

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

**Escuela Profesional de Administración y sistemas**



**UPLA**  
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

**TESIS**

**Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica  
Rebagliati de Huancayo, 2022**

**Para optar :El Título Profesional de Licenciado en  
Administración**

**Autores : Bach. CARHUAPOMA RUIZ FREDDY LUIS  
: Bach. PANTOJA VILCHEZ SHAERLAEY  
DHANAE**

**Asesor : Mtro. GUEVARA SINCHEZ IVO GENARO**

**Línea de investigación**

**Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos**

**Fecha de inicio y culminación: 02-03-2023 al 01-03-2024**

**Huancayo - Perú**

**2024**

**ACTA DE APROBACIÓN DE JURADOS**

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

**TESIS**

**Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica  
Rebagliati de Huancayo, 2022**

**PRESENTADO POR:**

Bach. Carhuapoma Ruiz Freddy Luis

Bach. Pantoja Vilchez Shaerlaey Dhanee

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado (a) en Administración

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

**PRESIDENTE** : \_\_\_\_\_

**PRIMER  
MIEMBRO** : \_\_\_\_\_

**SEGUNDO  
MIEMBRO** : \_\_\_\_\_

**TERCER  
MIEMBRO** : \_\_\_\_\_

Huancayo, ..... de ..... del 2023

**ASESOR**

**Mtro. Ivo Genaro Guevara Sinchez**

### **DEDICATORIA**

A Dios, quien estuvo presente en el caminar de nuestras vidas, dándonos fuerzas y bendiciéndonos para continuar con nuestro proyecto de vida.

A nuestros padres por sus consejos, valores, por la motivación constante, por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

**Los autores**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por regalarnos sabiduría en todo momento.

A nuestros padres, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

A nuestro asesor de tesis, Mtro. Ivo Genaro Guevara Sinchez por habernos brindado todos sus conocimientos y apoyo constante durante el desarrollo de la presente tesis.

A la Universidad Peruana Los Andes y a nuestros docentes de la facultad de Ciencias Administrativas y Contables por guiarnos como estudiantes y en la vida profesional.

**Shaerlaey y Freddy**

## CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0123 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

### CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA CLÍNICA REBAGLIATI DE HUANCAYO, 2022

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : **BACH. CARHUAPOMA RUIZ FREDDY LUIS  
BACH. PANTOJA VILCHEZ SHAERLAEY DHANAE**

Facultad : **CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela Académica : **ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

Asesor(a) : **MTRO. GUEVARA SINCHEZ IVO GENARO**

Fue analizado con fecha **04/03/2024**; con **131 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

**Excluye citas.**

**Excluye Cadenas hasta 20 palabras.**

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de **18 %**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 04 de marzo de 2024.



**MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI**  
**JEFA**

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

## Contenido

	Pág.
PORTADA	i
<b>ASESOR</b>	iii
<b>DEDICATORIA</b>	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b>	v
<b>Contenido</b>	vii
<b>Contenido de tablas</b>	x
<b>Contenido de figuras</b>	xii
<b>Resumen</b>	xiii
<b>Abstract</b>	xiv
<b>INTRODUCCION</b>	xv
<b>CAPITULO I</b>	18
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	18
<b>1.1. Descripción de la Realidad Problemática</b>	18
<b>1.2. Delimitación del Problema</b>	23
<b>1.3. Formulación Del Problema</b>	23
<b>1.3.1. Problema general</b>	23
<b>1.3.2. Problema específico</b>	23
<b>1.4. Justificación</b>	24
<b>1.4.1. Social</b>	24
<b>1.4.2. Teórica</b>	24
<b>1.4.3. Metodológica</b>	25
<b>1.5. Objetivos</b>	25
<b>1.5.1. Objetivo general</b>	25
<b>1.5.2. Objetivo específico</b>	25
<b>CAPÍTULO II.</b>	27
<b>MARCO TEÓRICO</b>	27
<b>2.1. Antecedentes</b>	27
<b>2.1.1. Internacionales</b>	27
<b>2.1.2. Nacionales</b>	30
<b>2.1.3. Locales:</b>	33
<b>2.2. Bases Teóricas o Científicas</b>	34
<b>2.2.1. Calidad del servicio</b>	34

2.2.2. Satisfacción del cliente.	42
2.3. Marco Conceptual	46
<b>CAPÍTULO III</b>	50
<b>HIPÓTESIS Y VARIABLES</b>	50
3.1. Hipótesis General	50
3.2. Hipótesis Específicas	50
3.3. Variables	50
<b>CAPÍTULO IV</b>	55
<b>METODOLOGÍA</b>	55
4.1. Métodos de Investigación	55
4.2. Tipo de Investigación	56
4.3. Nivel de Investigación	56
4.4. Población y muestra	57
4.4.1. Población	57
4.4.2. Muestra	57
4.5. Técnicas de Instrumento de Recolección de Datos	58
4.6.1. Técnicas de recolección de datos	58
4.6.2. Instrumentos de recolección de datos	58
4.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis De Datos	59
4.7. Aspectos Éticos de Investigación	59
<b>CAPÍTULO V</b>	61
<b>RESULTADOS</b>	61
5.1. Resultados Descriptivos	61
5.2. Contraste de hipótesis	73
<b>CONCLUSIONES</b>	88
El estudio de esta investigación, nos llevó a las siguientes conclusiones:	88
<b>RECOMENDACIONES</b>	90
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	92
<b>ANEXOS</b>	98
MATRIZ DE CONSISTENCIA	99
<b>ANEXO 2</b>	100
<b>MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</b>	100
<b>ANEXO 3</b>	102
<b>MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO</b>	102
<b>ANEXO 4</b>	104

<b>INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b>	104
<b>ANEXO 4</b>	108
<b>AUTORIZACION DE INVESTIGACIÓN</b>	108
<b>INTERPRETACIÓN DEL VALOR DE R DE TAU B KENDALL</b>	109
<b>ANEXO 5</b>	110
<b>CONFIABILIDAD</b>	110
<b>VALIDEZ DEL INSTRUMENTO</b>	112
<b>ANEXO 6</b>	121
<b>BASE DE DATOS SPSS</b>	121
<b>ANEXO 7</b>	137
<b>CONSENTIMIENTO INFORMADO</b>	137

**Contenido de tablas**

	Pág.
Tabla 1 Calidad del servicio en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	61
Tabla 2 Aspectos tangibles en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	62
Tabla 3 Confiabilidad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	63
Tabla 4 Capacidad de respuesta en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	65
Tabla 5 Seguridad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	66
Tabla 6 Empatía en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	67
Tabla 7 Satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	68
Tabla 8 Rendimiento percibido en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	69
Tabla 9 Expectativas en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	70
Tabla 10 Nivel de satisfacción en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	72
Tabla 11 Relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente .....	73
Tabla 12 Relación entre aspectos tangibles y satisfacción del cliente .....	74
Tabla 13 Relación entre confiabilidad y satisfacción del cliente .....	75
Tabla 14 Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente.....	76
Tabla 15 Relación entre empatía y satisfacción del cliente.....	77
Tabla 16 Relación entre empatía y satisfacción del cliente.....	78

**Contenido de figuras**

	Pág.
Figura 1 Calidad del servicio en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	61
Figura 2 Aspectos tangibles en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	62
Figura 3 Confiabilidad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	63
Figura 4. Capacidad de respuesta en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	65
Figura 5 Seguridad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	66
Figura 6 Empatía en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	67
Figura 7 Satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	69
Figura 8 Rendimiento percibido en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	70
Figura 9 Expectativas en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.....	71
Figura 10 Nivel de satisfacción en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022 .....	72

## Resumen

El tema de esta investigación fue: Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022, donde el **objetivo general** fue determinar la relación en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. **La metodología** correspondió a un estudio básico, de nivel correlacional, diseño no experimental y de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 190 usuarios de la Clínica Rebagliati. El cuestionario utilizado fue el SERVQUAL para medir la calidad del servicio. **Los resultados** muestran que la mayoría de los usuarios se encuentra totalmente de acuerdo (34.7%) en que los componentes de satisfacción del cliente se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati, se encuentra de acuerdo (43.7%), en que los componentes de aspectos tangibles de la calidad se encuentran presentes, se encuentra totalmente de acuerdo (26%) en que los componentes de confiabilidad de calidad se encuentran presentes, se encuentra totalmente de acuerdo (47.9%) en que los componentes de capacidad de respuesta, se encuentra indeciso (32.6%) en que los componentes de seguridad y se encuentra totalmente de acuerdo (55.8%) en que los componentes de empatía. **Concluyendo** que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la clínica de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022. ( $p=0.000<0.05$ ).

**Palabras clave:** Calidad del servicio, satisfacción del cliente

## Abstract

The theme of this research was: Service quality and customer satisfaction at the Rebagliati clinic in Huancayo, 2022, where **the general objective** was to determine the relationship between service quality and customer satisfaction. **The methodology** corresponded to a basic study, correlational level, non-experimental and cross-sectional design. The population and sample consisted of 190 users of the Rebagliati Clinic. The questionnaire used was the SERVQUAL to measure the quality of the service. **The results** show that the majority of users fully agree (34.7%) that the components of customer satisfaction are present in the Rebagliati Clinic, they agree (43.7%), that the components of tangible aspects of quality are present, he totally agrees (26%) that the quality reliability components are present, he totally agrees (47.9%) that the responsiveness components, he is undecided (32.6%) in that the security components and totally agree (55.8%) in that the empathy components. **Concluding** that there is a significant relationship between the quality of the service and the satisfaction of the client of the clinic of the Rebagliati clinic - Huancayo, 2022. ( $p=0.000<0.05$ ).

**Keywords:** Service quality, customer satisfaction

## INTRODUCCION

La investigación se desarrolla con el objetivo de determinar la relación entre la calidad de los servicios y la satisfacción que genera al cliente de la clínica Rebagliati, para realizar mejoras en general con respecto a los servicios de salud en la ciudad de Huancayo, puesto que con la realidad social que se vino viviendo en los años 2020 y 2021, a razón de la pandemia del covid 19 se pudo evidenciar deficiencias en los sistemas de salud, tanto público como privado, y siendo la clínica Rebagliati una empresa nueva en el sector no tuvo gran capacidad de fidelizar a sus clientes, puesto que recién estaba iniciando en el mercado, como consecuencia de la investigación se logra determinar los puntos críticos en la calidad de atención.

El **objetivo general** fue determinar la relación en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente y los usuarios de la Clínica Rebagliati. **La metodología** correspondió a un estudio de nivel correlacional, diseño no experimental y de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 190 usuarios de la Clínica Rebagliati. El cuestionario utilizado fue el SERVQUAL para medir la calidad del servicio. Para muchos estudiosos de la calidad de servicio esto genera satisfacción en los clientes, sin embargo, superar o cumplir las expectativas de tu prospecto o tu cliente así se logrará continuidad en la prestación del servicio que mantendrá los ingresos y finalmente rentabilidad para la clínica

Para analizar la problemática en la clínica es necesario mencionar las causas: una de ellas es la atención a los usuario, tiempos de espera, citas programadas, el tipo de atención del personal, el acceso a medicamentos, mantenimiento de ambientes de salas de espera, áreas de hospitalización, muebles y enseres, etc. para ello debe cumplir con la

tangibilidad , fiabilidad, capacidad de respuesta , seguridad, y empatía de calidad de servicio, para lograr superar las expectativas o cumplir con los mínimos requerimientos de los usuarios, y de esta manera disminuir la brecha con la satisfacción del cliente en el corto plazo.

La presente investigación está conformada por cinco apartados los cuales se explican a continuación:

En el Capítulo I se realiza el planteamiento del problema de investigación, objetivos, justificación y delimitación. El Capítulo II contiene el Marco Teórico, antecedentes del estudio, bases teóricas, definición de conceptos de la investigación, donde se conceptúan definiciones relacionadas al tema. Capítulo III se refiere a las hipótesis y variables de estudio presentando la operacionalización de las variables. En el Capítulo IV tenemos la Metodología de la Investigación, que nos muestra los métodos, tipo, nivel, diseño, población, técnicas, instrumento y procedimiento de recolección de datos que nos permitieron alcanzar nuestros propósitos. Y en el Capítulo V se presenta los resultados de la investigación, donde se presentan en primer lugar los resultados descriptivos por dimensiones mediante frecuencias y porcentajes y luego los resultados inferencias con las pruebas de cada una de las hipótesis. Enseguida se hace el análisis y discusión de resultados y se da a conocer las conclusiones a las que se ha llegado, así como las recomendaciones necesarias.

Los Autores



## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Descripción de la Realidad Problemática

En la actualidad, el contar con una buena calidad de servicio es un rol muy importante, por el cual todas las empresas deben poner atención y aún más tratándose de la salud. En el caso del sector salud podemos ver que representa un pilar muy importante para la sociedad, ya que influye en muchos otros sectores, sin esta, la sociedad no progresa, con una buena calidad de servicio en la salud, se garantiza un crecimiento social y económico.

Asimismo, la satisfacción del cliente tiene que ser evaluada por las empresas, ya que el cliente tiene que ser considerado como el eje principal, ya que al conocerlo podemos iniciar con las mejoras y garantizar un desarrollo no solo económico, sino un progreso en la atención en la salud y por ende un crecimiento social.

A nivel internacional; a lo largo de los años, gracias a la globalización, una de las columnas de cambio que se encuentra en constante dinamismo, que nos presenta un nuevo enfoque que tiene relación directa con los cambios en las empresas u organizaciones, en sus diferentes factores externos e internos y en la importancia que se da la calidad de servicio, como sus distintas denominaciones y formas que estuvo atravesando tras la historia y poner mayor énfasis en la satisfacción del cliente, que se da externamente a cada empresa, tema relevante que se toma en consideración para el cumplimiento de los objetivos de las empresas y cumplimiento de la visión empresarial. (OMS, 2023)

En el Perú, otro de los pilares a tener en consideración es que a causa de la pandemia de la COVID-19, que ha golpeado fuertemente al Perú y al mundo. La informalidad, el hacinamiento en los hogares y las brechas en cobertura y calidad de servicios básicos como, agua y saneamiento, se encuentran entre las principales causas.

Más aún, las precarias condiciones en el sector Salud condujeron al Gobierno a decretar una de las cuarentenas más estrictas y prolongadas en la región. Ello llevó a un descenso del PBI de 11.1 % en 2020, ocasionando serios efectos en el empleo y los ingresos, especialmente para las personas más pobres. La pobreza monetaria (\$5.5 por día) se incrementó 12 puntos porcentuales el mismo año, alcanzado 32.6%. Ministerio de Economía y Finanzas. (MEF, 2021)

En la primera mitad de 2021, el PIB real rebotó fuertemente y creció un 20,9 % interanual, volviendo a su nivel anterior a la pandemia. Esta recuperación fue impulsada por la flexibilización de las restricciones de movilidad, una ejecución acelerada de las obras públicas y la reanudación de proyectos de inversión privada. Sin embargo, la recuperación del mercado laboral ha sido lenta y el empleo de Lima en empresas de más de 10 trabajadores todavía se encontraba un 20% por debajo de su nivel anterior a la pandemia en agosto último. Las mujeres y los jóvenes se han visto afectados de manera desproporcionada por la pérdida de empleos formales. Por otro lado, la inflación anual alcanzó el 5,4% en setiembre, significativamente por encima del rango objetivo de 1%-3%. El aumento global del precio de los alimentos y la energía y la depreciación de la moneda nacional son los principales factores que impulsan el repunte de la inflación. (MEF, 2021)

Otro factor externo de mucha preocupación es el conflicto en Ucrania que se ha mezclado una catástrofe con otra dijo Sr. David M. Beasley, director ejecutivo del Programa Mundial de Alimentos, la agencia de la ONU que alimenta a 125 millones de personas al día. En todo el mundo, el resultado se reflejará en costos más altos en el supermercado. En febrero, los precios de los comestibles ya habían subido un 8,6 por ciento en comparación con el año anterior, el mayor incremento en 40 años, según datos del gobierno. Los economistas esperan que la guerra infle aún más esos precios. Este

factor que afecta económicamente a las personas del país, como también a los ciudadanos de Huancayo, donde buscas alternativas para obtener un servicio de menor costo, influye en las empresas a nivel nacional en cuanto a su productividad como su rentabilidad se ve afectada, siendo muy importante a considerar en el presente trabajo de investigación. (MEF, 2021)

Uno de los principales problemas de la mayoría de las empresas es la mala calidad de servicio que brindan los trabajadores. Ante ello, lo más importante es que los directivos y gerentes identifiquen y reconozcan los motivos por lo que un colaborador de cualquier nivel no brinda el servicio deseado, para que pueda buscar las soluciones correctas. Entre los factores que afectan la calidad de servicio, es el rendimiento de un colaborador, esto causado por siguiente: jornadas laborales largas, cortos periodos de descanso, falta de motivación, personal insuficiente, falta de capacitación, malas condiciones laborales, no tener las herramientas de trabajo necesarias, espacios no aptos para trabajar, tener varias tareas a la vez, desconocimiento de los objetivos. En medio de un escenario de crisis sanitaria y reactivación de la economía, es importante que las organizaciones o empresas brinden un servicio de calidad. En estudios realizados, demuestran que un mal servicio incrementa la insatisfacción del cliente y, asimismo, su pérdida lleva en ocasiones en desgastes a la empresa, es por ello, que siendo uno de los problemas más frecuentes muchas empresas toman mucho interés en poder dar alternativas de solución para mejorar la calidad de servicio a causa de la satisfacción del cliente. (Caldera, Pierla, & Ortega, 2011)

La falta de satisfacción del cliente es un problema al que se enfrentan numerosas empresas hoy en día, sin importar el sector al que pertenezcan o su localización. Este déficit de calidad de servicio que brindan las empresas tiene riesgos y consecuencias realmente graves para la empresa: desde pérdidas económicas, hasta las pérdidas de

clientes. Aunque el concepto de calidad de servicio conjuntamente con la satisfacción del cliente pueda malentenderse en numerosas ocasiones, siendo imprescindible entender que ambos conceptos son totalmente diferentes, donde una puede o no depender de la otra. Es por ello la relevancia que se tiene que dar ambos conceptos para tener una mayor claridad y su aplicación adecuada en las empresas. (Caldera, Pierla, & Ortega, 2011)

En los momentos actuales, las organizaciones están obligadas a enfrentar nuevos retos enfocados a la satisfacción del cliente, quienes son la razón de ser de la empresa, ya que para toda organización el inicio de sus actividades se basa a la necesidad de servicio, en base a ello es el nacimiento de las empresas a nivel mundial, conjuntamente con la calidad de servicio. (OMS, 2023)

En la actualidad el concepto de calidad ha formado parte importante de cualquier organización y de las personas que la integran. El deseo de obtener la perfección en la calidad de los servicios y productos ofrecidos por la empresa u organización les ha impulsado a trabajar cada día con la mejora continua para lograr sus objetivos, por ello el servicio al cliente es un factor importante en el ámbito de las organizaciones de la misma manera puede ser un problema para éstas, ya que si no se llevara a cabo de la manera correcta podría resultar el fracaso de una organización. (OMS, 2023)

Es así, que se desarrolla esta investigación en la clínica Rebagliati, ubicada en Jr. Pirita N°191 del distrito El Tambo, provincia de Huancayo, región Junín. El cual cuenta con una experiencia en el sector de 07 años; tiene diferentes áreas de atención, empezando por admisión, consultorios externos, hospitalización, quirúrgica, laboratorio, área de imágenes, nutrición y también las áreas administrativas; en estas diversas áreas de atención, se presentan algunas inconformidades en los clientes y pacientes con respecto a la calidad en el servicio, como: falta de interés de ayudar a los pacientes, no otorgándoles las citas médicas inmediatas, servicio lento de respuesta ante consultas, lo cual se da

mayormente en el área de admisión. Se puede evidenciar la variación de la cantidad de pacientes con respecto de un mes al otro, la falta de recurrencia de ellos, también los comentarios a veces negativos en las redes sociales por la falta de atención de los teléfonos brindados.

MESES	CONSULTAS	CIRUGIAS
ENERO	840	386
FEBRERO	1197	485
MARZO	1100	514
ABRIL	924	337

Podemos evidenciar que en los cuatro meses del periodo 2022 la cantidad de atención tuvo una variabilidad que fue en disminución. (Fuente: Datos estadísticos Clínica Rebagliati) se pudo observar y evidenciar que, en el periodo de estudio en la Clínica Rebagliati, los usuarios no se sentían satisfechos con el servicio que se venía ofreciendo.

Asimismo, en la región Junín, exactamente en la Provincia de Huancayo, vemos un crecimiento de muchas empresas dedicadas al sector Salud, también mencionar que nuevas empresas deciden incursionar en este rubro, sin mencionar que algunas de estas empresas en su mayoría son informales. Es así, que el usuario tiene una variedad de alternativas donde confiar su salud, es por eso, que la Clínica Rebagliati tiene que poner mayor atención en su calidad de atención y otros factores más.

En la actualidad, existe un interés particular en la relación de la gestión de la calidad y la satisfacción del consumidor. En este sentido se ve la relevancia de conocer los niveles de satisfacción de la calidad del servicio ofertado por la clínica Rebagliati de Huancayo, ya que el trabajo que se ha venido realizando con respecto a estos temas, no se viene cumplido con todos los estándares de calidad que percibe el cliente, ya que es de vital importancia empresarial, para un crecimiento institucional.

## **1.2. Delimitación del Problema**

La presente investigación se realizó en la clínica REBAGLIATI del distrito de El Tambo, Huancayo, donde su desarrollo se dio a los clientes de las diferentes áreas de la empresa, donde una de las limitantes es la poca accesibilidad de información por parte de la empresa, también que los usuarios de la clínica no siempre están dispuestos a brindarnos información puesto que sus problemas de salud en muchas ocasiones no lo permiten. El presente trabajo de investigación la problemática se realizó en el año 2022, en los meses de junio, julio, agosto, setiembre y octubre.

## **1.3. Formulación Del Problema**

### **1.3.1. Problema general**

¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?

### **1.3.2. Problema específico**

1) ¿Cómo los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del cliente de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?

2) ¿Cómo la confiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?

3) ¿Cómo la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?

4) ¿Cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?

5) ¿Cómo la empatía se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?

#### **1.4. Justificación**

##### **1.4.1. Social**

La presente investigación, aporta información respecto a los beneficios y deficiencias que existen entre la Calidad de servicio que ofrece la Clínica Rebagliati y la Satisfacción que recibe el Cliente. Mediante este trabajo de investigación, pudimos analizar y determinar las causas del problema y sus posibles soluciones. Asimismo, la población de la ciudad de Huancayo, busca asistir a un centro de salud que ofrezca las garantías, que pongan énfasis en su calidad de atención, que garantice rapidez en la atención, que atiendan sus necesidades. que cuenten con médicos profesionales y especializados y que brinden un trato digno.

Es por eso, que, a través de esta investigación, todos los prestadores particulares de salud, no solo la Clínica Rebagliati, mejoren sus procesos de atención, orientando de este modo a fidelizar a sus clientes. Asimismo, este estudio beneficia a todo el público de la Ciudad de Huancayo, ya que contarán con un establecimiento de salud que cumpla con un servicio de calidad y que el cliente se sienta satisfecho.

##### **1.4.2. Teórica**

La presente investigación se justifica teóricamente debido a su contribución al conocimiento en el campo de la gestión de calidad de servicio y satisfacción del cliente. Específicamente, este estudio aporta al validar modelos y relaciones previamente planteados en la literatura especializada. Mediante la aplicación del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio y el análisis de la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati, se busca establecer empíricamente la existencia de una relación significativa

entre estas dos variables, lo que reforzaría las teorías que las consideran esenciales para el éxito empresarial. De esta manera, no solo se proporciona evidencia empírica acerca de la validez de enfoques teóricos propuestos por expertos en el área, sino que también se identifican áreas clave de mejora para incrementar la satisfacción de los clientes. Este enfoque resulta crucial para la mejora continua y para fortalecer la posición de la clínica Rebagliati en el mercado de la ciudad de Huancayo

### **1.4.3. Metodológica**

La investigación se justifica metodológicamente debido que al aplicarse el instrumento en las condiciones locales basándose en la recolección de teoría para cada variable que se estudia; los instrumentos fueron elaborados de acuerdo a la realidad problemática que encontramos en la clínica, buscando recabar información muy importante para el desarrollo de esta investigación, siendo validados por expertos en el tema, Pudimos concluir que los resultados brindan un gran aporte para mejorar los procesos de la clínica en relación a la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

### **1.5.2. Objetivo específico**

1) Establecer cómo los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

2) Establecer cómo la confiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

3) Establecer cómo la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

4) Establecer cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

5) Establecer cómo la empatía se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

## CAPÍTULO II.

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

##### 2.1.1. Internacionales

Guadalupe et al., (2019) en su artículo denominado: “*Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en el área de emergencia del hospital general Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Milagro; 2018*”, Ecuador, 2019. Cuyo objetivo fue: determinar el nivel de satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en el área de emergencia del Hospital General IESS Milagro. La Metodología: La metodología de la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo con corte transversal, el diseño fue no experimental. Los resultados fueron: las dimensiones con mayores problemas de calidad fueron la capacidad de respuesta, fiabilidad y seguridad, en tanto que la dimensión con mayor puntuación fue la de tangibilidad. Conclusiones: los usuarios no estuvieron ni satisfechos ni insatisfechos en base a un promedio de 3.62, sobre una media de 3.5.

Maggi (2018), en la tesis titulada: “*Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*”, Ecuador, 2018. Previo a la obtención del título de magíster en gerencia en servicios de la salud, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2018. Cuyo objetivo fue: Evaluar el nivel de satisfacción del usuario con respecto a la atención y calidad brindada en los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro. La muestra fue de 357 representantes de los niños. La metodología: SERVQUAL consta de cinco dimensiones que son tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El diseño de la investigación fue transversal analítico, la

recopilación de datos se realizó en el Hospital General de Milagro en agosto de 2017. Los resultados: Las dimensiones en donde existe insatisfacción de parte de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica en el Hospital General de Milagro fueron tangibilidad, fiabilidad, seguridad y empatía; mientras que capacidad de respuesta se consideró parcialmente satisfecho, ya que tanto expectativas como percepciones tuvieron bajas valoraciones. Conclusión: Se conoció que el servicio no brinda la plena seguridad al paciente y la atención es deficiente con respecto a la calidez en el trato.

Arguello et al. (2020) en su artículo denominado: “*Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de medicina interna en el hospital básico de Guaranda del instituto ecuatoriano de seguridad social*”, Ecuador, 2020. Cuyo objetivo fue: explorar la fiabilidad y validez del cuestionario adaptado SERVPERF en el ámbito de atención de medicina interna en el hospital básico de Guaranda del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. La Metodología: La muestra fue de 289 de acuerdo a los datos proporcionados del Instituto de acuerdo al número de egresos reportados en el año 2018. El diseño de la investigación es positivista de tipo transversal con un enfoque deductivo para el desarrollo de la teoría, a partir de un método cuantitativo. Los resultados fueron: Se determinó que el servicio del hospital no brinda los elementos tangibles para la satisfacción de los usuarios ya que son los que obtuvieron valores negativos de los normales puesto que el ofrecer un servicio sanitario necesita que los recursos humanos, el soporte físico, el cliente y el servicio deben tener una relación directa. Conclusiones: Se determinó que el modelo estructural cuenta con un R<sup>2</sup> de 0,72 es decir se encuentra dentro del parámetro establecido lo cual da sustento estadístico del modelo.

Moreno y Carzola (2023) en su artículo denominado: “*Calidad del servicio de salud: un antecedente de la satisfacción del paciente de Riohospital de la ciudad de*

*Riobamba*”, Ecuador, 2023 Cuyo objetivo fue: analizar las fuentes relacionadas con localidad del servicio del Riohospitalario ubicado en la ciudad de Riobamba, para establecer la prevalencia de la satisfacción de los pacientes y fortalecer las relaciones entre los médicos y usuarios. La Metodología: se utilizó el software SPSS para la aplicación del análisis factorial exploratorio y prueba de hipótesis Rho de Spearman. Los resultados fueron: la percepción del servicio de Riohospital influye de manera positiva de acuerdo con los usuarios, así como también la relación en las cinco dimensiones del modelo PubHosQual: admisión de pacientes, servicio médico, servicio global, alta hospitalaria y responsabilidad social, con valores positivos de 0,70 a 0,90 de consistencia en relación con la satisfacción de los pacientes y usuarios. Conclusiones: La satisfacción de los pacientes es percibida por la calidad de atención y servicio en Riohospital. Dicha relación demostró una respuesta efectiva en los procesos de respuesta hospitalaria. El aplicar una cultura de calidad en la administración y servicios hospitalarios generará una disminución de costes, aumento de eficacia en sus gastos, disminución de tiempos de espera, disminución de recursos humanos y mejoramiento de la eficacia de forma global del servicio y atención sanitaria. También implica una percepción positiva de la imagen de Riohospital por parte de la ciudadanía y aumento de confianza conforme la prestación de los servicios de salud.

Paredes y Santos (2022) en su artículo denominado: “*Calidad del servicio y satisfacción en hospitales del sistema de seguridad social*”, Revista Angolana de Ciencias, Ecuador, 2022 Cuyo objetivo fue: constatar la calidad del servicio en los hospitales del sistema de seguro social y su influencia en la satisfacción de los asegurados. La Metodología: Se utilizó como instrumento el modelo SERVPERF, el mismo que cuantificó la calidad del servicio brindada en los entes médicos; mediante las dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Para

comprobar la satisfacción en los hospitales del IESS se encuestaron 384 asegurados que han utilizado los servicios médicos del sistema del seguro social en la ciudad de Guayaquil en el primer trimestre del año 2021. Los resultados fueron: se puede evidenciar que un 34% de la población analizada está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con la calidad del servicio ofrecida en los hospitales del seguro social; mientras que un 31% no está de acuerdo ni en desacuerdo con esta calidad recibida, por lo cual se constata la existencia de una relación fuerte entre la calidad del servicio y la satisfacción que reciben los asegurados por los servicios médicos recibidos. Conclusiones: Esta investigación nos contrasta el impacto considerable entre las variables “calidad del servicio” y “satisfacción”, obteniendo un coeficiente de correlación de 0.880, por lo cual se acepta la hipótesis general de la investigación, evidenciando a su vez el cumplimiento del objetivo general de la investigación: demostrar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados.

### **2.1.2. Nacionales**

Montalvo et al. (2020) en su artículo denominado: “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el hospital santa rosa de puerto Maldonado*”, Perú, 2021. Cuyo objetivo fue: determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de traumatología del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. La Metodología: fue cuantitativo, el diseño fue no experimental y el nivel correlacional. La población de estudio fue conformada por los usuarios que se atienden en el área de traumatología y la muestra fue constituida por 152 usuarios, cantidad que fue obtenida mediante un muestreo probabilístico. Los resultados fueron: el 65,1% de usuarios indican que la calidad del servicio que reciben es regular, el 45,4% de usuarios se encuentran parcialmente satisfechos y se halló estadísticamente que existe una

correlación moderada, directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. Conclusiones: El coeficiente de correlación rho de Spearman es de 0,590 con un p-valor inferior al nivel de significancia ( $p=0,000<0,05$ ). Finalmente se concluye que mientras exista una mejor calidad de servicio, los usuarios se sentirán más satisfechos.

Huaycochea (2018) en la tesis titulada: “Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital de Contingencia Antonio Lorena Cusco 2018”, Perú, 2018. Para la obtención del grado de Maestra en Gestión Pública, en la Universidad César Vallejo, 2018. Cuyo objetivo fue: conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital de Contingencia Antonio Lorena Cusco. La metodología: La investigación presenta el uso del método descriptivo y corte transversal - correlacional. Se utiliza la técnica de encuestas para la obtención de información a través de un cuestionario llamado SERVQUAL para calidad de servicio al usuario externo. Esto se aplica a una población muestral que está conformada por 2,152 usuarios externos que concurren al área de emergencia del mes de abril 2018. Los resultados: Nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en el servicio de emergencia del Hospital Antonio Lorena en la dimensión capacidad de respuesta el 85,1% son indiferentes, 9,8% insatisfechos y 5,1% están satisfechos. Conclusión: el coeficiente de correlación considerable de Spearman, entre las variables calidad de atención y satisfacción del usuario, siendo estadísticamente representativo con un coeficiente de Spearman (0.650); y siendo el valor de  $p = 0,000<0,05$ ); y con un 99% de probabilidad se confirma y válida la afirmación de la hipótesis que si existe una relación directa y significativa con las variables calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital de Contingencia Antonio Lorena Cusco, 2018.

Pérez (2018) en la tesis titulada: “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en consultorios externos de un hospital público de Lima, 2018”, Perú, 2018. Para la obtención del grado de Maestra en Gestión Pública, en la Universidad César Vallejo, 2018. Cuyo objetivo fue: Determinar la relación que existe entre la Calidad de servicio y satisfacción del usuario, según usuarios del hospital Víctor Larco Herrera - Lima 2018. La metodología: El tipo de investigación es básica, el nivel de investigación es descriptivo correlacional, el diseño de la investigación es no experimental transversal y el enfoque es cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 109 usuarios. La técnica que se utilizó es la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron dos cuestionarios aplicados a los usuarios. Los resultados: para el 35.8% de los encuestados la dimensión seguridad es mala, ellos mismos consideran que la satisfacción del usuario es mala; asimismo se observa que el 27,5% percibe que la dimensión seguridad es regular y la satisfacción del usuario es de insatisfacción; finalmente se observa que para el 16.5% la dimensión seguridad es buena, así como la satisfacción del usuario también es del nivel muy satisfecho. Conclusión: Con un coeficiente de correlación rho Spearman =, 750 y un valor  $p = 0,000$  menor al nivel  $\alpha = 0,05$ , se concluye que: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en los consultorios externos del Hospital Víctor Larco herrera en el 2018. Cabe precisarse que esta relación es de una magnitud fuerte, lo que indica que las características de la calidad del servicio están al nivel de la satisfacción del usuario.

Canzio (2019) en la tesis titulada: “Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de lima este, 2018”, Perú, 2019. Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad San Ignacio de Loyola, 2019. Cuyo objetivo fue: Identificar cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción percibida de los usuarios externos de los servicios de

emergencia de la DIRIS LE, año 2018. La metodología: se utilizó el método cuantitativo. El tipo de investigación es correlacional y descriptivo debido a que el método utilizado fue el análisis cuantitativo. Los resultados: Se halló que la capacidad de respuesta del servicio si tienen una relación con la satisfacción de los usuarios externos de los hospitales de la DIRIS LE; es la primera dimensión más relevante comprobado por medio del estadístico rho de Spearman. Es decir, podemos concluir que si tenemos una capacidad de respuesta oportuna con nuestros pacientes la satisfacción se incrementará notablemente. Conclusión: Se halló que la calidad de servicio tiene relación muy significativa con la satisfacción de los usuarios externos de los hospitales de la DIRIS LE. Los resultados de los instrumentos de medición usados, y su posterior evaluación mediante el estadístico rho de Spearman, comprobaron la alta correlación entre estas variables. Se probó la hipótesis planteada, y esta relación es muy significativa. Con lo cual se puede concluir que existe una alta relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción, lo cual significa que la calidad de servicio pueda influir positivamente en la satisfacción de los usuarios de los hospitales.

### **2.1.3. Locales:**

Febres y Mercado (2020) en su artículo denominado: “*Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú*”, Perú, 2020. Cuyo objetivo fue: Determinar la satisfacción de la calidad del servicio de los usuarios de consulta externo de medicina interna del hospital Daniel Alcides Carrión - Huancayo, de julio a noviembre del 2016. La Metodología: Estudio observacional, descriptivo, de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 292 pacientes. La calidad del servicio del sistema de salud en función de la satisfacción del usuario se midió mediante el cuestionario estandarizado SERVQUAL. Los resultados fueron: El 57% de la muestra fue de sexo femenino, el rango de edades de los participantes

osciló entre 36 a 45 años. Así mismo, el 36% de los usuarios contaba con educación secundaria completa y el 63% fueron pacientes continuadores. Se obtuvo una satisfacción global de 60,3%. Los valores porcentuales dependieron básicamente de las dimensiones seguridad y empatía con 86,8 % y 80,3 % de satisfacción respectivamente. El mayor nivel de insatisfacción la obtuvo la dimensión de aspectos tangibles con el 57,1 % de usuarios insatisfechos, seguida de la dimensión de capacidad de respuesta de los servicios de salud con el 55,5% de insatisfacción. Conclusiones: El sistema de salud debe implementar estrategias de mejora de los servicios de atención con el fin de proporcionar una atención oportuna y de calidad a los usuarios.

## **2.2. Bases Teóricas o Científicas**

### **2.2.1. Calidad del servicio**

#### ***2.2.1.1. Definición de calidad***

Calidad y servicio son dos conceptos indisolubles cuando se trata de la relación directa que establecen las organizaciones con los clientes, en algunos casos se le incluye dentro del genérico de productos sin diferenciarlos de otras mercancías a las que acceden las personas. (Caldera, Pierla, & Ortega, 2011)

Cuando lo que se ofrece a las personas es salud, la connotación de la calidad del servicio que se presta al cliente que acude para restablecer su estado de salud, requiere de una serie de acciones que tiendan no tan solo a confortarlas y aliviarlas físicamente, también incluye una serie de transacciones de emociones y necesidades, importando mucho la atención del personal administrativo, el tratamiento especializado médico que el paciente requiere, la connotación integral de lo que es servir y tratar a las personas amablemente, con asertividad, responsabilidad, rapidez, oportunidad, higiene,

profesionalismo y tecnología adecuada, entre otros elementos a considerarse. (Casalino , 2008)

Se proponen algunas definiciones relacionadas con la calidad de servicio para finalmente construir la más pertinente para el presente estudio:

Es el nivel de excelencia que la empresa ha logrado alcanzar para satisfacer a su clientela. Representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. Característica que se atribuye a todas aquellas cosas que representan excelencia, eficacia y efectividad. La calidad es la habilidad que posee un sistema para operar de manera fiable y sostenida en el tiempo, a un determinado nivel de desempeño; en una organización de servicios. (Gummerson, 1987)

La calidad se configura como un modelo de gestión y un estilo de dirección implantado en las empresas líderes, así como una manera de ser y de vivir. La calidad entonces no es una serie de características que permanezcan fijas, es una cualidad mejorable. El término tiene su origen en la etimología latina *Qualitas* que quiere decir forma de ser con respecto a mis semejantes. (Casalino , 2008)

La calidad depende de un juicio que realiza el paciente, este puede ser un juicio del producto o del servicio, según las características de su uso y de la urgencia de poseerlo. (Casalino , 2008)

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023) se debe entender a la “calidad” como el uso adecuado de los servicios y diagnósticos médicos, teniendo en consideración al paciente, puesto que éste siempre llega al servicio con un motivo que debe ser escuchado y tomado en cuenta, a fin de lograr una atención sobresaliente y por ende alcanzar la satisfacción máxima del usuario. (OMS, 2023)

Para la (OMS, 2023) es indispensable correr el mínimo riesgo posible de efectos iatrogénicos como consecuencia de un tratamiento médico, por lo que pone énfasis en la atención del paciente. También considera que en el concepto de calidad en los servicios deben estar presentes los siguientes atributos: Alto nivel de excelencia profesional.

### ***2.2.1.2. Definición de Calidad de Servicio***

Calidad y servicio son dos conceptos indeliblemente ligados cuando se trata de la relación directa que establecen las organizaciones con los clientes. Se proponen algunas definiciones relacionadas con la calidad de servicio para finalmente construir la más pertinente para la presente investigación: (Oh, 1999)

La calidad viene impuesta por el cliente; afirma que la calidad de un producto o servicio no proviene de lo que pones en él, sino del provecho que el cliente puede sacar del mismo, es decir la calidad viene impuesta por el cliente, y nuestro trabajo es alcanzar el nivel de calidad exigido. (Santomá & Costa, 2007)

La calidad en el servicio al cliente, podemos definir Calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes.

Calidad, se puede decir que la calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad: es la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas. Antes de la implantación de los sistemas de producción industrial, los artesanos se las arreglaban para realizar todo el proceso. Tomemos el ejemplo de un alfarero: lo primero que hacía era averiguar las necesidades de sus clientes: cazuelas, cántaros (prospección de mercado): él mismo se encargaba de adquirir la arcilla más adecuada en función de su calidad, precio y cercanía (selección de proveedores: calidad en las compras): realizaba sus propios

diseños (calidad en el diseño): fabricaba las piezas en el torno y las cocía (calidad en la producción): las revisaba una por una para comprobar las que se habían dañado en el horno (control de calidad) y, al final, las vendía. Además, atendía, si se presentaba, alguna reclamación de los clientes (servicio postventa: atención al cliente). (Teas , 1993)

Según (V. Zeithaml et al., 1993), la calidad de servicio percibida por el cliente es definida como la valoración que éste hace de la excelencia o superioridad del servicio.

La palabra calidad tiene dos significados (1) comportamiento del producto que da como resultado satisfacción del cliente, es decir; son aquellas características del producto que hacen que un cliente quede satisfecho con el mismo: (2) ausencia de deficiencias como por ejemplo retraso en las entregas, fallas durante el servicio, etc. Juran planteó también la trilogía de la calidad, que atiende a sus tres procesos básicos: (1) la planificación de la calidad: antes de la operación se establecen niveles aceptables de defectos en la producción. (2) el control de la calidad: durante las operaciones, se evalúa la calidad producida por el sistema y se cierra, si existiera, la brecha entre los resultados y objetivos: y (3) mejora de la calidad: se reduce la cantidad de defectos para así aumentar el rendimiento. (Porter, 1985)

Asimismo, calidad productividad y competitividad: la salida de la crisis”. La calidad es una lucha por mantener la mejora continua de la organización a través de la cooperación de todas las partes interesadas: proveedores, clientes, responsables del diseño de los productos o servicios. Deming señala que, al mejorar la calidad, decrecen los costos por la menor cantidad de errores cometidos, las menores demoras y la mejor utilización de las máquinas y los materiales: el resultado es la mejora de la productividad que lleva a capturar mercados al ofrecer mejor calidad a menores precios, permitiendo así la prosperidad de la empresa. En consecuencia, la calidad de servicio es un conjunto de

elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía, que perciben los clientes de una organización, en concordancia con el nivel de satisfacción que obtienen de todas sus expectativas. (Ortiz & Rosas, 2004)

### ***2.2.1.3. Dimensiones de Calidad de servicio.***

#### **a) Aspectos tangibles**

Una revisión teórica acerca de los aspectos tangibles refiere a la relación que genera el cliente con el proveedor a través de las cosas que puede percibir durante la prestación del servicio, estos aspectos tangibles comprenden diversos ítems.

Los aspectos tangibles son todas las cosas que un cliente puede percibir de manera física, las mismas que generan relaciones y distintos tipos de sentimientos con el proveedor. A pesar de que la generación de vínculos tiene gran relación con los sentimientos o la parte intangible, en el sector salud las cosas que se pueden ver, tocar, o degustar como el caso de la comida, generan vínculos. Los aspectos tangibles son medidos desde que el cliente llega al establecimiento, es decir, la infraestructura como el parqueadero, pasillos y la señalización de los mismos. Otro factor importante es la apariencia del personal, ya que esto ayuda a la confianza que pueda sentir el cliente. La modernidad en equipos que los clientes pueden ver genera confianza de los mismos en los procedimientos que se llevarán a cabo, siendo la apariencia física de los mismos un factor importante en la calidad de servicio. De la misma forma, el aspecto tecnológico es importante ya que la forma en la que percibe el cliente las plataformas electrónicas es un factor que influye a la evaluación de la calidad de servicio. (Parasuraman et al., 1994)

#### **b) Confiabilidad**

La confiabilidad puede ser traducida como la capacidad de llevar a cabo una tarea determinada de forma segura y precisa además se la considera como uno de los factores

claves para la satisfacción del cliente ya que sirve para la mejora continua. (Parasuraman et al., 1994)

La confiabilidad es la capacidad de poder desarrollar una función en condiciones que son establecidas antes de empezar dicha función siendo uno de los puntos que mayor impacto tienen sobre la empresa. Además, se puede traducir como la forma en la que una empresa desempeña las actividades prometidas al momento de contratar un servicio. La confiabilidad es uno de los factores más valorados dentro de la calidad de servicio, ya que pone por encima de todo al vínculo que puede desarrollar el cliente con las personas que trabajan en la empresa, más que con las máquinas, siendo un sinónimo de seguridad de cumplimiento. En adición, la forma más fácil de perder la confianza, a pesar de que esta se genera con las personas, es cuando se falla en la prestación del servicio prometido o la falla de los productos, no estando la pérdida de confianza necesariamente a la parte humana. (Casalino , 2008)

El concepto de confiabilidad tiene una fuerte relación con la precisión y consistencia al momento de prestar el servicio, de este modo una evaluación de lo mencionado sirve para una mejora continua. De este modo concluimos en que la confiabilidad contempla conceptos de habilidad y cuidado para prestar el servicio de la forma en la que se prometió al momento de ofrecer dicho servicio. (Casalino , 2008)

### **c) Capacidad de respuesta**

La capacidad de respuesta es un concepto que presenta ideas de rapidez de respuesta, seguridad de la misma y versatilidad dependiendo de lo solicitado por el cliente. (Santomá & Costa, 2007)

La capacidad de respuesta engloba en su concepto la rapidez y la disponibilidad de los empleados para poder recepcionar las solicitudes de los clientes y poder darles

solución. Las respuestas que puedan brindar los asesores de una empresa tienen que ser rápidos y contemplar, seguridad, conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados para poder generar credibilidad y confianza en los clientes. Para el sector salud la capacidad de respuesta es uno de los determinantes más fuertes para medir la calidad del servicio. Es por eso que la importancia de la rapidez con la que los encargados le dan solución a las quejas de los clientes. En adición a lo anterior, la capacidad de respuesta debe ser un servicio ágil y eficaz para poder solucionar los problemas (Pazmiño y Flor, 2008). Así mismo, es necesario mencionar que las empresas deben poner cuidado en la calidad de respuesta ya que esta es comparada por los clientes con otros proveedores y puede llegar a ser un factor de fidelización (Reyes, 2014). Por último, de acuerdo con el MINSA la capacidad de respuesta es la disposición de servir a los clientes y facilitarles un servicio rápido y adecuado frente a una demanda con una respuesta de calidad y en un tiempo aceptable. (Santomá & Costa, 2007)

#### **d) Seguridad**

La literatura de la calidad de servicio dice que la seguridad es la forma acertada de generar confianza con un cliente a través de la forma en la que los agentes de una empresa prestan el servicio. Respecto al área de salud, el MINSA conceptualiza la seguridad como una herramienta para evaluar la confianza que genera el personal médico en el cliente, al brindar su servicio médico demostrando conocimiento respecto a la solución de su problema de salud, brindando privacidad, cortesía y habilidad para comunicarse con el cliente. (Casalino , 2008)

La seguridad es la forma en la que los agentes de una empresa generan vínculos con un cliente. En este sentido los vínculos que se generan entre el proveedor y el cliente son de credibilidad y de confianza en el servicio. Este vínculo de seguridad y confianza

genera un sentimiento de protección en el cliente cuando lleva a cabo sus actividades y transacciones. La forma en la que los agentes desarrollan sus actividades son las que generan con capaces de generar confianza en el cliente. Es importante resaltar que el desenvolvimiento de los empleados se califica por valores de integridad, amabilidad y asertividad. También se evalúa la seguridad en el servicio con los conocimientos que el cliente percibe de la persona que está prestando el servicio. En este sentido es importante que la empresa se esfuerce por mejorar y mantener la competencia profesional de los encargados del servicio. De esta forma la empresa conseguirá que el servicio sea percibido como fuera de riesgos, peligros y dudas al momento de contratarlo. (Casalino , 2008)

#### **e) Empatía**

La conceptualización de empatía es la medición del trato de los prestadores de servicio a través del trato diferenciado, al momento de satisfacer las necesidades de los clientes, la empatía es la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra persona, entender y atender adecuadamente sus necesidades. (Carvajal & Rojas, 2005)

Respecto a la empatía médica concluimos que “esta puede ayudar al profesional de la salud a imaginar y finalmente comprender, lo que el cliente está sintiendo, sin convertirse él en paciente y de esta forma sentir mejor todo aquello que nos es común a los seres humanos. (Carvajal & Rojas, 2005)

La empatía engloba el concepto de calificación del trato, atención e interés que los agentes encargados de brindar un determinado servicio manifiestan a los clientes. Esta calificación se genera por la atención humanitaria que reciben los clientes por parte del proveedor, es decir la identificación que puede hacer el cliente del servicio por el estado de ánimo que tuvo en la obtención del servicio. (Caldera, Pierla, & Ortega, 2011)

## **2.2.2. Satisfacción del cliente.**

### ***2.2.2.1. Definición de satisfacción***

De acuerdo a la Real Academia Española, la satisfacción es “acción y efecto de satisfacer o satisfacerse; razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria; cumplimiento o deseo del gusto.” La satisfacción del cliente puede ser considerada como la saciedad del cliente que tiene acerca de un producto o servicio adquirido, la misma que es considerada como un factor importante para la empresa puesto a que la misma trae beneficios considerables para la empresa. (Ballesteros, 2005)

### ***2.2.2.2. Definición de satisfacción del cliente***

En términos de satisfacción del cliente respecto a los servicios de atención sanitaria, manifiesta que la satisfacción del cliente (SU), es un concepto multidimensional que evalúa individualmente aspectos que intervienen en el cuidado de la salud, la SU es resultado de las expectativas del cliente en relación a la atención sanitaria y el estado de salud. (Basantes & Vinueza , 2017)

Pascoe (1983) Ibern (1992), citado (Liang et al., 2010) manifiestan que “en el sector sanitario la satisfacción del paciente (SP) es vista como una medida más del resultado de las intervenciones sanitarias”, el cliente, al salir de la atención sanitaria, hace una comparación entre la atención que recibió y lo que él esperaba.

García et.al. citados por (Sasser et al., 1978), precisan que la satisfacción del cliente se refiere al conjunto de actitudes y comportamientos hacia un objetivo particular (calidad de la atención médica reciba). Una revisión panorámica de los estudios realizados nos permite afirmar que la satisfacción del cliente, con los servicios de salud, depende en gran medida de la calidad de los servicios que

ofrecen y el trato personal que reciben del médico”. En este sentido, (Oliver, 1980) manifiestan que resulta un tanto complejo definir la satisfacción del cliente pues se refiera a un concepto subjetivo y emocional del cual depende el éxito o fracaso del trabajo emprendido y se articula directamente con la eficiencia y calidad de los cuidados y servicios prestados en un sistema sanitario.

La satisfacción del cliente refiere el “nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”, entonces afirmamos que la satisfacción es igual al cumplimiento de las perspectivas más las expectativas. (Witt & Stewart, 1996)

La satisfacción del cliente es un indicador de saciedad en relación a un producto o servicio adquirido, generando un sentimiento de placer. No se puede dar por implícito el concepto de satisfacción sólo con lo ofertado al momento de promocionar el producto o servicio. Es por eso que es necesario que el cliente realice una evaluación post compra que permita contrastar los criterios de decisión de recompra debido a la satisfacción percibida. Por eso la satisfacción del cliente es entendida como la percepción de cobertura de necesidades ante la adquisición de un bien o producto. Desde diferentes puntos de vista del marketing, la satisfacción de las necesidades de un cliente es consideradas como un factor de una empresa en el mercado. Este éxito se mide de manera intangible, y son conceptos como la fidelización o lealtad del cliente, una amplitud de cartera de clientes por la recomendación del cliente satisfecho, lo que conlleva a un olvido de la competencia por parte del cliente. Por lo mencionado anteriormente. (Concha, 2012)

### ***2.2.2.3. Dimensiones de Satisfacción del cliente.***

#### **a) Rendimiento percibido**

Es el valor que el cliente otorga al servicio o producto después de haberlo obtenido. Se entiende que el rendimiento percibido es “El grado en que el servicio o bien de consumo cumple con sus funciones, no obstante, el efecto del rendimiento resulta difícil de soslayar en algunas situaciones, como ocurre con el aprendizaje que subyace en los productos novedosos”. (V. Zeithaml et al., 2002)

En conclusión, el rendimiento percibido lo determina el punto de vista del cliente, se da como resultado de aquello que el cliente obtiene del producto o servicio, el valor dado al producto o servicio por otras personas influirá en la opinión de futuros clientes, finalmente, el rendimiento percibido depende en gran manera del ánimo del cliente y de sus razonamientos. (Parasuraman et al., 1994)

#### **b) Las Expectativas**

Las expectativas del cliente en toda gestión de servicio se deben tomar en cuenta pues estas nos llevan a una variable tan importante como es la satisfacción del cliente, donde podemos evaluar el resultado del producto o servicio (Navas, 1990, citado por Moreno y Carzola (2023)) “El término expectativas se usó por primera vez en el análisis motivacional de la conducta hecha por teóricos tales como Edward Tolman y Kurt Lewin”.

Entiéndase por expectativa a la esperanza de realizar o cumplir un propósito, una expectativa va más allá de lo que se puede ver, en ocasiones el resultado puede dar satisfacción o insatisfacción; al respecto, las expectativas del cliente juegan un rol importante en lo que se espera recibir del servicio y lo que técnicamente se recibe”; para Pérez (2018), “las expectativas pueden ser analizadas tanto desde el punto de vista de la evaluación de las metas personales como acerca de acontecimientos ajenos a la persona,

las expectativas son definidas como la antelación de un evento o consecuencia futura, tanto en el ámbito social como en el ámbito personal. (Concha, 2012)

Se concluye, por lo tanto, que las expectativas están asociadas con la satisfacción del servicio o producto prestado teniendo en cuenta que la predicción de lo que se espera está relacionada con la satisfacción final de cliente. (Oliver, 1980)

### **c) Niveles de Satisfacción**

La lealtad hacia una empresa o marca se define por los niveles de satisfacción del cliente, de acuerdo con (Kotler & Keller, 2006), la lealtad de los clientes depende de “Una buena administración de las relaciones con el cliente que dará como resultado clientes leales quienes hablarán de manera favorable del producto o servicio adquirido”.

Según (Kotler & Keller, 2006), la lealtad de los clientes está dividida por: “clientes poco satisfechos, un poco satisfechos y totalmente satisfechos”. Si se genera una ligera disminución en la satisfacción esto traerá como consecuencia un enorme descenso en la lealtad.

También menciona que las empresas inteligentes buscan deleitar a los clientes prometiendo tan solo lo que son capaces de dar, y luego entregando más de lo que prometieron, los clientes encantados no solo vuelven a comprar, sino que también se convierten en socios de marketing y “evangelistas” que transmiten a otros sus buenas experiencias. (Kotler & Keller, 2006)

De acuerdo con (Witt & Stewart, 1996) los niveles de satisfacción se agrupan en tres y son experimentados por los clientes luego de haber realizado la compra de un bien o servicio:

**“Insatisfacción:** El desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas.

**Satisfacción:** El desempeño percibido del producto coincide con las expectativas.

**Complacencia:** El desempeño percibido del producto excede las expectativas”

### 2.3. Marco Conceptual

#### **Calidad**

Satisfacción de las exigencias del cliente. Ajuste del producto o servicio a su finalidad y cumplimiento de expectativas del cliente. (Caldera, Pierla, & Ortega, 2011)

#### **Calidad de servicio**

La calidad de servicio es momentánea, puede medirse difícilmente. Los servicios de intangibilidad propios originan ser observados de forma subjetiva en gran medida. Por último, la calidad observada se evalúa (alta o baja) en el marco de una confrontación, con respecto a la grandiosidad o superioridad relativas de los bienes y/o servicios que el cliente observa como interinos. (Calixto et al., 2011)

#### **Aspectos tangibles**

Una revisión teórica acerca de los aspectos tangibles se refiere a la relación que genera el cliente con el proveedor a través de las cosas que puede percibir durante la prestación del servicio, estos aspectos tangibles comprenden diversos factores, son activos materiales que se pueden ver y tocar, los activos tangibles impactan en la calidad de servicio en una empresa, siempre y cuando sean direccionados al cliente, elevando de este modo la percepción de calidad que se lleva de la empresa. (Parasuraman et al., 1991)

#### **Confiabilidad**

La confiabilidad es la capacidad de llevar a cabo una tarea determinada de forma segura y precisa además se la considera como uno de los factores claves para la satisfacción del cliente ya que sirve para la mejora continua y el logro de resultados ofrecidos al cliente. Se concluye que la confiabilidad es la expectativa positiva del buen funcionamiento de un bien o servicio. (V. Zeithaml et al., 2002)

### **Capacidad de respuesta**

La capacidad de respuesta es un concepto que presenta ideas de rapidez de respuesta, seguridad de la misma y versatilidad dependiendo de lo solicitado por el cliente, por lo cual, es una competencia emprendedora interna para ayudar a los clientes y proveer el servicio con prontitud; en este marco. (Parasuraman et al., 1994)

### **Seguridad**

La seguridad es la forma acertada de generar confianza con un cliente a través de la forma en la que los agentes de una empresa prestan el servicio, como el conocimiento, autoridad y poder para brindar información acerca del servicio y/o producto al cliente; en los servicios de salud, la seguridad en el cliente depende en gran manera de la forma en que el médico genera confianza en él al brindar su servicio médico solucionando su problema de salud de manera inmediata. (Parasuraman et al., 1991)

### **Empatía**

La empatía es la medición del trato de los prestadores de servicio a través del trato diferenciado al momento de satisfacer las necesidades de los clientes, logrando conocer y comprender los sentimientos que siente otro individuo. Es la capacidad de ponernos en el lugar de los demás para entender su forma de pensar, generando simpatía y una comunicación eficaz y eficiente, dicho de otro modo, la empatía es la relación médico-

paciente utilizada como un recurso para facilitar el diagnóstico y tratamiento, teniendo como resultado que el médico se ponga en los zapatos del cliente. (Parasuraman et al., 1991)

### **Satisfacción del Cliente.**

La satisfacción del cliente puede ser considerada como la saciedad del cliente que tiene acerca de un producto o servicio adquirido, la misma que es considerada como un factor importante para la empresa puesto que la misma trae beneficios considerables para la empresa. Es un término propio del marketing que hace referencia a la satisfacción que tiene un cliente respecto a un producto o servicio que ha recibido (Oliver, 1980)

### **Rendimiento percibido**

El rendimiento de la institución de salud, percibido por el cliente: Se refiere al desempeño (cuánto valor se le da), dado al servicio o producto, en otras palabras, es el efecto que el cliente “percibe” que obtuvo del servicio que adquirió, determinan el rendimiento percibido “como el desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio”; confirmando lo dicho, (Kotler & Keller, 2006) definen que “el rendimiento percibido de un producto está relacionado con las expectativas. Si el rendimiento es menor que las expectativas, el cliente se siente decepcionado. Si es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho. Si las supera, el cliente estará encantado.

### **Las expectativas**

Se entiende por expectativas generalmente a las esperanzas, deseos, ilusión, sueño de realizar o concretar un propósito definido; en este sentido, (Zeithaml et al, 2011) mencionan que “las expectativas del cliente son las creencias relacionadas con la

prestación del servicio que funcionan como estándares o puntos de referencias contra los cuales se juzga su desempeño”.

### **Niveles de satisfacción**

Los Niveles de satisfacción, dicho de otro modo, son los grados de complacencia experimentados por el cliente después de la compra de un bien o servicio; en este sentido, (Kotler & Keller, 2006) establece que después de realizar la compra de un bien o servicio, los clientes experimentan tres niveles de satisfacción: Insatisfacción, satisfacción y complacencia.

## **CAPÍTULO III**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **3.1. Hipótesis General**

Existe relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la clínica de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

#### **3.2. Hipótesis Especificas**

1. Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.
2. Existe relación directa y significativa entre la sensibilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.
3. Existe relación directa y significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.
4. Existe relación directa y significativa entre la empatía y satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.
5. Existe relación directa y significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

#### **3.3. Variables**

Variable 1 - Calidad de servicio: Son dos conceptos indesligables cuando se trata de la relación directa que establecen las organizaciones con los clientes. Se proponen algunas definiciones relacionadas con la calidad de servicio para finalmente construir la más pertinente para la presente investigación: (Oh, 1999)

#### **Dimensiones:**

Dentro de las dimensiones tenemos lo que son **Aspectos tangibles**, esto es importante porque nos ayuda a determinar las cosas visibles o también darle mayor énfasis, para los puntos de mejora, entre ellos están los horarios de atención, el acceso a las campañas que realiza la clínica, la señalización en los ambientes, la disposición del personal a brindar atención; también la **Confiabilidad** puesto que es una base fundamental para que los pacientes sientan que no habrá fallas en el servicio, determinando así si los tiempos de espera para obtener una cita es el adecuado, si se respeta el orden de llegada de los pacientes, el respeto a la privacidad de cauno de ellos, confianza en su diagnóstico de salud; por otro lado también vemos la **Capacidad de respuesta**, al brindar de manera adecuada la información por el personal de admisión, el trato optimo del personal médico, el tiempo de espera para obtener respuesta a las dudas de los pacientes, el tiempo de espera de resultados y exámenes médicos; también determinar que la **Seguridad** en un punto muy necesario que nos ayuda a establecer si las dudas con respecto a su enfermedad son resueltas de manera clara, si sus exámenes son minuciosos, si se sienten seguros al recibir los servicios, otro pilar en para determinar en esta variable es la **Empatía**, esto nos ayudad a comprobar si el personal asistencial les brinda un trato personal, apropiado, donde demuestran interés por la recuperación y el bienestar de cada paciente. Es así que estas variables nos apoyan a realizar los instrumentos de recolección de datos.

Variable 2 – Satisfacción del cliente. En términos de satisfacción del cliente respecto a los servicios de atención sanitaria, manifiesta que la satisfacción del cliente (SU), es un concepto multidimensional que evalúa individualmente aspectos que intervienen en el cuidado de la salud, la SU es resultado de las expectativas del cliente en relación a la atención sanitaria y el estado de salud. (Basantes & Vinueza , 2017)

**Dimensiones:**

Dentro de las dimensiones de esta variable encontramos lo que es el **Rendimiento percibido**, de esta forma evaluamos el resultado de los servicios que brinda la Clínica Rebagliati, si los pacientes se sienten conforme con el desempeño e interés del personal, tanto asistencial como administrativo, si la comodidad de los ambientes son buenos, el trato de todo el personal es amable, si los precios son adecuados por el servicio que brinda; otra de las dimensiones son **Las expectativas**, para poder determinar si todos los servicios brindados cubren las necesidades y perspectivas que tienen de la clínica, en cuanto a seguridad, interés del personal, comodidad, confianza, capacidad de respuesta, y determinar la satisfacción en base a las recomendaciones de pueden dar a futuro; como otra dimensión tenemos los **Niveles de servicio**, la medida en que se sienten satisfechos con los servicios, en cuanto a su comodidad, trato, si considera volver a acudir por los servicios.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	Calidad y servicio son dos conceptos indisolubles cuando se trata de la relación directa que establecen las organizaciones con los clientes. Se proponen algunas definiciones relacionadas con la calidad de servicio para finalmente construir la más pertinente para la presente investigación: (Oh, 1999)	En cuanto a la calidad se pudo determinar es buscar la excelencia en la atención a los usuarios de la clínica, por lo tanto se recolectó información respecto a los aspectos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	<b>Aspectos tangibles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tiene horarios de atención adecuados</li> <li>✓ Brinda acceso a las campañas oportunamente</li> <li>✓ Cuenta con señalización y fácil acceso a todas las áreas</li> <li>✓ Brinda atención inmediata ante consultas de programación</li> </ul>	<b>Ordinal</b>
			<b>Confiabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tiene tiempo de espera óptimo</li> <li>✓ Respeta al orden de llegada de citas</li> <li>✓ Respeta la privacidad de los pacientes</li> <li>✓ Muestra confidencialidad de diagnóstico</li> </ul>	
			<b>Capacidad de respuesta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Muestra amabilidad y cortesía en la atención</li> <li>✓ Trato deseado hacia los pacientes</li> <li>✓ Tiempo brindado por el personal</li> <li>✓ Brinda de duración de su consulta adecuado</li> </ul>	
			<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atiende los pormenores respecto a su salud</li> <li>✓ Aclara las dudas de los pacientes</li> <li>✓ Énfasis en realizar exámenes médicos</li> <li>✓ Brinda confianza en la atención médica</li> </ul>	
			<b>Empatía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atienden de manera confiable</li> <li>✓ Brinda explicaciones claras</li> <li>✓ Brinda información delicada de manera adecuada</li> <li>✓ Orientación respecto al tratamiento médico</li> </ul>	
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	En términos de satisfacción del cliente respecto a los servicios de atención sanitaria,	En cuanto a la satisfacción del cliente se pudo determinar que es la gratificación que percibe el cliente con	<b>Rendimiento percibido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Demuestra alto desempeño del personal</li> <li>✓ Brinda comodidad en la atención</li> <li>✓ Genera buena percepción del cliente</li> <li>✓ Establece el precio acorde al servicio</li> </ul>	<b>Ordinal</b>

	<p>manifiesta que la satisfacción del cliente (SU), es un concepto multidimensional que evalúa individualmente aspectos que intervienen en el cuidado de la salud, la SU es resultado de las expectativas del cliente en relación a la atención sanitaria y el estado de salud. (Basantes &amp; Vinuesa , 2017)</p>	<p>respecto a un servicio, por lo tanto se recolectó información con respecto al rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción.</p>	<p><b>Las expectativas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brinda seguridad del paciente</li> <li>✓ Genera preferencia por la clínica</li> <li>✓ Cumple la atención de consultas.</li> <li>✓ Cumple las actividades programadas</li> <li>✓ Busca cumplir las expectativas</li> <li>✓ Genera recomendación de los servicios</li> </ul>	
			<p><b>Niveles de satisfacción</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoya en la obtención de sus próximas citas</li> <li>✓ Busca satisfacción del servicio</li> <li>✓ Busca continuidad del servicio</li> <li>✓ Busca lealtad a la empresa</li> <li>✓ Genera preferencia del servicio</li> </ul>	

## CAPÍTULO IV

### METODOLOGÍA

#### 4.1. Métodos de Investigación

Como método general, se utilizó el método científico, que según Bavaresco (2013), refiere que: “La investigación científica consiste, por lo tanto, en cuatro pasos fundamentales: 1) La observación sistemática y registro de los datos; 2) Su clasificación u organización; 3) El análisis de los datos obtenidos de manera ordenada y 4) La interpretación de dichos datos. Esto es lo que en realidad se ha denominado "método científico". Estos aspectos son utilizados una vez que el investigador ha planteado su hipótesis de trabajo, la cual va a ser objeto de investigación por parte del científico, siempre y cuando sean de tipo descriptivo-experimental o bien experimental, explicativo o de control (la más recomendada)”

Al respecto Behar (2008), considera que el método científico se suele utilizar para mejorar o precisar teorías previas en función de nuevos conocimientos, donde la complejidad del modelo no permite formulaciones lógicas. Por lo tanto, tiene un carácter predominantemente intuitivo y necesita, no sólo para ser rechazado sino también para imponer su validez, la contrastación de sus conclusiones.

Como método específico, se empleara el método descriptivo, porque para la variable a investigar, se observa de manera indirecta a fin de medir los datos, sin necesidad de manipular ni alterar la realidad, como aduce Sierra, R. (2007), que posibilita estudiar teorías, enfoques, tipos, factores, La aplicación de este método solo permite investigar un hecho a fin de profundizar nuestros conocimientos sobre la variable elegida, sin que haya manipulación dada de parte de quienes investigan el hecho, fenómeno, situación, evento, etc.

#### 4.2. Tipo de Investigación

Al respecto, (Oseda et al., 2018), refieren que el tipo de investigación es básica o pura, “También denominada investigación teórica, sustantiva o dogmática. Se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes”. Esta investigación contribuye con ampliar nuevos conocimientos con el propósito de generar datos que confirmen o refuten el estudio, en este caso es, si existe una relación entre la Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente.

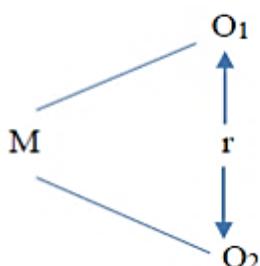
#### 4.3. Nivel de Investigación

La investigación está ubicada en el nivel correlacional, debido que el objetivo es determinar las características de una variable o fenómeno en un determinado lugar o tiempo y su relación con otro fenómeno, esto posibilita acceder al conocimiento objetivo de dicho fenómeno exactamente tal como se presenta en la realidad de manera natural, como sostiene (Sánchez & Reyes, 2015),

#### Diseño de Investigación

Para (Hernández et al., 2010), el diseño de investigación constituye el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y en su estudio clasifica la investigación cuantitativa en dos tipos de diseño de investigación, no experimental, de corte transversal

Esquema de diseño



M = Muestra:

O1 = Variable 1: Calidad de servicio

O2 = Variable 2: Satisfacción del cliente

r = Relación entre las dos variables

#### **4.4. Población y muestra**

##### **4.4.1. Población**

(Levin & Rubin, 2004). “Una población es un conjunto finito o infinito de personas u objetos que representan todos los elementos de estudio, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones. Las poblaciones suelen ser muy extensas y es imposible observar a cada componente, por ello se trabaja con muestras o subconjuntos de esa población. La población fue de 190 usuarios de la Clínica Rebagliati, es el total de pacientes hospitalizados en un mes; se eligió a los pacientes, ya que ellos pasan por casi todos los servicios de la clínica, desde el área de admisión que es donde se registra a cada paciente y el área de caja donde realizan los pagos, también acuden al área de consultorios para ser evaluados por un médico, recurren al área de imágenes, para realizar exámenes de rayos x, ecografías, tomografías, etc. asimismo, pasan por el área de laboratorio, puesto que la mayoría de ellos requieren exámenes pre quirúrgicos, y el área de hospitalización, donde su estadía es más amplia. De esta forma vimos por conveniente recabar mayor información de estos pacientes ya que pueden tener una perspectiva amplia de la mayoría de los servicios de la clínica

##### **4.4.2. Muestra**

La muestra está constituida de manera no Probabilística por conveniencia, se consideró censal, ya que se eligió la muestra constituida por 190 usuarios de la clínica Rebagliati de Huancayo.

#### **4.5. Técnicas de Instrumento de Recolección de Datos**

##### **4.6.1. Técnicas de recolección de datos**

La técnica fue la encuesta propuesta el SERVQUAL es una herramienta de escala multidimensional para evaluar la calidad del servicio brindado en empresas del sector Educación, Salud, etc. desarrollado por Valerie, Zeithaml, Parasuraman y Berry. Quienes sugieren que la comparación entre las expectativas generales de los usuarios (Clientes, pacientes, beneficiarios, etc.) y sus percepciones respecto al servicio que presta una organización, puede constituir una medida de calidad del servicio y la brecha existente entre ambas un indicador para mejorar.

##### **4.6.2. Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento fue el cuestionario SERVQUAL modificado, para su uso en la clínica, la misma que incluye 20 preguntas de calidad de servicio y 18 preguntas de satisfacción del cliente, con la finalidad obtener los resultados que nos permitan conocer el objetivo de la investigación conjuntamente responder la problemática de nuestra investigación.

##### ***Validez***

Es la propiedad que hace referencia a que todo instrumento debe medir lo que se ha propuesto medir” vale decir que demuestre efectividad al obtener los resultados de la capacidad, conducta, rendimiento o aspectos que asegura medir. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). El instrumento fue validado por un juicio de expertos

### ***Confiabilidad***

De acuerdo a (Rosas & Zuñiga, 2010) un cuestionario es confiable para un valor de alfa de cronbach  $\geq 0.05$

Para el cuestionario de calidad del servicio el valor de alfa de Cronbach fue de  $0.985 > 0.75$  para una prueba piloto de 20 y 20 ítems, lo que indica que el cuestionario es confiable. (Ver anexos)

Para el cuestionario de satisfacción del cliente el valor de alfa de Cronbach fue de  $0.900 > 0.75$  para una prueba piloto de 20 y 18 ítems, lo que indica que el cuestionario es confiable. (Ver anexos)

#### **4.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis De Datos**

Para el procesamiento de los datos se usó el programa SPSS V25, tabulando las encuestas aplicadas a los pacientes y usuarios de la clínica, después se realizó la descripción de resultados con tablas figuras de frecuencias y porcentajes. Luego se hicieron las pruebas de hipótesis con el estadígrafo tau b kendall-

#### **4.7. Aspectos Éticos de Investigación**

Para nuestra investigación, siendo una investigación basada en la administración general, se considera la no maleficencia, desde el punto de vista metodológico, consistente en hacer bien el trabajo. La que se realizó con justicia, que será de utilidad social para poder visualizar que tan importante es el planeamiento estratégico para el público.

A su vez nuestro trabajo de investigación contribuye al conocimiento científico, velando con contribuir a soluciones conflictos sociales. Nuestros resultados obtenidos en

nuestro trabajo de investigación serán de libre acceso, debido que se espera un análisis crítico del público interesado como de investigadores expertos, los cuales, los resultados obtenidos serán claros.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS

#### 5.1. Resultados Descriptivos

Se expone resultados del trabajo: Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022

##### 5.1.1 Estudio descriptivo de la variable Calidad del servicio en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022

La variable tuvo las siguientes dimensiones: aspectos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.

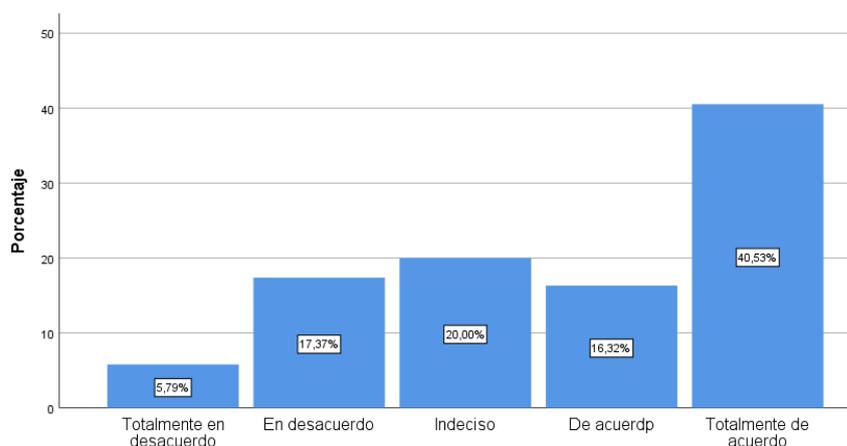
**Tabla 1**

*Calidad del servicio en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	5,8
En desacuerdo	33	17,4
Indeciso	38	20,0
De acuerdo	31	16,3
Totalmente de acuerdo	77	40,5
Total	190	100,0

**Figura 1**

*Calidad del servicio en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



#### Interpretación:

Se puede observar en la tabla 1 y figura 1 que la mayoría de los usuarios se encuentra totalmente de acuerdo siendo el 40.53% y el 16.32% se encuentra de acuerdo en que los

componentes de calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati, demostrando así que los aspectos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía se encuentran presentes en la clínica Rebagliati, también podemos evidenciar que el 20% se muestra indeciso o indiferente al respecto de estos factores, el 17.37% se encuentra en desacuerdo y el 5.79% se encuentra totalmente en desacuerdo.

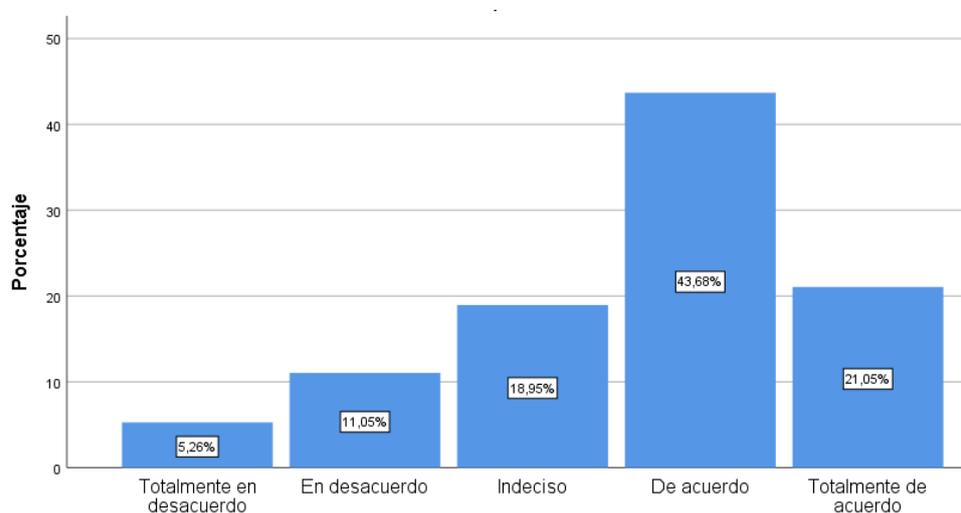
**Tabla 2**

*Aspectos tangibles en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	5,3
En desacuerdo	21	11,1
Indeciso	36	18,9
De acuerdo	83	43,7
Totalmente de acuerdo	40	21,1
Total	190	100,0

**Figura 2**

*Aspectos tangibles en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



**Interpretación:**

Se puede observar en la tabla 2 y figura 2 que el 43.68% se encuentra de acuerdo que los aspectos tangibles están presentes en la clínica Rebagliati, y un 21.05% se encuentra totalmente de acuerdo que se los aspectos tangibles de calidad se encuentran presentes en

la Clínica Rebagliati, determinando así, que el personal le presta atención ante sus consultas, tiene horarios adecuados de atención, las campañas que realiza son accesibles y los ambientes están bien señalizados, podemos evidenciar también que el 18.95% se encuentra indeciso o indiferente, también podemos ver que el 11.05% está en desacuerdo y el 5.26% se encuentra totalmente en desacuerdo al respecto.

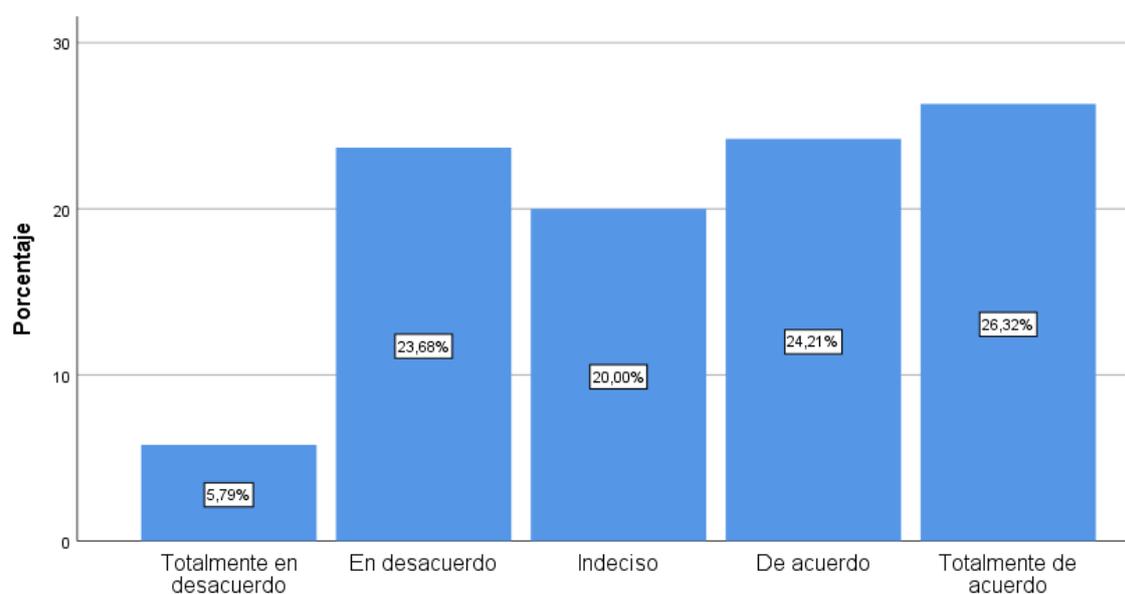
**Tabla 3**

*Confiabilidad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	5,8
En desacuerdo	45	23,7
Indeciso	38	20,0
De acuerdo	46	24,2
Totalmente de acuerdo	50	26,3
Total	190	100,0

**Figura 3**

*Confiabilidad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

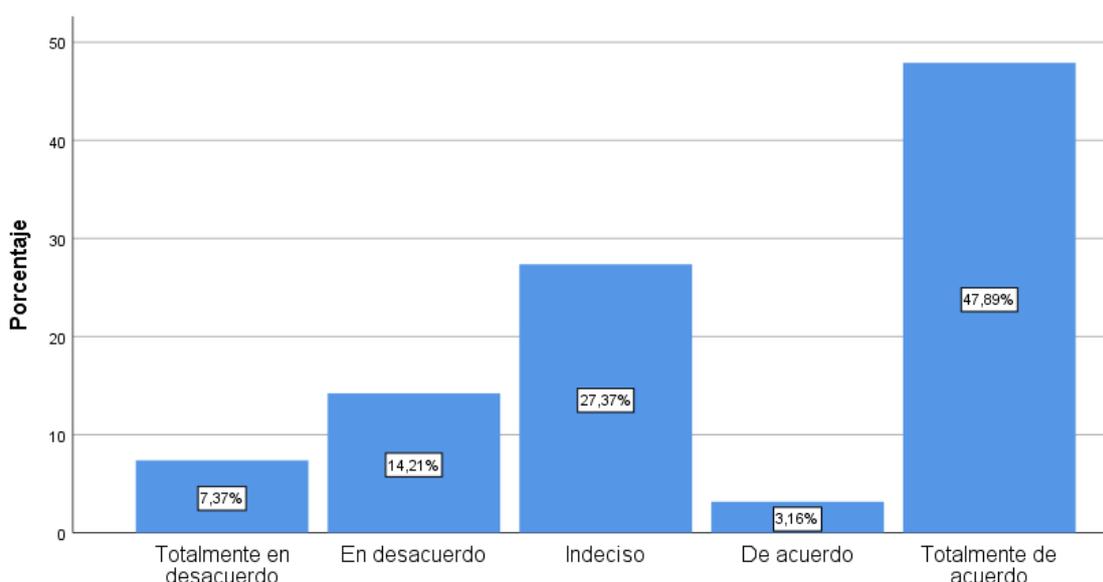


**Interpretación:**

Se puede observar en la tabla 3 y figura 3 que el 26,32% está totalmente de acuerdo en que la confiabilidad se encuentra presente en la clínica Rebagliati, el 24,21% de los usuarios considera que los aspectos de confiabilidad están presentes, siendo así que los tiempos para obtener una cita son los adecuados, se respeta los horarios programados, la confiabilidad en su diagnóstico y privacidad es la esperada, podemos evidenciar también que el 23.68% de los usuarios está en desacuerdo, el 5.79% totalmente en desacuerdo con los aspectos de confiabilidad en la Clínica Rebagliati y el 20% se encuentra indeciso o indiferente al respecto.

**Tabla 4***Capacidad de respuesta en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	14	7,4
En desacuerdo	27	14,2
Indeciso	52	27,4
De acuerdo	6	3,2
Totalmente de acuerdo	91	47,9
Total	190	100,0

**Figura 4.***Capacidad de respuesta en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022***Interpretación:**

Se puede observar en la tabla 4 y figura 4 que la mayoría de los usuarios se encuentra totalmente de acuerdo (47.89%) en que los componentes de capacidad de respuesta de calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati, determinando así que la amabilidad del personal de admisión, el trato del personal de salud es la deseada, el tiempo de atención a las dudas y consultas es el adecuado, podemos evidenciar también que el

3.16% se encuentra de acuerdo, por otro lado el 14.21% se encuentran en desacuerdo, el 7.37% totalmente en desacuerdo que los factores de capacidad de respuesta se encuentran presentes en la clínica Rebagliati, y el 27.37% se encuentra indeciso o indiferente al respecto.

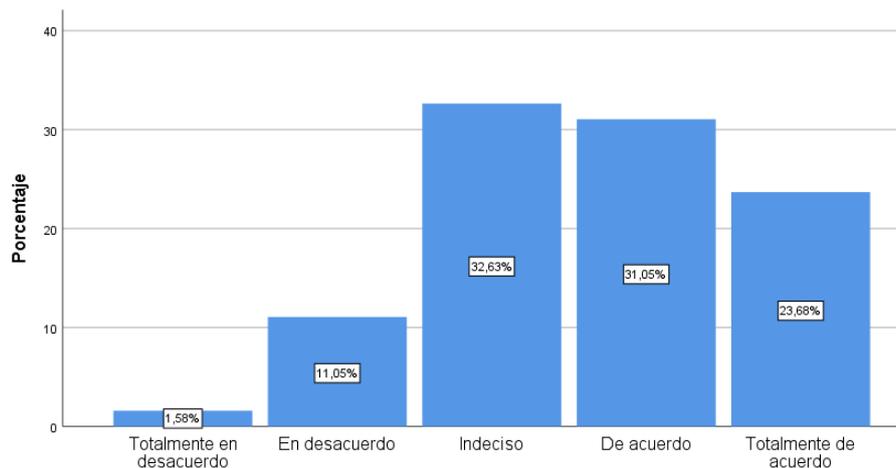
**Tabla 5**

*Seguridad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1,6
En desacuerdo	21	11,1
Indeciso	62	32,6
De acuerdo	59	31,1
Totalmente de acuerdo	45	23,7
Total	190	100,0

**Figura 5**

*Seguridad en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



**Interpretación:**

Se puede observar en la tabla 5 y figura 5 que la mayoría de los usuarios se encuentra indeciso al respecto que la seguridad se encuentra presente en la clínica Rebagliati, siendo esto el 32.63%, se puede evidenciar también que el 31.05% se encuentra de acuerdo, el 23.68% se encuentra totalmente de acuerdo que los componentes de seguridad se encuentran presentes en la clínica Rebagliati, de esto podemos evidenciar que las dudas de su enfermedad son resueltas de manera clara, los exámenes fueron minuciosos, la atención del personal le brinda seguridad, y confianza, que en general se sienten seguros al acudir a la clínica, también se puede evidenciar que el 11.05% está en desacuerdo y el 1.58% se encuentra totalmente en desacuerdo que los componentes seguridad se encuentran en la clínica Rebagliati.

### **Tabla 6**

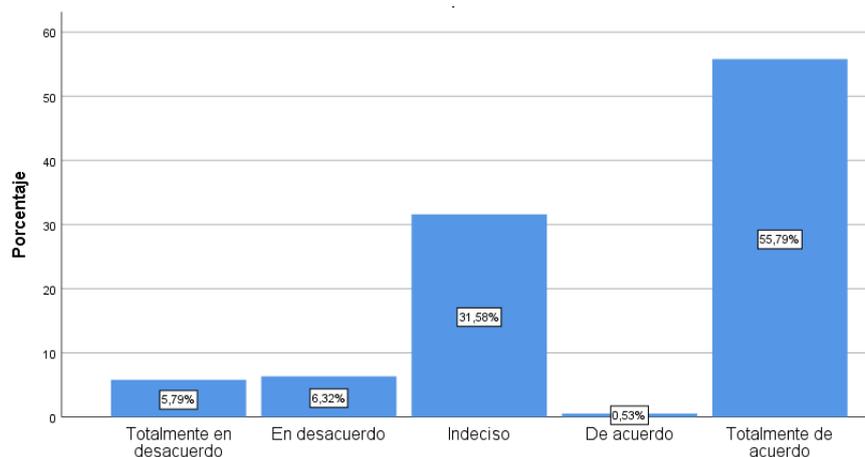
*Empatía en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	5,8
En desacuerdo	12	6,3
Indeciso	60	31,6
De acuerdo	1	,5
Totalmente de acuerdo	106	55,8
Total	190	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

### **Figura 6**

*Empatía en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



### Interpretación:

Se puede observar en la tabla 6 y figura 6 que la mayoría de los usuarios se encuentra totalmente de acuerdo siendo un 55.79% en que los componentes de empatía en la calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati, determinando así que el interés del médico para darles tratamiento les brinda tranquilidad, las explicaciones son fueron claras, recibieron información de los resultados de manera apropiada, las explicaciones del tratamiento fueron brindadas de manera clara y amable, sin embargo el 31.58% se encuentra indeciso al determinar la empatía en el servicio de la clínica Rebagliati, el 6.32% se encuentra en desacuerdo y el 5.79% se encuentra totalmente en desacuerdo.

### 5.1.2 Estudio descriptivo de la variable satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022

Las dimensiones de la variable son: Rendimiento percibido, Las expectativas, Niveles de satisfacción

**Tabla 7**

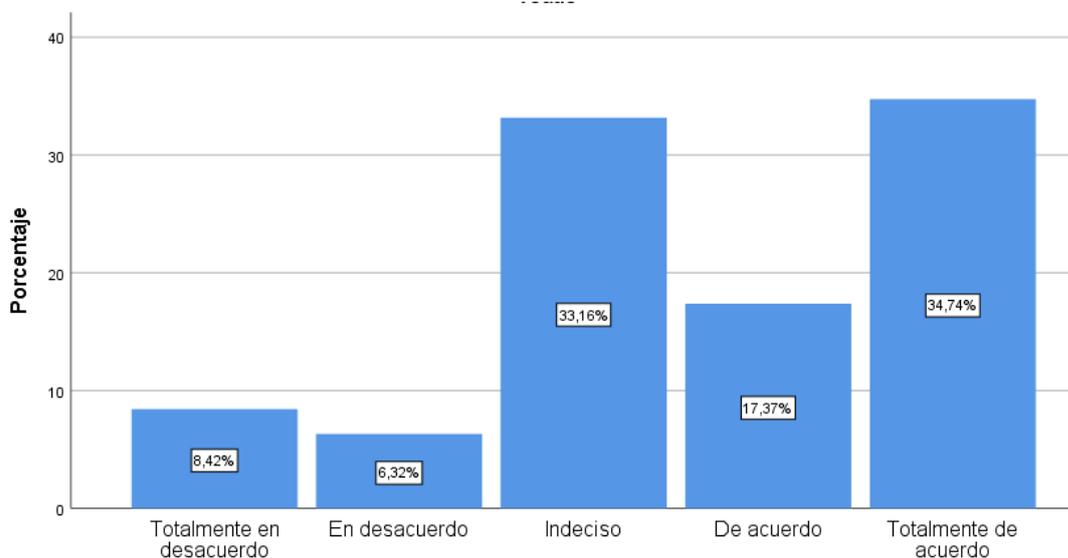
*Satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	16	8,4
En desacuerdo	12	6,3
Indeciso	63	33,2
De acuerdo	33	17,4

Totalmente de acuerdo	66	34,7
Total	190	100,0

**Figura 7**

*Satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



**Interpretación:**

Se puede observar en la tabla 7 y figura 7 que los criterios para medir la satisfacción, en este caso las expectativas, el rendimiento percibido y los niveles de satisfacción que son las dimensiones que nos permiten clarificar la satisfacción del cliente nos da como resultado que el 34.74% se encuentra totalmente de acuerdo, el 17.37% se encuentra de acuerdo, el 33.16% se encuentra indeciso, sin embargo el 6.32% se encuentra en desacuerdo y el 8.42% se encuentra totalmente en desacuerdo, comparando con los resultados de calidad podemos determinar que tiene una valoración mayor.

**Tabla 8**

*Rendimiento percibido en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

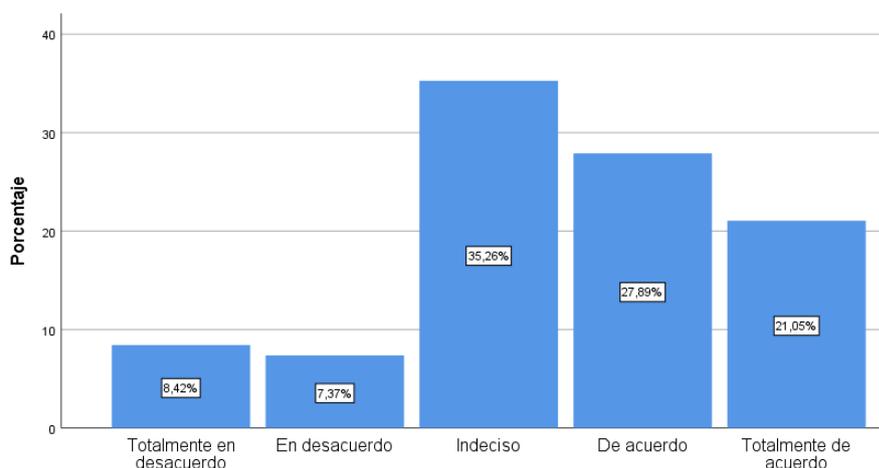
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	16	8,4
En desacuerdo	14	7,4
Indeciso	67	35,3

De acuerdo	53	27,9
Totalmente de acuerdo	40	21,1
Total	190	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

### Figura 8

*Rendimiento percibido en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



### Interpretación:

Se puede observar en la tabla 8 y figura 8 que el 35.26% se encuentra indeciso con respecto a que el nivel de satisfacción corresponde al rendimiento percibido, mientras que el 27.89% se encuentra de acuerdo y el 21.05% totalmente de acuerdo que están satisfechos con el desempeño del personal, los ambientes y el servicio son cómodos, tienen una percepción favorable de la clínica Rebagliati y el precio pagado es acorde al servicio recibido, sin embargo el 7.37% está en desacuerdo y el 8.42% se encuentra totalmente en desacuerdo.

### Tabla 9

*Expectativas en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

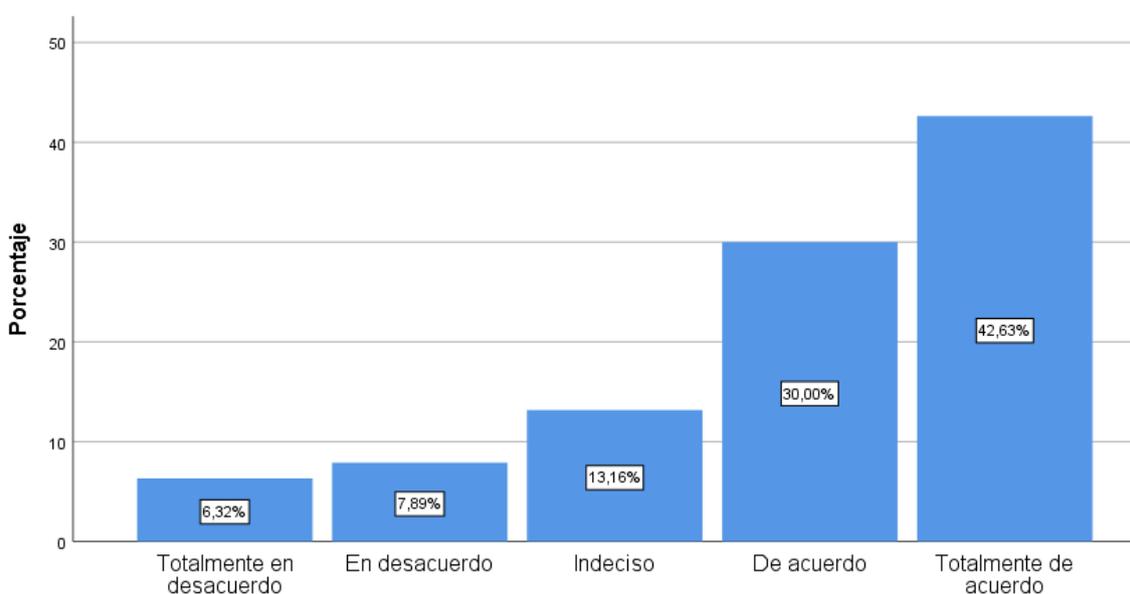
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	6,3

En desacuerdo	15	7,9
Indeciso	25	13,2
De acuerdo	57	30,0
Totalmente de acuerdo	81	42,6
Total	190	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

## Figura 9

*Expectativas en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



### Interpretación:

Se puede observar en la tabla 9 y figura 9 una proyección ascendente desde los usuarios que están totalmente insatisfechos hacia los que están totalmente satisfechos, siendo este último un 42.63%, el 30% se encuentra de acuerdo, el 13.16% se encuentra indeciso, el 7.89% se encuentra en desacuerdo y el 6.32% se encuentra totalmente en desacuerdo que los componentes de las expectativas se encuentran presente en la clínica Rebagliati, de lo cual podemos evidenciar que la clínica cumple con las expectativas, siendo así que se sienten seguros, el interés del personal es bueno, le brindan todas las atenciones con

respecto a su diagnóstico, por ende, recomendarían los servicios de la clínica a terceras personas.

**Tabla 10**

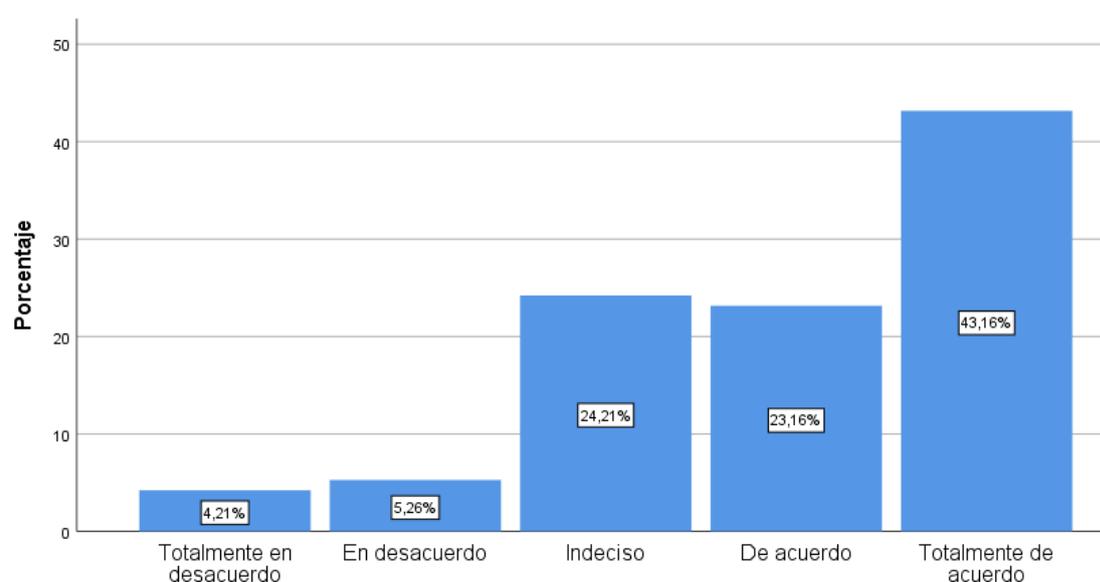
*Nivel de satisfacción en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	4,2
En desacuerdo	10	5,3
Indeciso	46	24,2
De acuerdo	44	23,2
Totalmente de acuerdo	82	43,2
Total	190	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

**Figura 10**

*Nivel de satisfacción en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022*



**Interpretación:**

Se puede observar en la tabla 10 y figura 10 que el 43.16% de usuarios se encuentra totalmente satisfecho, el 23.16% de usuarios se encuentra satisfecho, el 24.21% se encuentra indeciso, el 5.26% se encuentra insatisfecho, y el 4.21% se encuentra totalmente insatisfecho, lo que nos muestra este grafico es que la cantidad de clientes insatisfechos es mucho menor al resto de las dimensiones que consideramos en ambas variables, siendo el otro espectro de igual manera cuando hablamos sobre el grado total de satisfacción, que también viene a ser el porcentaje más alto con respecto a las demás variables, evidenciando de esta manera que el grado de satisfacción mayor que encuentran los pacientes es con respecto a la atención médica, las recomendaciones y observaciones del personal asistencial y del área de admisión, traducándose esto en que la confianza recibida por los pacientes y perpetuando la fidelidad de estos y la recomendación de la clínica.

## **5.2 Contraste de hipótesis**

### **5.2.1 Prueba de la hipótesis general**

H<sub>0</sub>: No existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022

H<sub>0</sub>:  $\tau = 0$

H<sub>1</sub>: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022

H<sub>1</sub>:  $\tau \neq 0$

Nivel de significancia:  $\alpha < 0.05$

### **Tabla 11**

*Relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente*

<b>Correlaciones</b>				
			Variable calidad de servicio	Variable satisfacción del cliente
Tau_b de Kendall	Variable calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,557**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
	Variable satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,557**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

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

El coeficiente tau b es  $\tau = 0.557$  y significación bilateral de  $p=0.000$ , bajo estos resultados se determina que la relación es moderada (ver tabla en anexos) entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

### **Toma de decisión**

Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022. ( $p=0.000 < 0.05$ ).

### **5.2.2. Prueba de la hipótesis específica 1**

$H_0$ : No existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_0: \tau = 0$

$H_1$ : Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_1: \tau \neq 0$

### **Tabla 12**

*Relación entre aspectos tangibles y satisfacción del cliente*

<b>Correlaciones</b>				
			Aspectos tangibles	Variable satisfacción del cliente
Tau_b de Kendall	Aspectos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,502**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
	Variable satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,502**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

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

El coeficiente tau b es  $\tau = 0.502$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ , bajo estos resultados se establece que la relación es moderada (ver tabla en anexos) entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

### **Toma de decisión**

Existe relación moderada entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022 ( $p=0.000<0.05$ ).

### **5.2.3. Prueba de la hipótesis específica 2**

$H_0$ : No existe relación significativa entre confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022

$H_0: \tau = 0$

$H_1$ : Existe relación significativa entre confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022

$H_1: \tau \neq 0$

### **Tabla 13**

*Relación entre confiabilidad y satisfacción del cliente*

<b>Correlaciones</b>				
			Confiabilidad	Variable satisfacción del cliente
Tau_b de Kendall	Confiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,415**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
	Variable satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,415**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

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

El coeficiente tau b es  $\tau = 0.415$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ , bajo estos resultados se establece que la relación es moderada (ver tabla en anexos) entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022

### **Toma de decisión**

Existe relación moderada entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022. ( $p=0.000<0.05$ ).

### **5.2.4. Prueba de la hipótesis específica 3**

$H_0$ : No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_0: \tau = 0$

$H_1$ : Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_1: \tau \neq 0$

### **Tabla 14**

*Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente*

<b>Correlaciones</b>				
			Capacidad de respuesta	Variable satisfacción del cliente
Tau_b de Kendall	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,499**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
	Variable satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,499**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

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

El coeficiente tau b es  $\tau = 0.499$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ , bajo estos resultados se establece que la relación es moderada (ver tabla en anexos) entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

### **Toma de decisión**

Existe relación moderada entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022 ( $p=0.000<0.05$ ).

#### **5.2.5. Prueba de la hipótesis específica 4**

$H_0$ : No existe relación significativa entre la seguridad y satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_0$ :  $\tau = 0$

$H_1$ : Existe relación significativa entre la seguridad y satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_1$ :  $\tau \neq 0$

### **Tabla 15**

*Relación entre empatía y satisfacción del cliente*

<b>Correlaciones</b>				
			Seguridad	Variable satisfacción del cliente
Tau_b de Kendall	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,501**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
	Variable satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,501**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

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

El coeficiente tau b es  $\tau = 0.501$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ , bajo estos resultados se establece que la relación es moderada (ver tabla en anexos) entre la empatía y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

### **Toma de decisión**

Existe relación moderada entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022 ( $p=0.000<0.05$ ).

### **5.2.6. Prueba de la hipótesis específica 5**

$H_0$ : No existe relación significativa entre la empatía y satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_0: \tau = 0$

$H_1$ : Existe relación significativa entre la empatía y satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

$H_1: \tau \neq 0$

### **Tabla 16**

*Relación entre empatía y satisfacción del cliente*

<b>Correlaciones</b>				
			Empatía	Variable satisfacción del cliente
Tau_b de Kendall	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,514**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
	variable satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,514**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

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

El coeficiente tau b es  $\tau = 0.514$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ , bajo estos resultados se establece que la relación es moderada (ver tabla en anexos) entre la empatía y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.

### **Toma de decisión**

Existe relación moderada entre la empatía y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022 ( $p=0.000<0.05$ ).

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El estudio de esta investigación, la cual se tiene como título “Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica Rebagliati de Huancayo, 2022” fue realizada en la Ciudad de Huancayo, con el objetivo de establecer si existe una relación entre la Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente, asimismo; comprender la apreciación que se tiene sobre estas dos variables, se pudo demostrar que en la hipótesis general existe evidencia muestral a un nivel de significancia ( $p=0.000<0.05$ ) que si existe relación directa entre Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente. Los resultados conseguidos coinciden con diversos autores y estudios, tales como:

Paredes y Santos (2022) en su artículo denominado: “*Calidad del servicio y satisfacción en hospitales del sistema de seguridad social*”, Revista Angolana de Ciencias, Ecuador, 2022 Cuyo objetivo fue: constatar la calidad del servicio en los hospitales del sistema de seguro social y su influencia en la satisfacción de los asegurados. cuantificó la calidad del servicio brindada en los entes médicos; mediante las dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía y seguridad para comprobar la satisfacción en los hospitales. En su conclusión demuestran un impacto considerable entre las variables “calidad del servicio” y “satisfacción”, obteniendo un coeficiente de correlación de 0.880, por lo cual se acepta la hipótesis general de la investigación, evidenciando a su vez el cumplimiento del objetivo general de la investigación: demostrar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados, ellos concluyeron en su investigación, que los usuarios del seguro social no se encuentran totalmente satisfechos con la calidad del servicio, asimismo; que los afiliados, no están “ni de acuerdo ni desacuerdo” con que la calidad del servicio impacta directamente sobre su nivel de satisfacción.

De Modo similar, Montalvo et al. (2020) en su artículo denominado: “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el hospital santa rosa de puerto Maldonado*” Ellos concluyeron, que existe una correlación moderada, directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción al usuario en el área de traumatología del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. Del mismo modo, se identificó que los usuarios del área de traumatología del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado, se caracterizan por percibir que la calidad de servicio se encuentra en un nivel regular y se encuentran Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado parcialmente satisfechos por los servicios que reciben. Finalmente se determinó la existencia de una correlación moderada, directa y significativa entre las dimensiones; fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles y la variable satisfacción laboral.

Asimismo, Huaycochea (2018) en la tesis titulada: “*Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital de Contingencia Antonio Lorena Cusco 2018*”, Concluyeron que existe una alta relación entre las variables, calidad de servicio y satisfacción, lo cual significa que la calidad de servicio pueda influir positivamente en la satisfacción de los usuarios de los hospitales, asimismo, que sus dimensiones son muy relevantes, manteniendo una correlación entre ambas variables, esa relación es, estadísticamente significativa, moderada y directamente proporcional entre ambas variables como resultado de las encuestas que se realizaron en la investigación, igual a 0.538. mediante el estadístico rho de Spearman.

Otra investigación con resultados similares, Pérez (2018) en la tesis titulada: “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en consultorios externos de un hospital público de Lima, 2018*”, concluye que existe una divergencia entre las expectativas de los

usuarios y la calidad de servicio que reciben en los consultorios externos del Hospital Víctor Larco Herrera en Lima. La investigación sugiere que la calidad de servicio y la satisfacción del usuario están relacionadas y que la mejora de la calidad de servicio puede aumentar la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación rho Spearman =, 750 y un valor  $p = 0,000$  menor al nivel  $\alpha = 0,05$

Finalmente, Canzio (2019) en la tesis titulada: “Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de lima este, 2018”, halló que la calidad de servicio y la satisfacción del usuario tiene relación estadísticamente significativa, moderada y directamente proporcional entre ambas variables como resultado de las encuestas que se realizaron en la investigación, igual a 0.538. mediante el estadístico rho de Spearman, de los hospitales de la DIRIS LE. Con lo cual se puede concluir que existe una alta relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción, lo cual significa que la calidad de servicio pueda influir positivamente en la satisfacción de los usuarios de los hospitales, asimismo, concluyeron que sus dimensiones son muy relevantes, manteniendo una correlación entre ambas variables.

Como se observa, muchas investigaciones llegan a una misma conclusión, que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son dos conceptos claramente relacionadas, que una depende de la otra, sin embargo, ambas son muy importantes dentro del campo que se quiera investigar, en este caso fue, si existe una relación entre la Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente en la Clinica Rebagliati en la Ciudad de Huancayo en el periodo 2022

Por otra parte, **la teoría** señala según (Zeithaml et al., 1993), que la calidad de servicio percibida por el cliente es definida como la valoración que éste hace de la excelencia o superioridad del servicio. La palabra calidad tiene dos significados (1) comportamiento

del producto que da como resultado la satisfacción del cliente, es decir; son aquellas características del producto que hacen que un cliente quede satisfecho con el mismo: (2) ausencia de deficiencias como por ejemplo retraso en las entregas, fallas durante el servicio, etc. Juran planteó también la trilogía de la calidad, que atiende a sus tres procesos básicos: (1) la planificación de la calidad: antes de la operación se establecen niveles aceptables de defectos en la producción. (2) el control de la calidad: durante las operaciones, se evalúa la calidad producida por el sistema y se cierra, si existiera, la brecha entre los resultados y objetivos: y (3) mejora de la calidad: se reduce la cantidad de defectos para así aumentar el rendimiento. (Porter, 1985). En ese sentido, producto de esta investigación; la Clínica Rebagliati tiene la tarea de mejorar y darle mayor importancia y brindar mayor calidad de servicio, ya que si observamos los gráficos 01 y figura 01, los componentes de calidad se encuentran presente para la mayoría de los usuarios de la Clínica Rebagliati. (40.5%)

En relación a la satisfacción del cliente respecto a los servicios de atención sanitaria, la teoría refiere que la satisfacción del cliente (SU), es un concepto multidimensional que evalúa individualmente aspectos que intervienen en el cuidado de la salud, la SU es resultado de las expectativas del cliente en relación a la atención sanitaria y el estado de salud. (Basantes & Vinueza , 2017) Para esta investigación se halló, que los componentes de satisfacción del cliente (34.7%) se encuentran en la Clínica Rebagliati, eso quiere decir, que nuestros clientes no se encuentran satisfechos, lo que demuestra que hay mucho por mejorar.

Los resultados del **objetivo específico 1** demostraron que existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). Donde la mayoría de los usuarios se

encuentra de acuerdo (43.7%) en que los componentes de aspectos tangibles de la calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati.

Difiere de estos resultados el estudio de Arguello et al. (2020) encontró que el servicio del hospital no brinda los elementos tangibles para la satisfacción de los usuarios ya que son los que obtuvieron valores negativos de los normales puesto que el ofrecer un servicio sanitario necesita que los recursos humanos, el soporte físico, el cliente y el servicio deben tener una relación directa.

También obtuvo resultados diferentes el estudio de Febres y Mercado (2020) encontró para la dimensión de aspectos tangibles con el 57,1 % de usuarios insatisfechos,

La teoría refiere que los aspectos tangibles son medidos desde que el cliente llega al establecimiento, es decir, la infraestructura, pasillos y la señalización de los mismos. Otro factor importante es la apariencia del personal, ya que esto ayuda a la confianza que pueda sentir el cliente. La modernidad en equipos que los clientes pueden ver, genera confianza de los mismos en los procedimientos que se llevarán a cabo, siendo la apariencia física de los mismos un factor importante en la calidad de servicio. De la misma forma, el aspecto tecnológico es importante ya que la forma en la que percibe el cliente las plataformas electrónicas es un factor que influye a la evaluación de la calidad de servicio. (Parasuraman et al., 1994). Los resultados de esta investigación encontraron que la mayoría de usuarios de la Clínica Rebagliati se encuentran de acuerdo en que los componentes de aspectos tangibles se encuentran presentes (43.7%)

Los resultados del **objetivo específico 2** demostraron que existe relación significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022. ( $p=0.000<0.05$ ). Donde la mayoría de los usuarios se encuentra

totalmente de acuerdo (26%) en que los componentes de confiabilidad de calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati.

Al respecto hay dos estudios con resultados que difieren de este estudio, el primer lugar el de Guadalupe et al., (2019) quien encontró problemas de calidad en la dimensión confiabilidad

También Maggi (2018), encontró resultados que difieren de este estudio, encontrando insatisfacción de parte de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica en el Hospital General de Milagro en la dimensión confiabilidad.

La teoría señala acerca de la confiabilidad que puede ser traducida como la capacidad de llevar a cabo una tarea determinada de forma segura y precisa además se la considera como uno de los factores claves para la satisfacción del cliente ya que sirve para la mejora continua. (Parasuraman et al., 1994). En este estudio el 26% está totalmente de acuerdo en que los componentes de confiabilidad están presentes.

Los resultados del **objetivo específico 3** demostraron que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). Donde la mayoría de los usuarios se encuentra totalmente de acuerdo (47.9%) en que los componentes de capacidad de respuesta de calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati.

Hay investigaciones que difieren de esta, como la de Guadalupe et al., (2019) habiendo encontrado que una dimensión mayores problemas de calidad fue la capacidad de respuesta.

También encontró resultados diferentes Huaycochea (2018) donde para la dimensión capacidad de respuesta el 85,1% son indiferentes,

Finalmente, también Febres y Mercado (2020) encontró que la dimensión de capacidad de respuesta de los servicios de salud con el 55,5% de insatisfacción.

Por su lado, la teoría señala que la capacidad de respuesta es un concepto que presenta ideas de rapidez de respuesta, seguridad de la misma y versatilidad dependiendo de lo solicitado por el cliente. (Santomá & Costa, 2007). En esta investigación la mayoría de usuarios se encuentra totalmente de acuerdo en que los componentes para capacidad de respuesta se encuentran presentes en la Clínica Rebagliatti /47.9%)

Los resultados del **objetivo específico 4** demostraron que existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). Donde la mayoría de los usuarios se encuentra indeciso (32.6%) en que los componentes de seguridad de calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati

Un estudio con resultados similares fue el de Febres y Mercado (2020) donde los valores porcentuales dependieron básicamente de la dimensión seguridad con 86,8 %.

Un estudio que difiere de este fue el Guadalupe et al., (2019) donde una de las dimensiones con mayores problemas de calidad fue la seguridad,

También tuvo resultados diferentes Pérez (2018) quien encontró para el 35.8% de los encuestados la dimensión seguridad es mala, ellos mismos consideran que la satisfacción del usuario es mala.

La teoría, por otro lado, señala que la calidad de servicio dice que la seguridad es la forma acertada de generar confianza con un cliente a través de la forma en la que los agentes de una empresa prestan el servicio. Respecto al área de salud, el MINSA conceptualiza la seguridad como una herramienta para evaluar la confianza que genera el

personal médico en el cliente, al brindar su servicio médico demostrando conocimiento respecto a la solución de su problema de salud, brindando privacidad, cortesía y habilidad para comunicarse con el cliente. (Casalino , 2008). En este sentido los resultados de esta investigación para el 32.6% de usuarios hay indecisión al comprobar la existencia de componentes de seguridad.

Los resultados del **objetivo específico 5** demostraron que existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). Donde la mayoría de los usuarios se encuentra totalmente de acuerdo (55.8%) en que los componentes de empatía de calidad se encuentran presentes en la Clínica Rebagliati.

Un estudio con resultados similares fue el de Febres y Mercado (2020) donde los valores porcentuales dependieron básicamente de la dimensión empatía con 80,3 % de satisfacción respectivamente.

Y un estudio que difiere en sus resultados fue el de Maggi (2018), los resultados: muestran que una de las dimensiones en donde existe insatisfacción de parte de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica en el Hospital General de Milagro fue la empatía.

Por su lado, la teoría menciona respecto a la empatía médica que esta puede ayudar al profesional de la salud a imaginar y finalmente comprender, lo que el cliente está sintiendo, sin convertirse él en paciente y de esta forma sentir mejor todo aquello que nos es común a los seres humanos. (Carvajal & Rojas, 2005). Donde los resultados para esta investigación es que el 55.8% de los usuarios de la Clínica Rebagliati está totalmente de acuerdo en que los componentes de empatía se encuentran presentes.

## CONCLUSIONES

El estudio de esta investigación, nos llevó a las siguientes conclusiones:

1. Se pudo establecer que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022. ( $p=0.000<0.05$ ). de este estudio, se pudo comprobar la hipótesis planteada, estos resultados nos indica, que en Clínica Rebagliati se tiene que mejorar la calidad del servicio, lo que indica que puede influir positivamente en la satisfacción y fidelización del cliente.
2. Se ha identificado que existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). El coeficiente tau b es  $\tau = 0.502$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ ; estos resultados nos indica, que el cliente al momento de ingresar a la Clínica, se deja influenciar por lo que observa, no solo se fija en la apariencia del personal, sino en la modernidad del inmueble, y esto ayuda a que el cliente pueda sentirse más en confianza.
3. Se ha identificado que existe relación moderada entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022. ( $p=0.000<0.05$ ). El coeficiente tau b es  $\tau = 0.415$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ , estos resultados nos indica, que los clientes no están del todo satisfechos con el servicio, perciben desconfianza, esto no es siempre por los profesionales, puede ser por las personas que tienen acceso a su información, como son los trabajadores de recepción y personas de otras áreas.
4. Se ha identificado que existe relación moderada entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). El coeficiente tau b es  $\tau = 0.499$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ , estos resultados

nos indica, que los usuarios que fueron a la Clínica, no fueron atendidos a su debido momento, esperaron mucho tiempo en la sala de espera o en otra área, no obtuvieron alguna cita, fueron canceladas sus citas, o no estuvieron el resultado del propio profesional, con respecto a esto, se puede sacar muchas conclusiones, por lo que el usuario no llegó a la satisfacción esperada.

5. Se ha identificado que existe relación moderada entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). El coeficiente tau b es  $\tau = 0.501$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ . el resultado nos indica, que los usuarios se encuentran indecisos, podemos concluir que un grupo de los usuarios no se sienten seguros, esto puede ser a causa de una primera impresión del personal, algún comentario que escuchó, algo que observo en las instalaciones, sin embargo, otra mayoría indica que se sintieron más seguros que en otros establecimientos.
6. Se ha identificado que existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022( $p=0.000<0.05$ ). El coeficiente tau b es  $\tau = 0.514$  y significación bilateral de  $p = 0.000$ . de este resultado, se puede concluir que los usuarios que fueron estudiados, se sintieron comprendidos, recibieron atención del personal, se sintieron conectados, tuvieron una experiencia que les llevo a una satisfacción.

## RECOMENDACIONES

Luego del análisis y discusión de resultados los coeficientes fueron significativos, sin embargo, es preciso mencionar que en toda investigación los resultados deben arrojar tal como se observa el problema en las conclusiones, es por ello que nos permitimos dar las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda a la clínica Rebagliati mejorar el servicio en las áreas más importantes de la clínica donde tengan contacto más directo con los usuarios, así como implementar una política enfocado en los clientes y/o usuarios, con el fin de mejorar la satisfacción del usuario, fidelizar a los médicos para que sientan comprometidos con la Clínica Rebagliati, y así brindar la mejor atención personalizada a los usuarios.
2. Se recomienda mejorar los aspectos tangibles como realizar un plan de mejora eventual con un cronograma de actividades con el fin de no descuidar los detalles de la infraestructura interna y externa de la clínica así como también todo el material de impresión que se utiliza en todo momento en los diferentes áreas de la clínica, como complemento se debe realizar un análisis y estudio de mercado de otras clínicas de la competencia que se encuentran a la vanguardia a nivel nacional e internacional con ayuda e implementación del Benchmarking se puede conseguir resultados a mediano plazo.
3. Se recomienda mejorar los índices de confianza que se genera en el cliente, al brindar las citas de manera oportuna, atender las consulta en un tiempo adecuado respetando el orden de sus citas, brindarles seguridad y discreción al realizarle los exámenes, para que así se puedan sentir en confianza y realicen sus atenciones médicas en la clínica.

4. Se recomienda mejorar la capacidad de respuesta ante cualquier tipo de atención, dando prioridad a interconsultas, exámenes auxiliares, o dudas que los paciente puedan tener, realizando las labores de la manera mas atenta y cordial posible, optimizando tiempo de resolución y atención sin permitir que los pacientes esperen por tiempos prolongados la programación de evaluaciones, exámenes o programación de cirugías.
5. Se recomienda brindar nuevos índices de seguridad hacia los usuarios de la clínica Rebagliati, puesto que ahora se encuentran indecisos al respecto, siendo que ellos más valoran la atención del medico puesto que la razón primordial es la salud de cada uno, por lo tanto, ser minuciosos al momento de evaluar su salud y realizar exámenes médicos es muy importante para que ellos se sientan seguros.
6. Se recomienda seguir mostrando empatía al momento de brindar los servicios de la clínica, puesto que los usuarios se sienten comprendidos demostrando que esto un punto muy fundamental en la satisfacción de los clientes y usuarios de la Clínica Rebagliati.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arguello, A., Monar, M., Arguello, V., & Chávez, E. (2020). *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de medicina interna en el hospital básico de Guaranda del instituto ecuatoriano de seguridad social*. Ecuador: [https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Solorzano-3/publication/356069516\\_ESTUDIO\\_DE\\_LA\\_EVOLUCION\\_DE\\_LAS\\_TECNOLOGIAS\\_DE\\_LA\\_INFORMACION\\_Y\\_COMUNICACION\\_COMO ESTRATEGIAS\\_DE\\_LOCALIZACION\\_EN\\_EL\\_AMBITO\\_EMPRESARIAL/links/618ae3a561f0987720798424/ESTUDIO-DE-L](https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Solorzano-3/publication/356069516_ESTUDIO_DE_LA_EVOLUCION_DE_LAS_TECNOLOGIAS_DE_LA_INFORMACION_Y_COMUNICACION_COMO ESTRATEGIAS_DE_LOCALIZACION_EN_EL_AMBITO_EMPRESARIAL/links/618ae3a561f0987720798424/ESTUDIO-DE-L).
- Ballesteros, V. (2005). *Desarrollo de un procedimiento para la medición de la satisfacción del cliente en una industria auxiliar del sector carroceros de autocares y autobuses*, 13–39. España: <https://biblus.us.es/bibing/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F0.pdf>.
- Basantes, R., & Vinuesa, A. (2017). *Influencia del modelo SERVQUAL académico en la satisfacción de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo*. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*.
- Caldera, E., Pierla, J., & Ortega, E. (2011). *Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias*. *Documentación de Las Ciencias de La Información*, 34, 333–347.
- Calixto, M., Okino, N., Hayashida, M., Costa, I., Trevizan, M., & Godoy, S. (2011). *Escala SERVQUAL; validación en población mexicana*. *Texto & Contexto Enfermagem*.

- Canzio, C. (2019). *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de lima este, 2018*. Perú:  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e6cd05d6-0b72-443c-909f-076ad13f3ff6/content>.
- Carvajal, C., & Rojas, A. (2005). *Empatia y comunicación efectiva con el usuario*.
- Casalino, G. (2008). *Calidad de servicio de la consulta externa de medicina interna en un hospital general de Lima mediante la encuesta Servqual*. Rev. Soc. Peru. Med. Interna.
- Concha, J. (2012). *Satisfacción del cliente en empresas de servicio el caso de la industria de restaurantes*. Simpósio Brasileiro de Ciencia y Servicios.
- Febres, R., & Mercado, M. (2020). *Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú*. Perú:  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&%20pid=S2308-05312020000300397](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&%20pid=S2308-05312020000300397).
- Guadalupe, F. (2019). *Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en el área de emergencia del hospital general Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Milagro; 2018*. Ecuador:  
<https://www.cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/621>.
- Gummerson, E. (1987). *Quality - The Ericsson Approach*. Estocolmo: Ericsson.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed). Mc Graw Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huaycochea, T. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del*

- Hospital de Contingencia Antonio Lorena Cusco 2018.* Perú:  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33816/huaycochea\\_ct.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33816/huaycochea_ct.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Hernández, R., Fernández, C., & del Pilar, M. (2010). *Metodología de la investigación*. INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 5. [www.FreeLibros.com](http://www.FreeLibros.com)
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. (Duodécima ed.) Pearson Prentice Hall.
- Levin, R., & Rubin, D. (2004). Medidas de tendencia central y dispersión en distribuciones de frecuencias. *Estadística Para Administración y Economía*, 57–121.
- Liang, L., Mahamad, O., Ramayah, T., & Mosahab, R. (2010). *The impact of service quality on customer loyalty: a study of banks in Penang, Malaysia*. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 57-67.
- Maggi, W. (2018). *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*. Guayaquil, Ecuador :  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9976/1/T-UCSG-POS-MGSS-115.pdf>.
- MEF. (2021). *Definiciones básicas para la identificación y diseño de programas presupuestales*.  
[https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu\\_publico/anexos/Anexo1\\_Definiciones\\_basicas.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publico/anexos/Anexo1_Definiciones_basicas.pdf). Obtenido de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu\\_publico/anexos/Anexo1\\_Definiciones\\_basicas.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publico/anexos/Anexo1_Definiciones_basicas.pdf)

- Montalvo, S., Estrada, E., & Mamani, H. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el hospital santa rosa de puerto Maldonado*. Perú: <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2085>.
- Moreno , K., & Cazorla , G. (2023). *Calidad del servicio de salud: un antecedente de la satisfacción del paciente de Riohospital de la ciudad de Riobamba*. Ecuador: <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/economia/article/view/15229/214421446671>.
- Oh, H. (1999). *Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective*. International Journal of Hospitality Management.
- Oliver, R. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions* . Journal of Marketing Research.
- OMS. (2023). *Calidad de atención al cliente*. Obtenido de [https://www.who.int/es/health-topics/quality-of-care#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/quality-of-care#tab=tab_1)
- Ortiz , I., & Rosas, I. (2004). *Análisis de la Calidad en el Servicio del Concesionario Volkswagen "Automóviles de Santa Ana S.A. de C.V."*. Universidad de las Américas Puebla. Administración de Empresas con especialidad en Mercadotecnia.
- Oseda, D., Mendivel, R., Oliva, R., Vargas, J., & Patiño, A. (2018). *Fundamentos de La Investigacion científica*. Universidad Privada de Pucallpa.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). *Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future research*. Journal of Marketing.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL . scale* (Vol. 67).

- Paredes, P., & Santos, E. (2022). *Calidad del servicio y satisfacción en hospitales del sistema de seguridad social*. Ecuador:  
<https://www.redalyc.org/journal/7041/704173394011/html/>.
- Almeida, Pazmiño. A., & Flor, C. (2008). Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la empresa Papeles.  
<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/632/1/87580.pdf>
- Pérez , A. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en consultorios externos de un hospital público de Lima, 2018*. Perú:  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23955>.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.  
<https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=193>.
- Rosas, S., & Zuñiga, C. (2010). ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL I.  
<https://docplayer.es/2779396-Estadistica-descriptiva-e-inferencial-i.html>
- Reyes. (2014). calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, sede Huehuetenango. Universidad Rafael Landívar.  
<https://studylib.es/doc/7453542/calidad-del-servicio-para-aumentar-la-satisfacci%C3%B3n-del-cl>
- Santomá, R., & Costa, G. (2007). *Calidad del servicio en la industria hotelera: Revisión de la literatura*. Revista de Análisis turístico.
- Sasser, W., Olsen, E., & Wyckoff, D. (1978). *Service industries; Management; Case studies*. Boston: Allyn and Bacon.  
<https://lib.ugent.be/en/catalog/rug01:000014760>.

- Sánchez, H., & Reyes, C. (2015). METODOLOGÍA Y DISEÑOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA | Cristian PQ - Academia.edu. [https://www.academia.edu/78002369/METODOLOG%3%8DA\\_Y\\_DISE%3%91OS\\_EN\\_LA\\_INVESTIGACI%3%93N\\_CIENT%3%8DFICA](https://www.academia.edu/78002369/METODOLOG%3%8DA_Y_DISE%3%91OS_EN_LA_INVESTIGACI%3%93N_CIENT%3%8DFICA)
- Teas , R. (1993). *Expectation, performance evaluation, and consumers' perception of quality. Journal of Marketing.* <https://www.jstor.org/stable/1252216>.
- Witt, C., & Stewart, H. (1996). *Solicitors and customer care. The Service Industries Journal.* <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02642069600000003>.
- Zeithaml , V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Research note: More on improving quality measurement. Journal of Retailing.* <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022435905800077>.
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. (2011); *Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente, 5. ed., Porto Alegre, Bookman.*
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa . México: (Segunda ed.)McGraw-Hill Interamericana Editores.*

**ANEXOS**

**ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA**  
**“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA CLÍNICA REBAGLIATI DE HUANCAYO, 2022”**

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>METODOLOGIA</b>
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECIFICO</b></p> <p>1) ¿Cómo los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?</p> <p>2) ¿Cómo la confiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?</p> <p>3) ¿Cómo la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?</p> <p>4) ¿Cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?</p> <p>5) ¿Cómo la empatía se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar de qué manera la calidad de servicio se relación con satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p> <p>1) Establecer cómo los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>2) Establecer cómo la confiabilidad se relación con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>3) Establecer cómo la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>4) Establecer cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>5) Establecer cómo la empatía se relaciona con la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p>	<p><b>HIPOTESIS GENERAL</b></p> <p>Existe relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la clínica de la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p><b>HIPOTESIS ESPECIFICA</b></p> <p>1. Existe relación directa y significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>2. Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>3. Existe relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>4. Existe relación directa y significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p> <p>5. Existe relación directa y significativa entre la empatía y satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati – Huancayo, 2022.</p>	<p><b>DIMENSIONES:</b></p> <p>D1: Elementos tangibles</p> <p>D2: Confiabilidad</p> <p>D3: Capacidad de respuesta</p> <p>D4: Seguridad</p> <p>D5: Empatía</p> <p><b>DIMENSIONES:</b></p> <p>D1: Rendimiento percibido</p> <p>D2: Las expectativas</p> <p>D3: Niveles de satisfacción</p>	<p><b>METODO GENERAL</b></p> <p>Método científico <b>METODO ESPECIFICO</b></p> <p>Descriptiva</p> <p>Deductivo – hipotético</p> <p><b>TIPO DE INVESTIGACION</b></p> <p>Básica</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACION</b></p> <p>Correlacional</p> <p><b>DISEÑO</b></p> <p>No – experimental de corte transversal</p> <p><b>ENFOQUE:</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS:</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS</b></p> <p>Cuestionario</p> <p><b>Población y Muestra Censal</b></p> <p>n = 190 clientes de la clínica Rebagliati de Huancayo.</p>

**ANEXO 2**  
**MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICION CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICION OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	Calidad y servicio son dos conceptos indelible cuando se trata de la relación directa que establecen las organizaciones con los clientes. Se proponen algunas definiciones relacionadas con la calidad de servicio para finalmente construir la más pertinente para la presente investigación: (Oh, 1999)	En cuanto a la calidad se pudo determinar es buscar la excelencia en la atención a los usuarios de la clínica, por lo tanto se recolectó información respecto a los aspectos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	<b>Aspectos tangibles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tiene horarios de atención adecuados</li> <li>✓ Brinda acceso a las campañas oportunamente</li> <li>✓ Cuenta con señalización y fácil acceso a todas las áreas</li> <li>✓ Brinda atención inmediata ante consultas de programación</li> </ul>	<b>Ordinal</b>
			<b>Confiabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tiene tiempo de espera óptimo</li> <li>✓ Respeto al orden de llegada de citas</li> <li>✓ Respeto la privacidad de los pacientes</li> <li>✓ Muestra confidencialidad de diagnóstico</li> </ul>	
			<b>Capacidad de respuesta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Muestra amabilidad y cortesía en la atención</li> <li>✓ Trato deseado hacia los pacientes</li> <li>✓ Tiempo brindado por el personal</li> <li>✓ Brinda de duración de su consulta adecuado</li> </ul>	
			<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atiende los pormenores respecto a su salud</li> <li>✓ Aclara las dudas de los pacientes</li> <li>✓ Énfasis en realizar exámenes médicos</li> <li>✓ Brinda confianza en la atención médica</li> </ul>	
			<b>Empatía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atienden de manera confiable</li> <li>✓ Brinda explicaciones claras</li> <li>✓ Brinda información delicada de manera adecuada</li> <li>✓ Orientación respecto al tratamiento médico</li> </ul>	
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	En términos de satisfacción del cliente respecto a los servicios de atención sanitaria, manifiesta que la satisfacción del cliente	En cuanto a la satisfacción del cliente se pudo determinar que es la gratificación que percibe el cliente con respecto a un servicio, por lo tanto se recolectó	<b>Rendimiento percibido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Demuestra alto desempeño del personal</li> <li>✓ Brinda comodidad en la atención</li> <li>✓ Genera buena percepción del cliente</li> <li>✓ Establece el precio acorde al servicio</li> </ul>	<b>Ordinal</b>
			<b>Las expectativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brinda seguridad del paciente</li> <li>✓ Genera preferencia por la clínica</li> </ul>	

	(SU), es un concepto multidimensional que evalúa individualmente aspectos que intervienen en el cuidado de la salud, la SU es resultado de las expectativas del cliente en relación a la atención sanitaria y el estado de salud. (Basantes y Vinuesa , 2017)	información con respecto al rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción.		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cumple la atención de consultas.</li> <li>✓ Cumple las actividades programadas</li> <li>✓ Busca cumplir las expectativas</li> <li>✓ Genera recomendación de los servicios</li> </ul>	
			<b>Niveles de satisfacción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoya en la obtención de sus próximas citas</li> <li>✓ Busca satisfacción del servicio</li> <li>✓ Busca continuidad del servicio</li> <li>✓ Busca lealtad a la empresa</li> <li>✓ Genera preferencia del servicio</li> </ul>	

## ANEXO 3

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	<b>Aspectos tangibles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brinda atención inmediata ante consultas de programación</li> <li>✓ Tiene horarios de atención adecuados</li> <li>✓ Brinda acceso a las campañas oportunamente</li> <li>✓ Cuenta con señalización y fácil acceso a todas las áreas</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El personal, tanto de salud, administrativo, limpieza y de seguridad, te prestan atención ante cualquier consulta.</li> <li>2. El horario de atención de la Clínica, es el deseado por usted.</li> <li>3. Las campañas que realiza la clínica, son accesibles para usted.</li> <li>4. Los ambientes de la clínica tienen señalización y es de fácil acceso.</li> </ol>	<p>Escala de Likert</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Totalmente en desacuerdo</li> <li>2. En desacuerdo</li> <li>3. Indeciso</li> <li>4. De acuerdo</li> <li>5. Totalmente de acuerdo</li> </ol>
	<b>Confiabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tiene tiempo de espera optimo</li> <li>✓ Respeta al orden de llegada de citas</li> <li>✓ Respeta la privacidad de los pacientes</li> <li>✓ Muestra confidencialidad de diagnostico</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. El tiempo de espera para obtener una cita, es el adecuado</li> <li>6. Se respeta el orden de llegada de los pacientes para ser atendido</li> <li>7. El respeto que el personal de la clínica brinda a su privacidad, es adecuado.</li> <li>8. La confiabilidad que se le brinda en cuanto a su diagnóstico es el esperado.</li> </ol>	
	<b>Capacidad de respuesta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Muestra amabilidad y cortesía en la atención</li> <li>✓ Trato deseado hacia los pacientes</li> <li>✓ Tiempo brindado por el personal</li> <li>✓ Brinda de duración de su consulta adecuado</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. La amabilidad del personal de admisión de la clínica durante su estadía, es la deseada.</li> <li>10. El trato del personal de salud (médicos, enfermeras, laboratorio, etc.) durante su estadía, es la deseada.</li> <li>11. El tiempo que le brinda el personal de salud para atender las dudas sobre su problema de salud, es adecuado.</li> <li>12. El tiempo de su consulta y/o exámenes brindados por el personal de salud, es optimo</li> </ol>	
	<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atiende los pormenores respecto a su salud</li> <li>✓ Aclara las dudas de los pacientes</li> <li>✓ Énfasis en realizar exámenes médicos</li> <li>✓ Brinda confianza en la atención medica</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Las dudas que tiene al respecto a su enfermedad son resueltas de manera clara.</li> <li>14. El examen médico y exámenes auxiliares fueron minuciosos y le otorgó confianza</li> <li>15. La atención del personal le brinda seguridad y confianza</li> <li>16. Me siento seguro al acudir a la Clínica Rebagliati.</li> </ol>	

	<b>Empatía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atienden de manera confiable</li> <li>✓ Brinda explicaciones claras</li> <li>✓ Brinda información delicada de manera adecuada</li> <li>✓ Orientación respecto al tratamiento médico</li> </ul>	<p>17. El interés de su médico para darle un tratamiento, le brinda tranquilidad</p> <p>18. Las explicaciones de su médico durante el examen clínico, fueron claras</p> <p>19. La forma de brindarle los resultados, los procedimientos y análisis, por parte del personal de salud, es de manera apropiada</p> <p>20. La explicación del médico sobre el tratamiento: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos, son realizados amablemente</p>	
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>Rendimiento percibido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Demuestra alto desempeño del personal</li> <li>✓ Brinda comodidad en la atención</li> <li>✓ Genera buena percepción del cliente</li> <li>✓ Establece el precio acorde al servicio</li> </ul>	<p>1. Se siente conforme con el desempeño del personal de salud al brindar sus servicios</p> <p>2. Se siente cómodo (a) con el ambiente de la clínica</p> <p>3. Es agradable la manera que el personal de admisión atiende sus necesidades</p> <p>4. Después de recibir el servicio, la percepción que tiene usted es favorable.</p> <p>5. Se siente cómodo con el servicio recibido.</p> <p>6. Considera que el precio pagado por el servicio recibido se encuentra acorde a lo esperado.</p>	<p>Escala de Likert</p> <p>1. Totalmente en desacuerdo</p> <p>2. En desacuerdo</p> <p>3. Indeciso</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>
	<b>Las expectativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brinda seguridad del paciente</li> <li>✓ Genera preferencia por la clínica</li> <li>✓ Cumple la atención de consultas.</li> <li>✓ Cumple las actividades programadas</li> <li>✓ Busca cumplir las expectativas</li> <li>✓ Genera recomendación de los servicios</li> </ul>	<p>7. La clínica Rebagliati cumplió en brindar la seguridad deseada</p> <p>8. El interés que el personal de la clínica mostró para su atención es favorable</p> <p>9. Considera que la clínica Rebagliati le brindó todas las atenciones referentes a su consulta médica.</p> <p>10. la clínica Rebagliati cumplió en brindar todas las actividades programadas en su atención médica.</p> <p>11. El servicio brindado por la clínica cumple sus expectativas</p> <p>12. Recomendaría a terceras personas los servicios que brinda la clínica.</p>	
	<b>Niveles de satisfacción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoya en la obtención de sus próximas citas</li> <li>✓ Busca satisfacción del servicio</li> <li>✓ Busca continuidad del servicio</li> <li>✓ Busca lealtad a la empresa</li> <li>✓ Genera preferencia del servicio</li> </ul>	<p>13. Después de la consulta médica, me siento satisfecho con la atención en general</p> <p>14. Siente que las recomendaciones y observaciones del personal son necesarios para completa recuperación</p> <p>15. Se siente satisfecho por el servicio recibido en área de admisión.</p> <p>16. Considera usted continuar utilizando los servicios brindados por la clínica.</p> <p>17. Siente usted que el personal de la clínica se preocupa por su bienestar</p> <p>18. Los ambientes de la clínica son confortables y adecuados que le brindan seguridad, comodidad y confianza.</p>	

## ANEXO 4

## INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

## CUESTIONARIO

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**, el que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

**Instrucciones:** Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

**Título del cuestionario: CALIDAD DEL SERVICIO**

N°	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
<b>ASPECTOS TANGIBLES</b>						
01	El personal, tanto de salud, administrativo, limpieza y de seguridad, le prestan atención ante cualquier consulta.					
02	EL horario de atención de la Clínica, es el deseado por usted.					
03	Las campañas que realiza la clínica, son accesibles para usted.					
04	Los ambientes de la clínica tienen señalización y es de fácil acceso.					
<b>CONFIABILIDAD</b>						
05	El tiempo de espera para obtener una cita, es el adecuado					
06	Se respeta el orden de llegada de los pacientes para ser atendido					
07	El respeto que el personal de la clínica brinda a su privacidad, es adecuado.					
08	La confiabilidad que se le brinda en cuanto a su diagnóstico es el esperado.					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
09	La amabilidad del personal de admisión de la clínica durante su estadía, es la deseada.					
10	El trato del personal de salud (médicos, enfermeras, laboratorio, etc.) durante su estadía, es la deseada.					
11	El tiempo que le brinda el personal de salud para atender las dudas sobre su problema de salud, es adecuado.					
12	El tiempo de su consulta y/o exámenes brindados por el personal de salud, es óptimo					
<b>SEGURIDAD</b>						
13	Las dudas que tiene al respecto a su enfermedad son resueltas de manera clara.					
14	El examen médico y exámenes auxiliares fueron minuciosos y le otorgó confianza					

15	La atención del personal le brinda seguridad y confianza					
16	Me siento seguro al acudir a la Clínica Rebagliati.					
<b>EMPATIA</b>						
17	El interés de su médico para darle un tratamiento, le brinda tranquilidad					
18	Las explicaciones de su médico durante el examen clínico, fueron claras					
19	La forma de brindarle los resultados, los procedimientos y análisis, por parte del personal de salud, es de manera apropiada					
20	La explicación del médico sobre el tratamiento: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos, son realizados amablemente					

**Gracias por su colaboración**

## ANEXO 4

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

**CUESTIONARIO**

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**, el que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

**Instrucciones:** Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

**Título del cuestionario: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	<b>RENDIMIENTO PERCIBIDO</b>					
1	Se siente conforme con el desempeño del personal de salud al brindar sus servicios					
2	Se siente cómodo (a) con el ambiente de la clínica					
3	Es agradable la manera que el personal de admisión atiende sus médicas					
4	Después de recibir el servicio, la percepción que tiene usted es favorable.					
5	Se siente cómodo con el servicio recibido.					
6	Considera que el precio pagado por el servicio recibido se encuentra acorde a lo esperado.					
	<b>LAS EXPECTATIVAS</b>					
7	La clínica Rebagliati cumplió en brindar la seguridad deseada					
8	El interés que el personal de la clínica mostró para su atención es favorable					
9	Considera que la clínica Rebagliati le brindó todas las atenciones referentes a su consulta médica.					
10	la clínica Rebagliati cumplió en brindar todas las actividades programadas en su atención médica.					
11	El servicio brindado por la clínica cumple sus expectativas					
12	Recomendaría a terceras personas los servicios que brinda la clínica.					
	<b>NIVELES DE SATISFACCION</b>					
13	Después de la consulta médica, me siento satisfecho con la atención en general					
14	Siente que las recomendaciones y observaciones del personal son necesarios para completa recuperación					
15	Se siente satisfecho por el servicio recibido en área de admisión.					

<b>16</b>	Considera usted continuar utilizando los servicios brindados por la clínica.					
<b>17</b>	Siente usted que el personal de la clínica se preocupa por su bienestar					
<b>18</b>	Los ambientes de la clínica son confortables y adecuados que le brindan seguridad, comodidad y confianza.					

Gracias por su colaboración

## ANEXO 4

## AUTORIZACION DE INVESTIGACIÓN



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Huancayo 14, noviembre del 2022

Srta: Shaerlaey Dhanae Pantoja Vilchez  
Bach. Administración y Sistemas

Asunto: Autorización para elaborar proyecto de investigación "Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022"

Tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de darle respuesta a la solicitud enviada, le informamos que la Clínica Rebagliati esta presto a colaborar con la investigación del proyecto "Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022", por lo cual se le da la **AUTORIZACION** y las facilidades para lo que requiera con el fin de este proyecto que realiza en nuestra empresa.

Sin otro particular me despido de usted.

Atentamente.

CLINICA REBAGLIATI  
Giovanni Paucar Condo  
GERENTE GENERAL

**INTERPRETACIÓN DEL VALOR DE R DE TAU B KENDALL**

<b>VALOR</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
<0,20	CORRELACIÓN LIGERA; RELACIÓN CASI INSIGNIFICANTE
0,20-0,40	CORRELACIÓN BAJA; RELACIÓN DEFINIDA PERO PEQUEÑA
0,40-0,70	CORRELACIÓN MODERADA; RELACIÓN CONSIDERABLE
0,70-0,90	CORRELACIÓN ELEVADA; RELACIÓN NOTABLE
> 0,90	CORRELACIÓN SUMAMENTE ELEVADA; RELACIÓN MUY FIABLE

**ANEXO 5**  
**CONFIABILIDAD**

**Para la variable 1: Calidad de servicio**

**Prueba pilo: 20**

**ítems: 20**

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,985	20

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
pre1	62,30	457,063	,765	,986
pre2	62,75	439,776	,937	,984
pre3	62,95	417,208	,961	,984
pre4	62,85	435,608	,929	,984
pre5	63,05	429,208	,891	,984
pre6	63,15	416,871	,967	,984
pre7	63,35	424,239	,979	,984
pre8	62,65	428,661	,944	,984
pre9	62,65	437,187	,983	,984
pre10	62,40	451,411	,908	,985
pre11	63,35	430,239	,953	,984
pre12	62,65	434,661	,920	,984
pre13	62,90	416,095	,952	,984
pre14	63,10	421,779	,986	,984
pre15	62,80	440,589	,815	,985
pre16	61,50	468,684	,655	,987
pre17	61,80	470,063	,547	,987
pre18	62,70	454,326	,759	,986
pre19	63,10	432,411	,900	,984
pre20	62,95	426,366	,919	,984

Para la variable 1: Satisfacción del cliente

Prueba pilo: 20

ítems: 18

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,900	18

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
p1	60,95	88,261	,253	,902
p2	61,35	86,661	,265	,904
p3	61,90	77,042	,960	,882
p4	61,20	91,011	,114	,904
p5	61,70	83,168	,751	,891
p6	61,75	83,355	,698	,892
p7	61,65	88,871	,335	,900
p8	61,95	86,787	,410	,898
p9	62,80	76,484	,758	,887
p10	62,05	81,208	,773	,889
p11	62,15	79,818	,647	,891
p12	61,90	81,042	,629	,892
p13	62,85	72,555	,719	,890
p14	62,55	74,471	,879	,882
p15	62,80	75,011	,657	,893
p16	61,55	88,050	,423	,899
p17	62,00	86,947	,453	,898
p18	62,10	90,832	,100	,905

## VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

### ANEXO 6

#### VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

##### Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario" que hace parte de la investigación: **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: FREDY PAUL GUTIERREZ MEZA

Formación académica: Mtro. en Administración

Áreas de experiencia profesional: Gestión de la Calidad. Docencia Universitaria

Tiempo: 7 años actual: 7 años

Institución: Universidad Peruana Los Andes

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

**Ficha informe de evaluación a cargo del experto**

Cuestionario 1: título **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**

Variable: Calidad de servicio

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA ÍTEM	POR	OBSERVACIONES
D1: Aspectos Tangibles	1	3	4	4	4	Nivel alto		
	2	4	4	3	4	Nivel alto		
	3	4	4	4	4	Nivel alto		
	4	3	4	4	4	Nivel alto		
D2: Confiabilidad	5	4	3	3	3	Nivel moderado		
	6	4	4	4	4	Nivel alto		
	7	4	4	4	3	Nivel alto		
	8	3	4	4	4	Nivel alto		
D3: Capacidad de Respuesta	9	4	4	3	4	Nivel alto		
	10	4	4	4	3	Nivel alto		
	11	4	3	4	4	Nivel alto		
	12	3	4	4	4	Nivel alto		
D2: Seguridad	13	4	4	3	4	Nivel alto		
	14	4	3	3	3	Nivel moderado		
	15	3	4	4	4	Nivel alto		
	16	4	4	4	4	Nivel alto		
D3: Empatía	17	4	4	4	4	Nivel alto		
	18	4	4	4	3	Nivel alto		
	19	3	3	4	3	Nivel moderado		
	20	4	4	4	3	Nivel alto		
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto			

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
FREYD PAUL GUTIERREZ MEZA	Mtro. en Administración	20	Nivel alto

Sello y Firma:



**Ficha informe de evaluación a cargo del experto**  
**Cuestionario 2: título Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica**  
**Rebagliati de Huancayo, 2022.**  
**Variable: Satisfacción del Cliente**

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEM	OBSERVACIONES
D1: Rendimiento percibido	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	3	3	4	3	Nivel moderado	
	3	4	3	4	4	Nivel alto	
	4	4	4	4	3	Nivel alto	
	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	3	Nivel alto	
D2: Expectativas	7	4	4	3	4	Nivel alto	
	8	4	4	4	4	Nivel alto	
	9	4	4	4	3	Nivel alto	
	10	4	3	3	3	Nivel moderado	
	11	4	4	4	4	Nivel alto	
	12	3	4	4	4	Nivel alto	
D3: Niveles de satisfacción	13	4	4	3	3	Nivel moderado	
	14	3	4	4	4	Nivel alto	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
	16	4	4	4	3	Nivel alto	
	17	4	4	4	4	Nivel alto	
	18	3	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto		

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto
----------------------	---

Validez de contenido

Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
FREDY PAUL GUTIERREZ MEZA	Mtro. en Administración	18	Nivel alto

Sello y Firma:



## ANEXO 6

## VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

## Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario" que hace parte de la investigación: **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: MELQUIADEZ FLAVIO CAMAYO MEZA

Formación académica: Mg. en Gestión Pública

Áreas de experiencia profesional: Dirección Comercial, Gestión Pública

Tiempo: 15 actual: 18 años

Institución: Universidad Peruana Los Andes

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

**Ficha informe de evaluación a cargo del experto**

Cuestionario 1: título **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**

Variable: Calidad de servicio

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA ITEMS	POR	OBSERVACIONES
D1: Aspectos Tangibles	1	3	4	4	4	Nivel alto		
	2	4	4	3	4	Nivel alto		
	3	4	4	4	4	Nivel alto		
	4	3	4	4	4	Nivel alto		
D2: Confiabilidad	5	4	3	3	3	Nivel moderado		
	6	4	4	4	4	Nivel alto		
	7	4	4	4	3	Nivel alto		
	8	3	4	4	4	Nivel alto		
D3: Capacidad de Respuesta	9	4	4	3	4	Nivel alto		
	10	4	4	4	3	Nivel alto		
	11	4	3	4	4	Nivel alto		
D2: Seguridad	12	3	4	4	4	Nivel alto		
	13	4	4	3	4	Nivel alto		
	14	4	3	3	3	Nivel moderado		
	15	3	4	4	4	Nivel alto		
D3: Empatía	16	4	3	4	4	Nivel alto		
	17	4	4	4	4	Nivel alto		
	18	4	4	4	3	Nivel alto		
	19	3	3	4	3	Nivel moderado		
	20	4	4	4	3	Nivel alto		
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto			

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospital

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MELQUIADEZ FLAVIO CAMAYO MEZA	Mg. en Gestión Pública	20	Nivel alto

Sello y Firma:



Mg. Flavio Camayo Meza  
CÓRLAD JUNÍN N° 694

**Ficha informe de evaluación a cargo del experto**  
**Cuestionario 2: título Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica**  
**Rebagliati de Huancayo, 2022.**  
**Variable: Satisfacción del Cliente**

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1: Rendimiento percibido	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	3	3	4	3	Nivel moderado	
	3	4	3	4	4	Nivel alto	
	4	4	4	4	3	Nivel alto	
	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	3	Nivel alto	
D2: Expectativas	7	4	4	3	4	Nivel alto	
	8	3	4	3	3	Nivel moderado	
	9	4	4	4	3	Nivel alto	
	10	4	3	4	4	Nivel alto	
	11	4	4	4	4	Nivel alto	
	12	3	4	4	4	Nivel alto	
D3: Niveles de satisfacción	13	4	3	3	3	Nivel moderado	
	14	3	3	3	4	Nivel alto	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
	16	4	4	4	3	Nivel alto	
	17	4	4	4	4	Nivel alto	
	18	3	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto		

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto
----------------------	---

Validez de contenido

Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MELQUIADEZ FLAVIO CAMAYO MEZA	Mg. en Gestión Pública	18	Nivel alto

Sello y Firma:

  
Mg. Flavio Camayo Meza  
CORLAD JUNIN N° 694

## ANEXO 6

## VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

## Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario" que hace parte de la investigación: **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: MIGUEL ANIBAL CERRON ALIAGA

Formación académica: Mg. en Administración

Áreas de experiencia profesional: Negocios internacionales, docencia universitaria

Tiempo: 25 actual: 20 años

Institución: Universidad Peruana Los Andes

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

**Ficha informe de evaluación a cargo del experto**

Cuestionario 1: título **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022**

Variable: Calidad de servicio

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA ITEMS	POR	OBSERVACIONES
D1: Aspectos Tangibles	1	3	4	4	4	Nivel alto		
	2	4	4	3	4	Nivel alto		
	3	4	4	4	4	Nivel alto		
	4	3	4	4	4	Nivel alto		
D2: Confiabilidad	5	4	3	3	3	Nivel moderado		
	6	4	4	4	4	Nivel alto		
	7	4	3	4	3	Nivel moderado		
	8	3	4	4	4	Nivel alto		
D3: Capacidad de Respuesta	9	4	4	3	4	Nivel alto		
	10	4	4	4	3	Nivel alto		
	11	4	3	4	4	Nivel alto		
D2: Seguridad	12	3	4	4	4	Nivel alto		
	13	4	4	3	4	Nivel alto		
	14	4	4	4	4	Nivel alto		
	15	3	4	4	4	Nivel alto		
D3: Empatía	16	4	3	3	3	Nivel moderado		
	17	4	4	4	4	Nivel alto		
	18	4	4	4	3	Nivel alto		
	19	3	4	3	3	Nivel moderado		
	20	4	4	4	3	Nivel alto		
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto			

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospital

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto
---------------	---

Validez de contenido

Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MIGUEL ANIBAL CERRON ALIAGA	Mg. en Administración	20	Nivel alto

Sello y Firma:

  
Mg. Miguel Anibal Cerrón Aliaga  
Reg. CLAD N° 03688

**Ficha informe de evaluación a cargo del experto**

Cuestionario 2: título **Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022.**

Variable: **Satisfacción del Cliente**

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES	
D1: Rendimiento percibido	1	4	4	4	4	Nivel alto		
	2	3	4	4	4	Nivel alto		
	3	4	3	4	4	Nivel alto		
	4	4	4	4	3	Nivel alto		
	5	4	4	4	4	Nivel alto		
	6	4	4	4	4	3	Nivel alto	
D2: Expectativas	7	3	3	4	3	Nivel moderado		
	8	4	4	4	4	Nivel alto		
	9	4	4	4	3	Nivel alto		
	10	4	3	3	3	Nivel moderado		
	11	4	4	4	4	Nivel alto		
	12	3	4	4	4	4	Nivel alto	
D3: Niveles de satisfacción	13	3	3	4	3	Nivel moderado		
	14	3	3	3	4	Nivel alto		
	15	4	4	4	4	Nivel alto		
	16	4	4	4	3	Nivel alto		
	17	3	3	4	4	3	Nivel moderado	
	18	3	4	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto			

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto
----------------------	---

Validez de contenido

Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MIGUEL ANIBAL CERRON ALIAGA	Mg. en Administración	18	Nivel alto

Sello y Firma:

  
 Mg. Miguel Anibal Cerrón Aliaga  
 Reg. LADN° 03688

## ANEXO 6

## BASE DE DATOS SPSS

De la Variable 1. Calidad del servicio

MUESTRA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
6	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
7	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
8	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
9	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
10	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
11	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
12	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
13	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
14	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
17	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
18	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
19	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
20	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
21	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
22	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3

23	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
24	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
25	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
26	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
27	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
28	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
29	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
30	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
31	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
32	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
33	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
34	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
35	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
36	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
37	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
38	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
39	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
40	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
41	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
42	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
43	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
44	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
45	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
46	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
47	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
48	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
49	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3

50	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
51	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
54	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
55	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
56	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
57	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
58	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
59	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
60	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
61	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
62	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
63	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
64	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
67	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
68	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
69	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
70	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
71	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
72	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
73	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
74	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
75	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
76	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1

77	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
78	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
79	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
80	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
81	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
82	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
83	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
84	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
85	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
86	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
87	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
88	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
89	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
90	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
91	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
92	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
93	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
94	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
95	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
96	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
97	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
98	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
99	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
100	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
101	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4

104	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
105	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
107	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
108	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
109	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
110	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
111	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
112	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
113	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
114	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
115	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
116	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
117	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
118	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
121	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
122	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
123	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
124	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
125	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
126	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
127	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
128	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
129	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
130	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1

131	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
132	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
133	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
135	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
136	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
137	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
138	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
139	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
140	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
141	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
142	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
143	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
144	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
145	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
146	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
149	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
150	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
151	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
152	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
153	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
154	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
155	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
156	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
157	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1

158	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
159	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
160	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
161	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
162	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
163	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
164	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
165	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
166	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
167	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
168	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
169	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
170	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
171	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
172	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
174	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
175	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
176	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
177	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
178	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1
179	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
180	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
181	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
182	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
183	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
184	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	4	4	3	1	1

185	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
186	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
187	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4
188	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	3	3
189	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
190	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4

## De la Variable 2. Satisfacción del cliente

MUESTRA	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18
1	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
3	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
6	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
7	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
8	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
9	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
10	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
11	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
12	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
13	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
14	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
16	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
17	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
18	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
19	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
20	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
21	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
22	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
23	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
24	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
25	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4

26	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
27	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
28	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
29	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
30	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
31	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
32	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
33	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
34	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
35	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
36	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
37	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
38	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
39	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
40	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
41	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
42	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
43	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
44	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
45	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
46	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
47	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
48	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
49	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
50	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3

53	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
54	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
55	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
56	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
57	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
58	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
59	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
60	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
61	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
62	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
63	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
64	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
66	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
67	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
68	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
69	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
70	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
71	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
72	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
73	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
74	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
75	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
76	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
77	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
78	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
79	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4

80	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
81	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
82	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
83	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
84	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
85	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
86	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
87	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
88	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
89	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
90	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
91	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
92	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
93	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
94	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
95	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
96	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
97	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
98	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
99	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
100	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
101	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
102	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
103	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
104	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
105	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
106	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3

107	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
108	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
109	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
110	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
111	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
112	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
113	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
114	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
115	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
116	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
117	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
118	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
119	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
120	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
121	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
122	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
123	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
124	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
125	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
126	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
127	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
128	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
129	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
130	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
131	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
132	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
133	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3

134	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
135	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
136	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
137	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
138	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
139	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
140	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
141	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
142	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
143	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
144	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
145	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
146	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
147	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
148	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
149	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
150	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
151	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
152	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
153	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
154	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
155	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
156	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
157	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
158	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
159	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
160	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3

161	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
162	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
163	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
164	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
165	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
166	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
167	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
168	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
169	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
170	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
171	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
172	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
173	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
174	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
175	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
176	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
177	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
178	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
179	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
180	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4
181	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
182	5	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3
183	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
184	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
185	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
186	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
187	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3

188	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
189	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
190	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3

## ANEXO 7 CONSENTIMIENTO INFORMADO

Luego de haber sido debidamente informada/o de los objetivos, procedimientos y riesgos hacia mi persona como parte de la investigación denominada “**Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la clínica Rebagliati de Huancayo, 2022** que se está llevando a cabo conducido por las investigadoras responsables Bach. Carhuapoma Ruíz Freddy Luis y Bach. Pantoja Vilchez Shaerlaey Dhanae

Se me ha notificado que mi participación es totalmente libre y voluntaria y que aún después de iniciada puedo rehusarme a responder cualquiera de las preguntas o decidir suspender mi participación en cualquier momento, sin que ello me ocasione ningún perjuicio. Asimismo, se me ha dicho que mis respuestas a las preguntas y aportes serán absolutamente confidenciales y que las conocerá sólo el equipo de profesionales involucradas/os en la investigación; y se me ha informado que se resguardará mi identidad en la obtención, elaboración y divulgación del material producido.

Entiendo que los resultados de la investigación me serán proporcionados si los solicito y que todas las preguntas acerca del estudio o sobre los derechos a participar en el mismo me serán respondidas.

Huancayo, 10 de junio 2023.



(PARTICIPANTE)

INGAROCA CABALLERO JHON

**1. Responsable de investigación**

Apellidos y nombres: Pantoja Vilchez Shaerlaey Dhanae

D.N.I. N° 70319344

N° de teléfono/celular: 944853801

Email: sherpantoja@gmail.com

Firma:



**2. Responsable de investigación**

Apellidos y nombres: Carhuapoma Ruiz Freddy Luis

D.N.I. N° 46582898

N° de teléfono/celular: 944853801

Email: luisfre321@gmail.com

Firma:



ANEXO 8  
FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO





