto a otras habilidades que acrediten su confianza. Así mismo, Duque (2018), lo define aquel sentimiento por parte del usuario al poner sus problemas a responsabilidad de una entidad, de modo que confía en que dichos problemas se resolverán lo más pronto posible. Esta seguridad otorga credibilidad e integridad. Además, implica la inexistencia de una serie de riesgos, dudas o peligros. (Avalos et al., 2018). Como cuarta dimensión se tiene a la empatía, también llamada atención personalizada al momento de ofrecer el servicio, es la capacidad de otorgar atención cuidadosa e individual a los clientes (Alves, 2017). Para ello es necesario un servicio adaptado a las preferencias de los usuarios. (Zeithaml et al., 2009). La última dimensión está referida a los elementos tangibles que implica la manera en la que están las instalaciones, es uno de los factores claves para establecer qué tipo de calidad es transmitida a sus usuarios. Además, demuestra cómo es que fue diseñada la institución, pues su imagen en su infraestructura o producto/servicio, incide en gran medida en la percepción del cliente. (Duque, 2018)

Por otro lado, se referencia a la satisfacción del usuario como factor esencial en los estándares de calidad de cualquier organización que da algún servicio, donde la satisfacción se refieren a una serie de sensaciones ya sean de decepción o de placer al realizar la comparación adquirida al experimentar un producto con lo que se esperaba respecto a los beneficios pre supuestos (Kotler & Keller, 2006). A su vez, indica que, de obtener resultados altos a lo esperado, el cliente está satisfecho, conllevando a que el usuario queda encantado o muy satisfecho, además Grande (2005), señala tener un consumidor satisfecho resulta de brindar servicios considerando la comparación de su percepción respecto a lo que obtendrá del servicio con lo que realmente tuvo. Del mismo modo, dicha satisfacción se define como un sentimiento que se da luego de realizar la compra, ello implica un juicio por parte del consumidor al evaluar el resultado del producto o servicio. (Oliver & Swan, 1989; Rothschild & Gaidis, 1981)

De modo que la satisfacción es un fenómeno que, tomando relevancia al momento de evaluar los servicios brindados, sobre todo en aquellos vinculados a la salud. (Seclén & Darras, 2017)

Acorde con Mejías y Manrique (2011) para conocer la satisfacción del usuario, este suele evaluarse por medio de cinco dimensiones: calidad funcional percibida, técnica percibida, expectativas, confianza y valor. La calidad funcional percibida está referida a la diferencia existente de expectativas antes de que el servicio sea recibido y cuál fue su percepción después de recibirlo (Cárdenas, 2017). Ello hace mención a la manera de cómo es prestado el servicio y la forma en la que es percibido, a partir de ello se genera una imagen de la entidad. Se logra distinguir a esta dimensión por medio de la forma en que el personal trata a quien atiende, de este modo se implementa medidas que refuercen o corrijan los comportamientos observados por medio de capacitaciones o incentivos como premios a los colaboradores. La calidad técnica percibida está basada en aquellas características que resultan inherentes al tipo de servicio, de modo que es necesario cumplir cada proceso que es requerido para brindar el servicio, incluyendo la orientación ofrecida al cliente hasta que logre su objetivo (Pascual, 2004). Así también, debe de mencionarse toda la información del servicio y este debe confirmarse cuando el cliente elija el servicio.

El valor percibido para Dodds et al. (1991), está referida al producto de antecedentes que se van desencadenando respecto al precio percibido, pues para algunos el precio resulta un indicador de sacrificio al momento de conseguir un bien, o mostrar la calidad. La confianza resulta de la imagen ofrecida, en ella se ubica su reputación, calidad, etc. Lo cual forma asociatividad y cohesión a una finalidad individual. Las expectativas se basan en el desempeño que se forma de las particularidades del servicio o producto antes de optar por el servicio. (Revolledo & Chávez, 2018)

A partir de lo mencionado, se demuestra que cada entidad se caracterizará por la manera en cómo tratan a sus usuarios, ya que puede que hayan una variedad de empresas que ofrezcan el mismo servicio, pero no todos son exitosas al cumplir los requerimientos del cliente, es por ello que Botero (2006) pone en hincapié que las instituciones no requieren de innovarse en su totalidad, sino que requieren mejorar alguna de sus prácticas, la misma que los ayuda a tener participación en el mercado, y para ello es necesario enfocarse en los clientes o usuarios quienes saben la forma y el lugar de lo que desean.

III. METODOLOGÍA

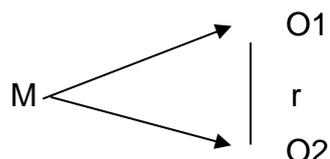
3.1. Tipo y diseño de investigación

Acorde al fin perseguido, la investigación fue de tipo aplicada porque se pretendió aplicar conocimientos prácticos para analizar la situación de las variables en la clínica San Juan de Dios, Cusco.

De acuerdo al alcance o nivel, la investigación fue correlacional debido a que se pretendió demostrar la relación de las variables implicadas.

De acuerdo al enfoque, el estudio fue cuantitativo pues se dio a partir de un procedimiento riguroso que partió de una idea y luego de delimitarse, se derivaron objetivos, se utilizó la teoría y se construyó un marco teórico. Posterior a ello se estableció la hipótesis, se determinaron las variables y posteriormente fueron medidas, se analizó la data obtenida por medio de estadísticos que ayudó a obtener una serie de conclusiones.

De acuerdo al diseño el presente estudio fue no experimental, dado que durante el proceso no se realizó manipulación alguna de las variables, donde se dirigió la observación de la problemática en su ambiente para consecuentemente realizar un análisis.



Donde:

M = Muestra de usuarios de la clínica San Juan de Dios

O1 = Observación - Variable 1 Calidad de servicio.

O2 = Observación - Variable 2 Satisfacción del usuario.

r = Relación.

De acuerdo al tiempo, el estudio fue transversal, dado que se recolectaron datos en un momento en específico, y tiempo único. Para este caso se recolectó datos del año 2021.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1:

Calidad de servicio

“La calidad que un consumidor percibe en un servicio está en función de la magnitud y dirección de la brecha entre el servicio esperado y el servicio percibido” (Parasuraman et al., 1985, p. 46).

El modelo Servqual, propuesto por Zeithaml et al. (2009) posee cinco dimensiones: Fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Variable 2:

Satisfacción del usuario

“Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados), con las expectativas de beneficios previos” (Kotler & Keller, 2006, p. 144).

Mejías y Manrique (2011), indican que la satisfacción del usuario tiene cinco dimensiones: Calidad funcional percibida, calidad técnica percibida, valor percibido, confianza y expectativas.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Los usuarios en el área de admisión de la clínica San Juan de Dios, Cusco registrados al mes de mayo fueron un total de 6 720 usuarios.

Muestra

Correspondió al subgrupo poblacional, que se obtuvo a partir de un cálculo muestral, a cuyos sujetos seleccionados se le aplicó el instrumento correspondiente al estudio, de modo que la muestra estuvo constituida por 364 usuarios.

La muestra consideró estos criterios:

Criterios de inclusión.

- Usuarios registrados entre los meses de enero a mayo del año 2021
- Usuarios que hicieron uso del servicio más de dos veces en la clínica San Juan de Dios
- Usuarios que voluntariamente aceptaron llenar la encuesta
- Usuarios de ambos géneros

Criterios de exclusión.

- Usuarios indispuestos por Covid – 19
- Usuarios menores de 18 o mayores a 70 años.
- Usuarios que presentaron alguna discapacidad que les impidió llenar el cuestionario

Unidad de análisis.

Fueron los usuarios que mediante el área de admisión optaron por tomar los servicios de la clínica.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Se tomó a la encuesta, para que esta sea aplicada en el grupo de sujetos que hacen parte de la muestra seleccionada, por medio de procesos estandarizados para cada interrogación con el propósito de obtener mediciones que sean cuantitativas.

Instrumentos

Se utilizó el cuestionario estructurado con preguntas cerradas.

Tabla 1.*Instrumentos del estudio*

Variable	Técnica	Instrumentos	Informantes
Calidad de servicio	encuesta	Cuestionario https://forms.gle/6eC4whhqeJvNCnHW7	Usuarios de la clínica San Juan de Dios
Satisfacción del usuario	encuesta	Cuestionario https://forms.gle/6eC4whhqeJvNCnHW7	Usuarios de la clínica San Juan de Dios

Validez del instrumento

A continuación, se detalla a los expertos encargados de validar los instrumentos utilizados en la investigación, por medio de ello se aprobó la aplicación del cuestionario en la unidad de análisis.

Tabla 2.*Juicio de expertos*

Nro	Grado	Apellidos y Nombres	Decisión
1	Dr.	Valdez Illanez, Francisco	Aplicable
2	Dra.	Cárdenas Rodríguez, Yacqueline	Aplicable
3	Dra.	Zavaleta Chávez, Miriam	Aplicable

Confiabilidad del instrumento

Calcular dicha confiabilidad para el instrumento, implica elaborar la encuesta con el propósito de conocer la Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario, donde se aplicó la encuesta a 20 usuarios.

La fiabilidad del instrumento, en este caso el cuestionario, fue determinado mediante el índice de Cronbach, el cual permitió demostrar si los datos obtenidos eran confiables. Para determinar el Alfa de Cronbach se consideran los siguientes factores:

- Si el resultado del coeficiente Alfa de Cronbach resulta igual o mayor a 0.8, se considera al instrumento como confiable y los datos a medir son consistentes.

Se usó el software SPSS para calcular el Alfa de Cronbach, donde se

analizaron 20 encuestas en la prueba piloto.

Como se percibe, este Alfa de Cronbach (Anexo 08) tiene un valor de 0.978, es decir que el instrumento aplicado es confiable para proseguir con el procesamiento de datos.

3.5. Procedimientos

La aplicación del instrumento se realizó en clínica San Juan de Dios, siendo la muestra de estudio los usuarios, sin embargo, se elaboró una previa solicitud a la institución para proceder formalmente a aplicar el instrumento y esta se comprometió a brindar la información requerida por la investigación, de este modo se especifica:

Procedimientos administrativos

Se envió una solicitud de autorización para obtener el permiso para realizar este trabajo de investigación, dirigida al director ejecutivo de la clínica San Juan de Dios, Cusco.

Se coordinó con el director de la clínica y el jefe del área de admisión para poner en conocimiento la realización de la investigación para luego elaborar un cronograma de trabajo, viendo la disponibilidad de los usuarios. Así mismo se logró la aceptación virtual del consentimiento informado por parte de los usuarios.

Procedimientos para la recolección de datos

Se procedió a enviar una solicitud de autorización para obtener el permiso para realizar este trabajo de investigación, dirigida:

1. Director ejecutivo de la clínica San Juan de Dios, Cusco.
2. Se solicitó la data disponible de todos los usuarios que hacen uso del servicio del área de admisión de la clínica para que de esa forma se determine el tamaño de la muestra del trabajo de investigación.

3. De igual modo se determinó la población de estudio, según datos proporcionados para así determinar la muestra según criterios de inclusión y exclusión.
4. Se informó al usuario mediante un correo sobre el motivo de estudio y todos los procedimientos que conlleva en caso de que acepte realizar el cuestionario.
5. En caso de su aceptación del consentimiento informado virtual se dio a conocer su participación voluntaria.

3.6. Método de análisis de datos

Método de procesamiento: Se realizó mediante el paquete estadístico del SPSS - 25, el cual permitió procesar la data obtenida en la encuesta y procesarlos en el sistema con la finalidad de obtener los resultados en tablas.

Análisis inferencial: Se realizó la contratación de hipótesis por medio de la correlación Rho de Spearman, el cual permitió afirmar o rechazar la hipótesis del estudio respecto a la relación de las variables. Para ello se realizó una prueba de normalidad la cual nos ayudó a determinar el tipo de prueba estadística, explicada a continuación.

Prueba de normalidad

Se debe de tomar en cuenta que:

Shapiro – Wilk: $n \leq 50$

Kolmogorov-Smirnov: $n > 50$

De este modo procedemos a plantear las hipótesis:

H₀: Los datos tienen una distribución normal

H₁: Los datos no tienen una distribución normal

Luego procedemos a plantear el criterio de decisión donde:

Si $p < 0,05$ rechazamos la H_0 y acepto la H_1

Si $p > 0,05$ aceptamos la H_0 y rechazamos la H_1

Ya que la muestra es mayor que 50 se procede a usar Kolmogorov-Smirnov, donde se observa (Anexo 09) una significancia de 0,000 y 0,000 que

son $p < 0,05$ de modo que procedemos a rechazar la H_0 y se acepta la H_1 “Los datos no tienen una distribución normal”, por ello se hará uso de la estadística no paramétrica donde se optó por utilizar el coeficiente de Rho Spearman como medio de prueba de hipótesis

3.7. Aspectos éticos

Conforme a las cuestiones éticas de la Universidad César Vallejo es velar porque las investigaciones desarrolladas presenten estándares científicos rígidos, siendo responsables y honestos para generar productos científicos, de esta manera se protegió los derechos de los investigadores promoviendo las buenas prácticas científicas.

IV. RESULTADOS

La Clínica San Juan de Dios ubicada en el Cusco, se constituye como una entidad privada sin propósitos de lucro, está regentada dentro de “la Orden Hospitalaria de San Juan de Dios”, y que posee una Partida Registral N° 11016655 en Registros Públicos.

Se trata de una organización dedicada a brindar servicios vinculados a la salud, y brindar diagnósticos, así como contar con capacidad resolutive para ofrecer los tratamientos quirúrgicos, rehabilitación o tratamiento; esta clínica posee reconocimiento en el Sur del País en cuestiones de rehabilitación multidisciplinaria. Brinda un servicio humanizado para lograr la excelencia respecto a sus servicios y el tipo de calidad ofrecida, beneficiando a la población del Cusco.

Esta clínica se constituye como el onceavo centros perteneciente a la red de hospitales y clínicas de la “Provincia Sudamericana Septentrional”, integrando a varios países, promovidos y dirigidos por los Hermanos de la Orden, los cuales cuentan con presencia reconocida globalmente, ello implica una red que está impulsada por criterios basados en la gestión eficiente e innovada, haciendo uso de la tecnología.

Misión

Representamos a una familia conformada por colaboradores y hermanos de la Orden de San Juan de Dios, y la cual se enfoca a brindar servicios a través de una atención profesional rehabilitación y medicina.

Visión

Ser una organización líder en la región, que posea acreditación de atención humanizada, y demuestre especialización en rehabilitación y medicina.

Responsabilidad social

Programas gratuitos

Atención a pacientes en necesidad

Nuestra clínica te brinda apoyo social de acuerdo a una pequeña entrevista en nuestra oficina de apoyo social, evaluaremos tu caso y te brindaremos apoyo inclusive con atenciones médicas, o algunas otras necesidades que la institución pueda cubrir.

Mensajeros de la salud

La Clínica posee este servicio de ayuda social para coordinar campañas médicas en diferentes sectores de nuestra región, esto en coordinación con diferentes instituciones, municipalidades y demás organismos que tengan el espíritu de ayuda a los más vulnerables, nuestra proyección es velar por la salud de los que más lo necesitan.

Mensajeros de la noche

La Clínica, tiene programado en distintas etapas esta campaña con el objetivo de ayudar a personas vulnerables en diferentes arterias de nuestra ciudad, esto con el propósito de ofrecerles alimentos, abrigo y apoyo de algún tipo, con un gran gesto de amor hacia el prójimo.

4.1. Relación de calidad de servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

Tabla 3.

Correlación dimensión fiabilidad y variable satisfacción del usuario

Correlaciones			Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,686**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	364	364
Satisfacción del usuario	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,686**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	364	364

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

Interpretación: A partir de la tabla anterior se observa una correlación directa y significativa siendo el p valor menor a 0,05, y un índice de correlación de Rho de Spearman de 0,686 que indica una correlación positiva moderada.

4.2. Relación de calidad de servicio en su dimensión sensibilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

Tabla 4.

Correlación dimensión sensibilidad y variable satisfacción del usuario

Correlaciones			Sensibilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Sensibilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,759**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	364	364
Satisfacción del usuario	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,759**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	364	364

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

Interpretación: A partir de la tabla anterior se observa una correlación directa y significativa siendo el p valor menor a 0,05, y un índice de correlación de Rho de Spearman de 0,759 que indica una correlación positiva alta.

4.3. Relación de calidad de servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021

Tabla 5.

Correlación dimensión seguridad y variable satisfacción del usuario

Correlaciones			Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,832**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	364	364
Satisfacción del usuario	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,832**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	364	364

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

Interpretación: A partir de la tabla anterior se observa una correlación directa y significativa siendo el p valor menor a 0,05, y un índice de correlación de Rho de Spearman de 0,832 que indica una correlación positiva alta.

4.4. Relación de calidad de servicio en su dimensión empatía con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

Tabla 6.
Correlación dimensión empatía y variable satisfacción del usuario

		Correlaciones		
			Empatía	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,813**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	364	364
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,813**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	364	364

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

Interpretación: A partir de la tabla anterior se observa una correlación directa y significativa siendo el p valor menor a 0,05, y un índice de correlación de Rho de Spearman de 0,813 que indica una correlación positiva alta.

4.5. Relación de calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

Tabla 7.

Correlación dimensión elementos tangibles y variable satisfacción del usuario

Correlaciones			Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Rho de	Elementos	Coeficiente de correlación	1,000	,828**
Spearman	tangibles	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	364	364
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,828**	1,000
	del usuario	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	364	364

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

Interpretación: A partir de la tabla anterior se observa una correlación directa y significativa siendo el p valor menor a 0,05, y un índice de correlación de Rho de Spearman de 0,828 que indica una correlación positiva alta.

4.6. Relación entre calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

Tabla 8.

Correlación variable calidad del servicio y variable satisfacción del usuario

Correlaciones			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de	Calidad de	Coeficiente de correlación	1,000	,829**
Spearman	servicio	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	364	364
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,829**	1,000
	del usuario	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	364	364

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

Interpretación: A partir de la tabla anterior se observa una correlación directa y significativa siendo el p valor menor a 0,05, y un índice de correlación de Rho de Spearman de 0,829 que indica una correlación positiva alta.

4.7. Contrastación de hipótesis

En la investigación se presentó la hipótesis científica donde “La calidad del servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021”, a partir de ello se plantea las siguientes hipótesis estadísticas.

H₀: La calidad del servicio no se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

H₁: La calidad del servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021

Por ende, se descarta la hipótesis H₀ y se confirma la Hipótesis H₁.

V. DISCUSIÓN

Se planteó como objetivo general determinar la relación entre calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Según Gonzales (2015) la calidad en los servicios implica de la adopción de procesos, donde se logre apreciar a los usuarios; ofreciendo un servicio tal cual lo esperaban los clientes, haciendo caso a sus necesidades y de ser el caso superar sus expectativas lo que brindará un valor agregado al tipo de servicio que fue brindado; ello beneficiará la rentabilidad de la entidad; logrando la satisfacción de sus clientes. En la investigación se encontró que existe relación directa significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, ello se debe a que los factores evaluados para determinar la calidad resultan deficientes demostrando una calidad regular del servicio lo que conlleva a que los usuarios o pacientes que hacen uso de los servicios de esta clínica no se sientan satisfechos en su totalidad pues se obtuvo una satisfacción regular por el servicio recibido, es por ello que se demuestra la relación directa de ambas variables. En el estudio realizado por Cuba (2018) y Ramos et al. (2020), se encontraron resultados similares al relacionar calidad del servicio con satisfacción por parte del usuario, determinaron un vínculo significativo y positivo haciendo uso del coeficiente de Spearman, ello se debió en gran parte que la empresa posee una deficiente calidad de servicio sobre todo por la deficiente infraestructura y la poca capacidad del hospital para su gran demanda, teniendo totalmente insatisfechos a aquellos que acuden a este hospital. Estas relaciones se dan en gran parte de los estudios, pues ambas variables se encuentran estrechamente relacionadas, la calidad percibida y las perspectivas de satisfacción se constituyen como factores elementales para atender los deseos de la demanda, siendo estas relaciones un factor clave para lograr el éxito de todo tipo de entidad, pues permite realizar una evaluación estratégica para tomar una serie de decisiones.

Se planteó como primer objetivo específico identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Según Zeithaml et al. (2009), la fiabilidad acorde con el modelo SERVQUAL, viene a ser aquellas

habilidades al momento de brindar un servicio de forma cuidadosa, es la habilidad de ofrecer un servicio de forma segura, tal y como fue prometida, de modo que resulta ser confiable, demostrando que hacen las cosas bien durante todo el proceso que implica el servicio y en el momento oportuno, incrementando los niveles de satisfacción en usuarios. En el estudio se encontró que existe una relación directa entre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, ello se da al incumplimiento de horarios o citas programadas, además no hay un interés de solucionar inmediatamente problemas o quejas hechas por los usuarios, demostrando de esta manera una falta de compromiso por parte de la entidad con sus clientes, ello conlleva a que dicho usuarios se sientan inconformes con el servicio ofrecido. En el estudio realizado por Requejo (2018), se encontraron resultados similares donde se confirma que las dimensiones estudiadas para evaluar la calidad del servicio se relacionaron significativamente con la satisfacción, ello quedó demostrado por medio de la correlación de Spearman en su dimensión fiabilidad donde la empresa requiere de mejorar los servicios de atención y cumplimiento de plazos pues los clientes se sienten insatisfechos respecto a ello. Del mismo modo Revollo y Burgos (2018), obtuvieron resultados similares, el cual realizó un análisis por medio de Rho de Spearman evidenciando una relación positiva y directa entre la fiabilidad y la satisfacción por parte del usuario, en la cual se observa que la dimensión fiabilidad se desempeña bien desde el primer día del servicio ofrecido, sin que los usuarios hayan detectado algún error en ello. Al comprobar la relación directa de la fiabilidad en la satisfacción en las investigaciones es claro que el nivel de compromiso que demuestran los colaboradores al realizar sus funciones, así como la continua disposición de resolver quejas, mejora su desempeño, demostrando un servicio que incide significativamente en la percepción de sus clientes a favor de la empresa, pues la consideran confiable, ello implica que dichos usuarios se conviertan en clientes frecuentes garantizando la fidelidad del cliente por sentirse satisfecho con lo recibido.

Se planteó como segundo objetivo específico identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión sensibilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Según

Ñahuarima (2018) es la voluntad y predisposición de ofrecer ayuda a los clientes y proporcionar facilidades, en esta dimensión se pone en relevancia a la atención y rapidez al responder todo tipo de solicitud, preguntas, problemas o quejas del cliente, incrementando la satisfacción de usuarios. En el estudio se encontró que existe relación significativa directa entre la calidad del servicio en su dimensión sensibilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, pues la clínica muestra una sensibilidad regular a su público por la falta de espacios para atender íntegramente casos de emergencia, de modo que no logra brindar un servicio oportuno, además de la poca disposición de brindar apoyo o información por parte de los colaboradores debido a la escasez de personal, ello demuestra a los usuarios la poca eficacia al brindar los servicios, incidiendo de manera negativa en la satisfacción del cliente por la manera en que fueron brindados los servicios. En los estudios realizados por Febres y Mercado (2020) y Revollo y Burgos (2018) se obtuvieron resultados similares la cual por medio de Rho de Spearman indicó una relación positiva y directa de la sensibilidad con la satisfacción, pues se observa que si la sensibilidad llegase a mejorar, a su vez mejorará la satisfacción por parte del cliente. Estas similitudes se deben en gran parte a que los usuarios esperan siempre una disposición de ser atendido de manera rápida, pues la falta de apoyo y orientación, sobre todo al sentirse vulnerables por su enfermedad disminuye en gran medida los niveles de satisfacción.

Se planteó como tercer objetivo específico identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Según Duque (2018), es aquel sentimiento por parte del usuario al poner sus problemas a responsabilidad de una entidad, de modo que confía en que dichos problemas se resolverán lo más pronto posible. Esta seguridad otorga credibilidad e integridad, obteniendo un cliente satisfecho. En la investigación se encontró que existe relación significativa directa entre la calidad del servicio en su dimensión seguridad y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, pues dentro de la institución se observa la falta de capacitación o actualización constante por parte de los trabajadores respecto a mejorar los niveles de calidad, así como manejar información más extensa y detallada, haciendo que sus clientes no se sientan del

todo seguros de estar recibiendo un servicio adecuado. En el estudio realizado por Revollo y Burgos (2018) se presentan resultados similares donde por medio del coeficiente Rho Spearman se evidencia una positiva y directa relación entre la seguridad y la satisfacción, de modo que ambos están altamente relacionados, la dimensión seguridad estuvo estrechamente relacionada con la satisfacción de los clientes siendo una de las dimensiones con más relevancia, pues se observa a los colaboradores corteses constantemente y poseen conocimiento para poder responder las preguntas que se les realizaron de este modo se observa que esta dimensión presenta procesos establecidos resultando un factor favorable para satisfacer al cliente. Estas similitudes en los resultados de la seguridad a favor de la satisfacción del cliente se deben en su mayoría a que dichos clientes esperan un servicio caracterizado por ser confiable y cuentan con credibilidad al demostrar el manejo de los temas en los que urge de ayuda, para ello es fundamental que la empresa esté bien especializada empezando por mejorar los conocimientos de sus colaboradores de modo que obtengan la habilidad de inspirar dicha confianza a quienes atienden.

Se planteó como cuarto objetivo específico identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión empatía con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Según Alves (2017) la empatía es la atención personalizada al momento de ofrecer el servicio, es la capacidad de otorgar atención cuidadosa e individual a los clientes. Para ello es necesario un servicio adaptado a las preferencias de los usuarios, incrementando la satisfacción del usuario. En la investigación se encontró que existe relación significativa entre la calidad del servicio en su dimensión empatía y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, ello se da en gran medida a que los usuarios de la clínica esperan un trato individualizado, sin embargo, la clínica no brinda servicios adaptados al gusto del cliente, sino son ofrecidos de forma general. En el estudio realizado por Revollo y Burgos (2018) se obtienen resultados similares donde por medio de Spearman, se indica una relación positiva y directa de la empatía con la satisfacción, donde ambas se encuentran estrechamente vinculadas, pues los trabajadores suelen entender lo que el usuario necesita, ello implica que la entidad se preocupa continuamente por agregar una serie de mejoras dentro de la organización. Estas relaciones se

semejante donde en su mayoría demuestran vínculos estrechos pues ser empático por parte de los colaboradores es una capacidad que se demuestra al momento de interactuar con quienes se les está ofreciendo el servicio, desarrollar relaciones, hacerlos sentir que son escuchados y respetados para otorgarles una experiencia positiva incrementando de esta forma los niveles de satisfacción del usuario.

Se planteó como quinto objetivo específico identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Según Duque (2018) implica en qué estado o apariencia están las instalaciones de la entidad, es uno de los factores claves para establecer qué tipo de calidad es transmitida a sus usuarios, pues su imagen en su infraestructura o producto/servicio, incide en gran medida en la percepción del cliente y en sus niveles de satisfacción. En el estudio se encontró que existe relación significativa directa entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, ello se da por que la apariencia de las instalaciones con las que cuenta la clínica y los equipos que maneja, a pesar de no mostrar mal aspecto, cuenta con máquinas que ya deberían ser renovadas, sin embargo, el lugar en su mayoría se encuentra limpio, cuenta con zonas de espera para sus usuarios, y los colaboradores están bien uniformados, de modo que es en este aspecto que la satisfacción por parte es buena. En el estudio realizado Revollo y Burgos (2018) se obtuvieron resultados similares donde la relación entre elementos tangibles y satisfacción del cliente posee un Rho Spearman positivo indicando una relación directa, ello es debido a que es el factor más destacado, pues la empresa mantiene a sus colaboradores uniformados correctamente, los equipos son atractivos visualmente y con transportes modernos, es así que si los elementos tangibles llegasen a mejorar, la satisfacción por parte del usuario, también aumentará. Estos resultados se asemejan porque la relación directa de este aspecto se da en el sentido que los usuarios siempre esperan ser atendidos en un espacio cómodo o nuevo, pues ello es un componente que atrae en gran medida a usuarios al momento de elegir qué servicios tomar, además de ello la apariencia del lugar suele ser uno de los factores que los pacientes toman más en cuenta al recomendar a nuevos clientes, ello en definitiva incrementa su nivel de satisfacción respecto al lugar.

VI. CONCLUSIONES

1. La calidad del servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Ello se determinó por medio de Rho de Spearman el cual mostró un coeficiente de 0,829 y una significancia $< 0,05$ evidenciando una correlación positiva alta. Es por ello que es necesario que la Clínica realice mejoras y actividades que incrementen su calidad de servicio, de este modo logrará aumentar la satisfacción de quienes se atiende, ello beneficiará de manera significativa en la rentabilidad de la institución y ayudará a cumplir óptimamente sus fines sociales.

2. La calidad del servicio en su dimensión fiabilidad se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Ello se determinó por medio de Rho de Spearman el cual mostró un coeficiente de 0,686 y una significancia $< 0,05$ evidenciando una correlación positiva moderada. Es por ello que es necesario que la Clínica mejore el servicio de atención, así como cumplir sus programaciones de este modo se logrará que los usuarios vean a la institución de manera confiable aumentando de esta forma su satisfacción.

3. La calidad del servicio en su dimensión sensibilidad se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Ello se determinó por medio de Rho de Spearman el cual mostró un coeficiente de 0,759 y una significancia de $0,000 < 0,05$ evidenciando una correlación positiva alta. Es por ello que es necesario que los colaboradores de la clínica manejen información clara y oportuna, al mismo tiempo que tengan una disposición continua de apoyo y orientación, evitando de esta manera mostrar improvisaciones que hagan sentir incómodos a los usuarios y se garantice su retorno.

4. La calidad del servicio en su dimensión seguridad se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Ello se determinó por medio de Rho de Spearman, el cual mostró un coeficiente de 0,832 y una significancia $< 0,05$ evidenciando una correlación positiva alta. De esta manera es sumamente importante capacitar continuamente a los colaboradores para que manejen los

conocimientos adecuados para que los usuarios se sientan en la confianza de retornar y recibir los servicios que ofrece la clínica.

5. La calidad del servicio en su dimensión empatía se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Ello se determinó por medio de Rho de Spearman el cual mostró un coeficiente de 0,813 y una significancia $< 0,05$ evidenciando una correlación positiva alta. A partir de ello es necesario que la clínica entienda las necesidades específicas que los usuarios requieren, ello implica que la institución se preocupe en integrar una serie de mejoras dentro de la organización con servicios individualizados, reforzando los lazos de los colaboradores y los pacientes.

6. La calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles se relacionan directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. Ello se determinó por medio de Rho de Spearman, el cual mostró un coeficiente de 0,828 y una significancia $< 0,05$ evidenciando una correlación positiva alta. Por ello, es necesario que la Clínica renueve inmediatamente el estado de sus máquinas e innove sus instalaciones, mejorando en gran medida el aspecto de la misma, ya que le permite incrementar su nivel de satisfacción respecto al lugar.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la directiva de la clínica tomen en cuenta la opinión de los usuarios por medio de encuestas periódicas, que ayuden a evaluar su satisfacción respecto al servicio ofrecido, de este modo la empresa implementará acciones correctivas de forma estratégica, enfocando sus servicios netamente a lo que el usuario requiera, ello permitirá que la institución sea mayormente demandada y preferida frente a las demás instituciones, beneficiándola económicamente, además de continuar desarrollando sus funciones para sus propósitos sociales.

Para garantizar la fiabilidad, se recomienda al coordinador del área de admisión en conjunto con los coordinadores de las distintas áreas, lleven un registro y gestión de los plazos programados de modo que se brinde información exacta de cuando pueden ser atendidos, evitando esperas o demoras a los clientes, este seguimiento puede darse por medio de correos electrónicos anticipados de modo que se pueda gestionar algún cambio de ser el caso, del mismo modo se recomienda analizar y eliminar las causas que incidieron en los incumplimientos acontecidos para aplicar medidas correctivas inmediatas.

Se recomienda a los colaboradores de la clínica tener disponibilidad continua de apoyo e información clara en las distintas áreas de la entidad, de modo que al brindarlos estos se hagan de forma eficaz. Además, se recomienda sensibilizar a los colaboradores de la clínica al atender a los pacientes, pues generalmente son personas que tienden a sentirse vulnerables por su enfermedad y esperan el mejor servicio posible.

Se recomienda a los directivos de la clínica programar capacitaciones de especialidad para cada área, así como capacitaciones de manejo de clientes de modo que se encuentre constantemente preparados y demuestren confianza al atender a cualquier cliente.

Se recomienda al coordinador de área, que los colaboradores a su cargo tengan disposición constante de atención a los usuarios, mostrarse tranquilos y cordiales y practicar continuamente la escucha activa, ello demostrará el compromiso y sentido de responsabilidad de los trabajadores, por ende, el usuario sentirá que está siendo bien atendido, reforzando los lazos con la institución.

Se recomienda que la directiva de la clínica realice la programación de un presupuesto enfocado en el mejoramiento de la infraestructura del servicio, así como la renovación y obtención de equipos actualizados y herramientas de trabajo nuevas en la entidad, ello para mejorar el aspecto de la clínica y mejorar la calidad de los servicios especializados que hacen uso de dichas maquinarias, constituyéndose como una entidad bien equipada y preparada para brindar servicios de salud.

REFERENCIAS

- Acosta, A., & Chirkova, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: Una aproximación mediante el análisis de factores. *Ingeniería industrial*, 43-47. [Artículo de investigación]. *Universidad de Carabobo*.
<https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/344/410>
- Alves, J. (2017). Liderazgo y clima organizacional. 123-133. [Artículo de investigación] *Universitat de les Illes Balears*.
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2147/1/Liderazgo%20y%20clima%20organizacional.pdf>
- Aranda, J., Martel, N., & Carranza, C. M. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados. [Artículo de Revista]. *Revista científica de Ciencias Sociales y Humanidades*. 147-155.
https://www.researchgate.net/publication/347316176_Calidad_del_servicio_y_satisfaccion_del_cliente_de_los_bancos_privados
- Avalos, A., Barrera, G., Lopez, N., Arce, S., Malena, S., García, A., & Martínez, V. (2018). Calidad en el servicio: el cliente incógnito. [Artículo de Revista] *Innovaar*, 1-112. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415>
- Barbosa, H., & Lourense, A. (2019). Calidad y satisfacción en gimnasios y health clubs. [Artículo de Revista] *Dialnet*, 115-121.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6834109>
- Basantes, R. (2017) Modelo ServQual Académico como factor de desarrollo de la calidad de los servicios educativos y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Chimborazo Riobamba – Ecuador. [Tesis para optar al grado académico de doctor Universidad Nacional Mayor de San Marcos]
<https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/archivos/TESIS2018/DOCTORADO/tesis20.pdf>
- Bernal et al. (2017) Evaluación de la calidad del servicio en la administración pública en México: Estudio multicaso en el sector salud [Artículo de Revista] *Revista Estado, Gobierno, Gestión Pública*, 25 – 49
<https://revistaeggp.uchile.cl/index.php/REGP/article/view/36814>
- Bollet, F., Oyola, S. & Ferrari F. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la dirección regional de comercio exterior y turismo, Pucallpa, 2018 [Artículo de Revista] *Revista de Investigación Científica*, 75-81
<https://revistas.upp.edu.pe/index.php/RICCVVA/article/view/125/114>
- Botero, M. (2006). Calidad en el servicio: el cliente incógnito. [Artículo de Revista] *Suma Psicológica Bogotá*, 217-228.
<https://www.redalyc.org/pdf/1342/134216870007.pdf>

- Cárdenas, M. (2017). Relación de factores en la satisfacción laboral de los trabajadores de una pequeña empresa de la industria Metal-Mecánica. [Artículo de Revista] RIAF, 115-129.
- Cutipa, B. (2018). *Estudio comparativo de la calidad de atención y grado de satisfacción del usuario con diabetes mellitus tipo 2 de los servicios de endocrinología de los Hospitales Antonio Lorena y Hospital Regional del Cusco*. [Para optar al título académico de Maestra en Gestión De Los Servicios de la Salud Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/34411>
- Dodds, W., Monroe, K., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers product evaluations. [Artículo de Revista] *Journal of Marketing Research*, 85-90. <https://www.jstor.org/stable/3172866>
- Duque, E. (2018). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. [Artículo de Revista] *Innovaar*, 64-80.
<https://www.jstor.org/stable/3172866>
- Esteban, I. G. (2005). Marketing de los servicios. [Artículo de Revista] ESIC. *JOUR*
https://www.researchgate.net/publication/31691934_Marketing_de_los_servicios_I_Grande_Esteban
- Febres-Ramos, R., & Mercado-Rey, M. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú. [Artículo de Revista] *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 297-403.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2308-05312020000300397&script=sci_arttext
- Gallegos, D. J., & Gangotena, V. (2019). Percepción entre la calidad de servicio en línea y la satisfacción en la experiencia de usuarios corporativos de sitios web de viajes en la ciudad de Quito. [Artículo de Revista] *Dialnet*, 47-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7313491>
- Gonzales, Y. (2015). *Naturaleza de la administración y la asociación con la lealtad del consumidor de STARBUCKS COFFEE de la región de Santa Anita, Lima, 2015*. [Para optar al título profesional de Administrador]. Universidad Peruana Unión.
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/206/Yeny_Tesis_ba_chiller_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzalez, H. (2017). Calidad de atención. [Artículo de Revista] *Atlantid Internacional Universit*, 35. <https://www.aiu.edu/spanish/calidad-de-la-atencion.html>
- González, I. B., Melo, N. P., Verástegui, J. L., & García, G. M. (2017). Evaluación

de la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el contexto sanitario en México. [Artículo de Revista] *Investigación científica y tecnológica*, 26-47.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012046452017000100036&script=sci_abstract&tlng=es

Karen Ramos Miranda, L. P., & Aria, R. R. (2020). Calidad de servicio y satisfacción de pacientes sometidos a tratamientos estéticos faciales mínimamente invasivos de una clínica privada. Lima-Perú. 2019. [Artículo de Revista]. *Revista Horizonte Médico*, 1-7.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1727-558X2020000300007&script=sci_abstract

Jaramillo, C., Fabara, G., & Falcón, R. (2020). Evaluación Calidad de Atención y Satisfacción del Usuario en Consulta Externa (Hospital General Docente Ambato). [Artículo de Revista] *Dialnet*, 4-23.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897651>

Jarrín Gallegos, D., & Gangotena, V. (2019). Percepción entre la calidad de servicio en línea y la satisfacción en la experiencia de usuarios corporativos de sitios web de viajes en la ciudad de Quito. [Artículo de Revista] *Kalpana- Revista De Investigación*, 47-60.

<http://revistas.udetonline.com/index.php/kalpana/article/view/54>

Kotler, P., & Keller, L. (2006). Dirección de marketing. México. [Libro] Editorial *Pearson educación*.

https://www.academia.edu/42750516/Direcci%C3%B3n_de_Marketing_Duo_d%C3%A9cima_edici%C3%B3n

Monroy, M., & Urcadiz, F. (2018). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. [Artículo de Revista] *SciELO*.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006

Oliver, R., & Swan, J. (1989). Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: a field survey approach. [Artículo de Revista] *Journal of Marketing*, pp. 21-35. <https://www.jstor.org/stable/1251411>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications. [Artículo de Revista] *Future Research* 41-50.

https://www.researchgate.net/publication/225083670_A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_its_Implication_for_Future_Research_SERVQUAL

Pascual, M. (2004). Hábitos de compra y calidad de servicio (una aplicación en establecimientos de alimentación mediante diseño de encuesta). España, [Tesis Doctoral] Universidad de Valencia.

<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/15446/pascual.pdf?sequence=>

1&isAllowed=y

- Pizzo, M. (2017). Construyendo una definición de calidad en el servicio. [Artículo de Revista] <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Ramos, K., Gavilano L., Aria, R. (2020). Calidad de servicio y satisfacción de pacientes sometidos a tratamientos estéticos faciales mínimamente invasivos de una clínica privada. Lima-Perú. 2019. [Artículo de Revista] *Revista Horizonte Médico* 1-7. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1727-558X2020000300007&script=sci_abstract
- Ramírez, F, Cuellar, S. & Fernández, F. (2018). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Pucallpa, 2018. [Artículo de Revista] *Cultura Viva Amazónica*, 75-81. <https://revistas.upp.edu.pe/index.php/RICCVVA/article/view/125>
- Requejo, C. (2018). *Satisfacción del cliente externo en la escuela académico profesional de Turismo y Negocios. Revista de Investigación y Cultura*, 1-12. [Tesis para optar el título de maestro en gestión]. Universidad César Vallejo. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5217/521758012009/html/index.html>
- Revolledo, T., Burgos, S. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Apecorp S.A., 2018. [Tesis para optar el título de maestro en gestión pública] *Universidad Peruana Unión*. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1809/Thalia_Tesis_licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rothschild, M., & Gaidis, W. (1981). Behavioral learning theory: its relevance to marketing and promotions. [Artículo de Revista] *Journal of Marketing* , pp. 70-78. <https://www.jstor.org/stable/1251666>
- Schmalbach, C. V., & Ibargüen, V. Q. (2018). Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia. [Artículo de Revista] *Dialnet*, 203-219. <https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/2519>
- Seclén, J., & Darras, C. (2017). Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados. [Artículo de Revista] *Anales de la Facultad de Medicina*, 127-141. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1025-55832005000200007&script=sci_abstract
- Torres, H. (2017). *Naturaleza de la administración y lealtad del consumidor en el banco mundial del Perú, 500 tiendas Huancayo, 2016 - 2017*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración]. Universidad Continental.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/3587/5/INV_FCE_CAN_TE_Miranda_Torres_2017.pdf

Vergara, J., Quesada M., & Maza J. (2019). Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia, Colombia. [Artículo de Revista] *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa*, 203 – 219.
<https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/2519>

Zeithaml, V., Bitner, J., & Gremler. (2009). Marketing de servicios. México [Libro] *McGraw Hill*.
http://mkt.zegelpae.edu.pe/marketing_de_servicios_zeithaml.pdf

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis Científica	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general: ¿Cuál es la relación de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.</p> <p>Objetivos específicos: OE1: Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. OE2: Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión sensibilidad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021. OE3: Identificar la relación de calidad de</p>	<p>Hipótesis científica: La calidad del servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.</p>	<p>Variable Independiente: Calidad del servicio</p> <p>Variable dependiente: Satisfacción del usuario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad • Sensibilidad • Seguridad • Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de compromiso - Solución de problemas y quejas - Desempeño del servicio - Información de servicio - Servicio oportuno - Disposición de apoyo - Nivel de confianza - Seguridad del servicio - Amabilidad de atención - Capacidad de respuesta - Atención individualizada - Preocupación por los intereses del cliente - Atención de necesidades - Horarios convenientes de atención - Equipos eficientes 	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Correlacional</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental</p> <p>Población: La población estuvo conformada por 6720 pacientes de la clínica San Juan de Dios</p> <p>Tipo de Muestreo: La muestra fue de tipo probabilística</p> <p>Tamaño de Muestra: La muestra estuvo constituida por 364 pacientes de la clínica San Juan de Dios</p>

servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.
 OE4: Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión empatía con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.
 OE5: Identificar la relación de calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción del usuario en el Área de Admisión de la Clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.

- Elementos tangibles
 - Instalaciones atractivas.
 - Personal uniformado

- Calidad funcional percibida
 - Solución de quejas
 - Servicio esperado
 - Seguridad en el servicio
 - Servicio satisfactorio

- Calidad técnica percibida
 - Mejoras en el servicio
 - Servicios de atención virtual
 - Expectativas satisfechas

- Valor percibido
 - Confianza en el servicio
 - Precios accesibles
 - Problemas e inconvenientes
 - Fidelidad del cliente

- Confianza
 - Recomendación del servicio
 - Servicio innovador
 - Preocupación por las necesidades del cliente

- Expectativas
 - Adaptación del servicio a las necesidades
 - Información clara
 - Conocimiento sobre el servicio

Técnicas:
Encuesta

Instrumentos:
Cuestionario

Anexo 02. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	“La calidad que un consumidor percibe en un servicio está en función de la magnitud y dirección de la brecha entre el servicio esperado y el servicio percibido.” (Parasuraman et al., 1985, p. 46)	El modelo Servqual, propuesto por Zeithaml et al. (2009) posee cinco dimensiones: Fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles.	Fiabilidad	- Nivel de compromiso - Solución de problemas y quejas - Desempeño del servicio	Ordinal
			Sensibilidad	- Información de servicio - Servicio oportuno - Disposición de apoyo	
			Seguridad	- Nivel de confianza - Seguridad del servicio - Amabilidad de atención - Capacidad de respuesta	
			Empatía	- Atención individualizada - Preocupación por los intereses del cliente - Atención de necesidades - Horarios convenientes de atención	
			Elementos tangibles	- Equipos modernos - Instalaciones atractivas - Personal uniformado	

Satisfacción del usuario	“Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados), con las expectativas de beneficios previos.” (Kotler & Keller, 2006 , p. 144).	Mejías y Manrique (2011), quienes indican que la satisfacción del usuario tiene cinco dimensiones: Calidad funcional percibida, calidad técnica percibida, valor percibido, confianza y expectativas.	Calidad funcional percibida	<ul style="list-style-type: none"> - Solución de quejas - Servicio esperado - Seguridad en el servicio - Servicio satisfactorio
			Calidad técnica percibida	<ul style="list-style-type: none"> - Mejoras en el servicio - Servicios de atención virtual - Expectativas satisfechas
			Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza en el servicio - Precios accesibles - Problemas e inconvenientes - Fidelidad del cliente
			Confianza	<ul style="list-style-type: none"> - Recomendación del servicio - Servicio innovador - Preocupación por las necesidades del cliente
			Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación del servicio a las necesidades - Información clara - Conocimiento sobre el servicio

Anexo 03. Instrumento de medición de variables

CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIO

Adaptado del modelo SERVQUAL diseñado por Parasuraman et al. (1985)

Instrucciones: A continuación, se ofrece una serie de preguntas con la finalidad de desarrollar una investigación académica, por lo que le solicitamos responder con toda sinceridad, Debe marcar cada ítem que se presenta con un ASPA (X), además solicitamos responder todas las preguntas ya que no existen respuestas correctas o incorrectas, siendo la información confidencial.

La escala tiene 5 Criterios que se detallan a continuación

Criterios	Puntaje
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

No	Ítems	Respuesta				
		1	2	3	4	5
1.	La atención en el área de admisión cumple con el tiempo indicado					
2.	Al presentarse un problema con el servicio, el área de admisión muestra interés en resolverlo					
3.	El área de admisión desempeña bien su servicio					
4.	El área de admisión brinda un servicio cero defectos y/o errores					
5.	El área de admisión le informa sobre la ejecución de los servicios					
6	Los colaboradores del área de admisión prestan un servicio rápido					
7	Los colaboradores del área de admisión muestran disposición para ayudar					
8	El comportamiento de los funcionarios, infunde confianza					
9	Usted se siente seguro de los servicios que presta el área de admisión					
10	Los colaboradores del área de admisión, son corteses de manera constante con Ud.					
11	Los colaboradores del área de admisión, tienen conocimiento para responder a sus preguntas de forma precisa.					
12	Considera que el área de admisión le brinda atención individualizada					
13	El área de admisión se preocupa por mejorar la atención					
14	Los colaboradores del área de admisión entienden las necesidades específicas de lo que requiere					

15	El área de admisión tiene horarios de atención convenientes con sus requerimientos solicitados					
16	Los equipos asociados con el servicio, son eficientes					
17	Las instalaciones del área de admisión son modernas.					
18	Los colaboradores del área de admisión están correctamente uniformados					

CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Adaptado de Mejías y Manrique (2011)

Instrucciones: A continuación, se ofrece una serie de preguntas con la finalidad de desarrollar una investigación académica, por lo que le solicitamos responder con toda sinceridad, Debe marcar cada ítem que se presenta con un ASPA (X), además solicitamos responder todas las preguntas ya que no existen respuestas correctas o incorrectas, siendo la información confidencial.

La escala tiene 5 Criterios que se detallan a continuación

Criterios	Puntaje
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

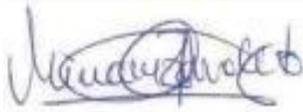
No	Ítems	Respuesta				
		1	2	3	4	5
1.	El personal del área de admisión ha solucionado satisfactoriamente sus consultas					
2.	El personal del área de admisión ha solucionado satisfactoriamente sus quejas					
3.	Me siento seguro del servicio que brinda el área de admisión					
4.	El área de admisión presta un servicio satisfactorio en comparación a otras áreas de la clínica					
5	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por el área de admisión					
6	La calidad de los servicios automatizados es bueno (teléfono, redes sociales, email, etc.)					
7	Sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados por el área de admisión					
8	Usted tiene confianza en el área de admisión					

09	La calidad de los servicios prestados en el área de admisión es buenos, dados sus precios					
10	Los servicios prestados por el área de admisión no presentan problemas o inconvenientes.					
11	Si otra clínica me ofrece los mismos servicios, prefiero permanecer en la clínica San Juan de Dios					
12	Los problemas o reclamos presentados son resueltos de manera eficaz y oportuna					
13	Usted recomendaría el servicio del área de admisión de la clínica San Juan de Dios a sus familiares y círculo social					
14	Los servicios prestados por el área de admisión están cerca de los ideales					
15	El área de admisión se preocupa por las necesidades de sus clientes					
16	El servicio que se ofrece en el área de admisión se adapta a sus necesidades como usuario					
17	El personal del área de admisión es claro en las explicación o información					
18	El personal del área de admisión posee los conocimientos acerca de los servicios prestados					

Elementos tangibles	Empatía	manera constante con Ud.																						
		Capacidad de respuesta	Los colaboradores del área de admisión, tienen conocimiento para responder a sus preguntas de forma precisa.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
	Empatía	Atención individualizada	Considera que el área de admisión le brinda atención individualizada		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
		Preocupación por los intereses del cliente	El área de admisión se preocupa por mejorar la atención		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
		Atención de necesidades	Los colaboradores del área de admisión entienden las necesidades específicas de lo que requiere		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
		Horarios convenientes de atención	El área de admisión tiene horarios de atención convenientes con sus requerimientos solicitados		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
	Elementos tangibles	Empatía	Equipos eficientes	Los equipos asociados con el servicio, son eficientes		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X
			Instalaciones atractivas	Las instalaciones del área de admisión son modernas.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X
			Personal uniformado	Los colaboradores del área de admisión están correctamente uniformados		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X

Legenda: M: Malo B: Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	X	Procede su aplicación.
		Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
		No procede su aplicación.

Trujillo 10 /06 /2021	18115609		949621063
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

	Servicios de atención virtual	La calidad de los servicios automatizados es buena (teléfono, redes		X		X		X		X		X		X		X		X		X
--	-------------------------------	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---

Expectativas	Preocupación por las necesidades del cliente	El área de admisión se preocupa por las necesidades de sus clientes	Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre			X		X		X		X		X		X		X		X		X
	Adaptación del servicio a las necesidades	El servicio que se ofrece en el área de admisión se adapta a sus necesidades como usuario				X		X		X		X		X		X		X		X		X
	Información clara	El personal del área de admisión es claro en las explicación o información				X		X		X		X		X		X		X		X		X
	Conocimiento sobre el servicio	El personal del área de admisión posee los conocimientos acerca de los servicios prestados				X		X		X		X		X		X		X		X		X

Leyenda:

M: Malo

B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 10 /06 /2021	18115609		949621063
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

	Instalaciones atractivas	Las instalaciones del área de admisión son modernas.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
	Personal uniformado	Los colaboradores del área de admisión están correctamente uniformados			X		X		X		X		X		X		X		X		X

Leyenda:

M: Malo B: Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

x	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

Trujillo 19 / 06 /2021	18169440		976361478
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Dra. Cárdenas Rodríguez Karina Yacqueline	Docente	Instrumento para medir satisfacción del usuario.	Adaptado de Mejías y Manrique (2011)
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de admisión de la clínica San Juan de Dios, Cusco al 2021.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Variable	Dimensión	Indicadores	ITEMS	Opciones de respuesta	Claridad		Objetividad		Actualidad		Organización		Suficiencia		Intencionalidad		Consistencia		Coherencia		Metodología	
					M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B		
Satisfacción del usuario	Calidad funcional percibida	Solución de quejas	El personal del área de admisión h a solucionado satisfactoriamente sus consultas	Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre		X		X		X		X		X		X			X			X
		Servicio esperado	El personal del área de admisión h a solucionado satisfactoriamente sus quejas			X		X		X		X		X		X			X			X
		Seguridad en el servicio	Me siento seguro del servicio que brinda el área de admisión			X		X		X		X		X		X			X			X
		Servicio satisfactorio	El área de admisión presta un servicio satisfactorio e n comparación a otras áreas de la clínica			X		X		X		X		X		X		X			X	
	Calidad técnica	Mejoras en el servicio	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por el área de admisión	Nunca, Casi nunca		X		X		X		X		X		X			X			X

Expectativas	Preocupación por las necesidades del cliente	El área de admisión se preocupa por las necesidades de sus clientes	Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre	X		X		X		X		X		X		X		X		X		
	Adaptación del servicio a las necesidades	El servicio que se ofrece en el área de admisión se adapta a sus necesidades como usuario		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X
	Información clara	El personal del área de admisión es claro en las explicación o información		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X
	Conocimiento sobre el servicio	El personal del área de admisión posee los conocimientos acerca de los servicios prestados		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X

Leyenda:

M: Malo B: Bueno

x	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 19 / 06 /2021	18169440		976361478
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

Empatía	Capacidad de respuesta	Los colaboradores del área de admisión, tienen conocimiento para responder a sus preguntas de forma precisa.		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Atención individualizada	Considera que el área de admisión le brinda atención individualizada	Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Preocupación por los intereses del cliente	El área de admisión se preocupa por mejorar la atención		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Atención de necesidades	Los colaboradores del área de admisión entienden las necesidades específicas de lo que requiere		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Horarios convenientes de atención	El área de admisión tiene horarios de atención convenientes con sus requerimientos solicitados		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Equipos eficientes	Los equipos asociados con el servicio, son eficientes		Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
	Instalaciones atractivas	Las instalaciones del área de admisión son modernas.	✓			✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Personal uniformado	Los colaboradores del área de admisión están correctamente uniformados	✓			✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓

Leyenda:

M: Malo

B: Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

✓	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

Cusco 21 Jun 2021	23840167		c. 958225160
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

Expectativas	Adaptación del servicio a las necesidades	El servicio que se ofrece en el área de admisión se adapta a sus necesidades como usuario	Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		
	Información clara	El personal del área de admisión es claro en las explicación o información			✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Conocimiento sobre el servicio	El personal del área de admisión posee los conocimientos acerca de los servicios prestados			✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓

Leyenda:

M: Malo

B: Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

✓	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

Cusco 21/jun/2021	23840167		C 958 22 51 60
Lugar y fecha	DNI N°	Firma y sello del experto	Teléfono

Anexo 05. Autorización de realización de investigación

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo Américo Quispe Merino
(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)
identificado con DNI 31189436 en mi calidad de Director ejecutivo
(Nombre del puesto del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)
del área de
(Nombre del área de la empresa)
de la empresa Clinica San Juan de Dios Cusco
(Nombre de la empresa)
con R.U.C N° 20443331396 ubicada en la ciudad de Cusco

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor(a, ita,) Guni Tirma Pareja Peralta
(Apellido completo del o los estudiantes)

Identificado(s) con DNI N° 72930127 de la () Carrera profesional Contabilidad /
Administración, para que utilice la siguiente información de la empresa:

Se le brinda las facilidades para obtener el registro de
información de los usuarios de la Clínica San Juan de Dios Cusco
(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su () Trabajo de Investigación, (X) Tesis, para optar al
grado de () Bachiller, o (X) Título Profesional.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo
de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- () Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
(X) Mencionar el nombre de la empresa.

CLINICA
"SAN JUAN DE DIOS - CUSCO"

Américo Quispe Merino O.H.
DIRECTOR EJECUTIVO

Firma y sello del Representante Legal

DNI: 31189436

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son
auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del
procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles
acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Guni Pareja Peralta T.
Firma del Estudiante

DNI: 72930127

Firma del Estudiante

DNI:

Anexo 06: Cálculo de muestra

Fórmula de cálculo de tamaño de muestra:

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)N}{(N-1)E^2 + Z^2 p(1-p)}$$
$$n = \frac{3,84 * 0,59(0,41)6720}{0,0025(6720 - 1) + 3,84 * 0,59(0,41)}$$

$$n=364$$

Donde:

- n : tamaño a obtener para la muestra.
Z = 1,96 : valor en la tabla normal (al 95% de confianza)
p = 0,59 : porcentaje de éxito
1-p = 0,41 : porcentaje de fracaso
E = (0,05) : nivel de error absoluto admitido para las Investigaciones
N = 364 : tamaño total de la población.

Anexo 07: Base de datos para el cálculo de confiabilidad

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	
1	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	
2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	5	4
4	2	3	5	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	5	3	3	2	3	3	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	
6	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
11	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
12	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	
13	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5
14	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
15	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3
16	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	
17	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	
18	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	
19	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	
20	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3

Anexo 08: Cálculo de validez de instrumentos

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	36

V de AIKEN

ITEM	CALIFICACIONES DE LOS JUECES			SUMA	V
	JUEZ 1	JUEZ 2	JUEZ 3		
1	1	1	1	3	1,00
2	1	1	1	3	1,00
3	1	1	1	3	1,00
4	1	1	1	3	1,00
5	1	1	1	3	1,00
6	1	1	1	3	1,00
7	1	1	1	3	1,00
8	1	1	1	3	1,00
9	1	1	1	3	1,00
10	1	1	1	3	1,00
11	1	1	1	3	1,00
12	1	1	1	3	1,00
13	1	1	1	3	1,00
14	1	1	1	3	1,00
15	1	1	1	3	1,00
16	1	1	1	3	1,00
17	1	1	1	3	1,00
18	1	1	1	3	1,00
19	1	1	1	3	1,00
20	1	1	1	3	1,00
21	1	1	1	3	1,00
22	1	1	1	3	1,00
23	1	1	1	3	1,00
24	1	1	1	3	1,00
25	1	1	1	3	1,00
26	1	1	1	3	1,00
27	1	1	1	3	1,00
28	1	1	1	3	1,00
29	1	1	1	3	1,00
30	1	1	1	3	1,00
31	1	1	1	3	1,00
32	1	1	1	3	1,00
33	1	1	1	3	1,00
34	1	1	1	3	1,00
35	1	1	1	3	1,00
36	1	1	1	3	1,00
V DE AIKEN GENERAL					1,00

Nro de jueces:	3
c: Número de valores de la escala de valoración :	2

Anexo 09: Prueba de normalidad de datos

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
CALIDAD DE SERVICIO(V1)	,241	364	,000	,877	364	,000
SATISFACCIÓN DEL USUARIO(V2)	,193	364	,000	,906	364	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nivel de calidad del servicio y nivel de satisfacción del usuario

CALIDAD DE SERVICIO(V1)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	129	35,4	35,4	35,4
	regular	210	57,7	57,7	93,1
	bueno	25	6,9	6,9	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

SATISFACCIÓN DEL USUARIO(V2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	140	38,5	38,5	38,5
	regular	194	53,3	53,3	91,8
	bueno	30	8,2	8,2	100,0
	Total	364	100,0	100,0	