

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 satisfacción de los usuarios del IPRESS de
Ataura – Jauja 2022**

Para optar : El Título Profesional de Licenciada en
Administración

Autor (es) : Bach. CLAVO ACUÑA ELSA

Bach. LINARES GONZALES ZOILA ANGELA

Asesor : Mtro. Paul Denis Martinez Vitor

Línea de investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Culminación : 16.08.23-15.08.2024

Huancayo – Perú

2024

HOJA DE APROBACIÓN POR LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**TESIS****Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del IPRESS de
Ataura – Jauja 2022****PRESENTADA POR:**Bach. ELSA CLAVO ACUÑA
Bach. ZOILA ANGELA LINARES GONZALES**PARA OPTAR EL TITULO DE:**

Licenciada en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS
APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:DECANO : _____
: Dr. Aguedo Alvino Bejar MormontoyPRIMER
MIEMBRO : _____SEGUNDO
MIEMBRO : _____TERCER
MIEMBRO : _____

Huancayo,de..... de 2024

Asesor

MTRO. PAUL DENNIS MARTINEZ VITOR

Dedicatoria

A nuestros familiares, que siempre nos acompañaron en los momentos más difíciles que nos tocó enfrentar durante todo nuestro proceso de formación profesional en las aulas universitarias de la UPLA y a quienes fueron el soporte y aliciente incondicional para culminar satisfactoriamente nuestras carreras.

Elsa y Zoila

Agradecimiento

A todos nuestros docentes con quienes compartimos aula en la Escuela profesional de Administración y Sistemas de la UPLA por su dedicación y entrega demostrada al impartirnos sus conocimientos y experiencias, que lo ponemos en práctica de manera eficiente en nuestros centros laborales.

Nuestra gratitud al asesor de tesis Mtro. Paul Denis Martinez Vitor, por su orientación y dedicación demostrada en el desarrollo de cada fase del presente trabajo de investigación, que nos conlleva a obtener el ansiado título profesional de Licenciado en Administración.

A los Directivos del IPRESS de Ataura – Jauja, por las facilidades brindadas en el desarrollo del presente estudio.

Elsa y Zoila

CONSTANCIA DE SIMILITUD



Oficina de
Propiedad Intelectual
y Publicaciones

NUEVOS TIEMPOS
NUEVOS DESAFÍOS
NUEVOS COMPROMISOS

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0206 - FCAC -2024

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

Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : Bach. CLAVO ACUÑA ELSA
Bach. LINARES GONZALES ZOILA ANGELA

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Académica : ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

Asesor(a) : Mtro. MARTINEZ VITOR PAUL DENIS

Fue analizado con fecha 08/05/2024; con 139 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

El documento presenta un porcentaje de similitud de 25 %.

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, 08 de mayo del 2024.



SR. LIZET ÓRIELA MANTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

Contenido

	Pág.
Portada	
Hoja de jurados	
Asesor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
CONSTANCIA DE SIMILITUD	vi
Contenido.....	vii
Contenido de figuras	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción	xiv
CAPÍTULO I	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	16
1.2. Delimitación de la investigación.....	21
1.2.1. Delimitación espacial.....	21
1.2.2. Delimitación temporal	21
1.2.3. Delimitación conceptual o temática	21
1.3. Formulación del problema	22
1.3.1. Problema General	22
1.3.2. Problemas Específicos	22
1.4. Justificación de la investigación.....	22
1.4.1. Justificación social.....	22
1.4.2. Justificación teórica	23
1.4.3. Justificación metodológica.....	23
1.5. Objetivos de la investigación	24
1.5.1. Objetivo general	24

1.5.2. Objetivos Específicos	24
CAPÍTULO II.....	25
MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. Antecedentes del estudio	25
2.1.1. Antecedentes internacionales	25
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	28
2.2. Bases Teóricas o Científicas:	32
2.2.1. Calidad del Servicio.....	32
2.2.2. Satisfacción de los Usuarios	40
2.3. Marco Conceptual	48
CAPÍTULO III.....	50
Hipótesis	50
3.1. Hipótesis General:	50
3.2. Hipótesis Específicas:	50
3.3. Variables de la Investigación:	51
3.3.1. Definición conceptual:	51
3.3.2. Operacionalización de las variables	52
CAPÍTULO IV.....	54
METODOLOGÍA.....	54
4.1. Método de Investigación.....	54
4.2. Tipo de Investigación.....	56
4.3. Nivel de Investigación.....	56
4.4. Diseño de Investigación	56
4.5. Población y Muestra	57
4.5.1. Población de la Investigación:	57
4.5.2. Muestra de Estudio de la Investigación:.....	58
4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	59
4.6.1. Técnicas de Recolección de Datos	59

4.6.2. Instrumento de Recolección de Datos.....	60
4.6.3. Procedimiento de Recolección de Datos.....	66
4.7. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	67
4.8. Aspectos Éticos de la Investigación	67
CAPÍTULO V	68
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	68
5.1. Descripción de Resultados de las Variables de Estudio.....	68
5.2. Contrastación de Hipótesis.....	78
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	102
ANEXOS	106
Anexo 1: Matriz de Consistencia	107
Anexo 2: Matriz de Operacionalización de las variables	108
Anexo 6: Base de datos	120
Anexo 7: Consentimiento informado.....	142

Contenido de tablas

	Pág.
Tabla 1. Población de la investigación	58
Tabla 2. Muestra de la investigación	59
Tabla 3. Baremo del Alfa de Crombrach	63
Tabla 4. Variable Calidad del servicio	68
Tabla 5. Dimensión tangibilidad.....	69
Tabla 6. Dimensión fiabilidad.....	70
Tabla 7. Dimensión capacidad de respuesta	71
Tabla 8. Dimensión seguridad	72
Tabla 9. Dimensión empatía	73
Tabla 10. Variable satisfacción del usuario	74
Tabla 11. Dimensión expectativa del usuario	75
Tabla 12. Dimensión rendimiento percibido	76
Tabla 13. Dimensión lealtad del usuario.....	77
Tabla 14. Cálculo estadístico de prueba: calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. 79	
Tabla 15. Calculo Estadístico de prueba: tangibilidad y la satisfacción de los usuarios	81
Tabla 16. Estadístico de prueba: fiabilidad y la satisfacción de los usuarios	83
Tabla 17. Estadístico de prueba: capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios ...	85
Tabla 18. Estadístico de prueba: capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios.....	87
Tabla 19. Estadístico de prueba: empatía y satisfacción de los usuarios.....	89

Contenido de figuras

	Pág.
Figura 1. Establecimientos de salud por implementar según departamentos, 2021.	18
Figura 2. Capacidad instalada inadecuada de los EE.SS. en el Perú – 2021.	19
Figura 3. Ventajas competitivas de ofrecer calidad en los servicios.	38
Figura 4. Modelo del SERVQUAL para medir la Calidad de Servicio.	39
Figura 5. Funciones de la Gestión Administrativa.....	43
Figura 6. Variable Calidad del servicio	68
Figura 7. Dimensión tangibilidad	69
Figura 8. Dimensión fiabilidad	70
Figura 9. Dimensión capacidad de respuesta.....	71
Figura 10. Dimensión seguridad.....	72
Figura 11. Dimensión empatía.....	73
Figura 12. Dimensión satisfacción del usuario	74
Figura 13. Dimensión expectativa del usuario.....	75
Figura 14. Dimensión rendimiento percibido	76
Figura 15. Dimensión lealtad del usuario	77
Figura 16. Variable calidad del servicio	80
Figura 17. Hipótesis específica: tangibilidad y la satisfacción de los usuarios	82
Figura 18. La fiabilidad y la satisfacción de los usuarios	84
Figura 19. La capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios.....	86
Figura 20. La capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios.....	88
Figura 21. La empatía y la satisfacción de los usuarios.....	90

Resumen

La presente investigación tuvo como problema ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura-Jauja 2022?, el objetivo general fue determinar cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura-Jauja 2022, se consideró también la hipótesis denominada: La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura-Jauja 2022, se consideró el método científico y como parte de ello se consideró el método hipotético-deductivo, inductivo-deductivo, analítico-sintético, el enfoque fue el cuantitativo, de tipo básica, de diseño no experimental de corte transversal, para el recojo de la información se tomó una muestra (90) usuarios de la IPRESS del distrito de Ataura-Jauja, el cuestionario fue el instrumento utilizado, en tal sentido se concluyó que la calidad de servicio presenta una relación significativamente alta con la satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura-Jauja; el Rho Spearman fue de 0.829, con un 5% de probabilidad de error. Se sugiere llevar a cabo la ejecución y optimización de los procedimientos y responsabilidades administrativas y de atención médica, siguiendo cuidadosamente las etapas del proceso administrativo. El propósito es establecer una estrategia integral centrada en la calidad y la mejora continua en los servicios de salud, así como en las interacciones entre el personal y los pacientes. Esto se realiza con el objetivo de elevar la empatía del personal y, en consecuencia, mejorar la satisfacción del usuario.

Palabras clave: Calidad de servicio y Satisfacción de los usuarios.

Abstract

The problem of this research was: How is the quality of the service and the satisfaction of the users of the IPRESS of Ataura-Jauja 2022 related? The general objective was to determine how the quality of the service and the satisfaction of the users of the IPRESS of Ataura-Jauja 2022, the hypothesis called: The quality of the service is significantly related to the satisfaction of the users of the IPRESS of Ataura-Jauja 2022 was also considered, the scientific method was considered and as part of it the hypothetical-deductive method was considered. , the approach was quantitative, basic type, non-experimental cross-sectional design, to collect the information a sample (90) IPRESS users from the Ataura-Jauja district was taken, the questionnaire was the instrument used, In this sense, it was concluded that the quality of service has a significantly high relationship with user satisfaction in the IPRESS of Ataura-Jauja; the Spearman Rho was 0.829, with a 5% probability of error. It is suggested to carry out the execution and optimization of administrative and medical care procedures and responsibilities, carefully following the stages of the administrative process. The purpose is to establish a comprehensive strategy focused on quality and continuous improvement in health services, as well as interactions between staff and patients. This is done with the aim of increasing staff empathy and, consequently, improving their satisfaction.

Keywords: Quality of service and User satisfaction.

Introducción

En el ámbito organizacional encontramos a entidades dedicadas a la prestación de servicios de salud, como es el caso del Ministerio de Salud en el Perú, considerado como el ente rector de la salud en el país, por lo tanto es el responsable de tomar las acciones de alto nivel y las estrategias de calidad nacional que conduzcan al logro de prestar servicios de salud seguros y con calidad garantizada en todos los establecimientos del territorio peruano y de esta manera satisfacer las necesidades y deseos en salud de la población usuaria, al extremo de sobre pasar sus expectativas, a través de instalaciones y equipos adecuados, cumplir con las ofertas relacionadas a los servicios, tener personal de salud comprometido e involucrado en el servicio, generar un ambiente seguro y de confianza, y brindar servicios personalizados, entre otros, lo que en muchos caso escapa a la realidad.

Es en ese mismo orden de ideas, se pretende resaltar la importancia de que toda organización tiene como piedra angular a sus clientes, usuarios o consumidores y por ende satisfacer sus necesidades se convierte en el principal propósito a cumplir si es que realmente se quiere permanecer en el mercado por largos plazos. Lo que trasladado a una entidad prestadora de servicios de salud pública o privada sería el fin primordial sobre el cual garantizaría su éxito organizacional. De lo anterior, se menciona que la satisfacción del cliente son todas aquellas sensaciones relacionadas al placer o decepción que se forma un cliente o consumidor en base a la comparación que hace de los resultados percibido de un bien o servicio frente a sus expectativas reales formadas antes de consumirlo. Labrador, H. (2018), que a su vez obliga definir a la calidad del servicio como aquel juicio global emitido por el usuario o cliente respecto a la excelencia o superioridad del servicio recibido, como resultado de comparar las expectativas de las percepciones del usuario de servicios. Parasuraman y Zeithaml (1993).

En ese sentido se considera a la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura, cuya misión es la de contribuir en la mejora permanente de la calidad de la atención de los servicios de salud y el fortalecimiento de la atención primaria, prestada toda la población de este distrito, sin embargo viene presentando brechas relacionadas a la calidad del servicio y la satisfacción de la población usuaria, por lo que los investigadores desarrollaran metodológicamente a una investigación de tipo básica, de nivel correlacional, con diseño no experimental; por lo cual, se considera como objetivo del estudio: Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

De lo anterior resulta que, para el desarrollo del presente proyecto se consideró a lo dispuesto por el vigente Reglamento de grados y títulos para pre grado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes; en ese sentido quedó estructurada de la manera siguiente:

En el Capítulo I titulado “Planteamiento del problema” se escribe todo el soporte argumentativo relacionado al tema de investigación y la problemática respecto a la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, desde un contexto general a lo específico; seguidamente del planteamiento de los enunciados del problema del estudio, sus delimitaciones, las justificaciones a nivel social, teórico y metodológico, para posteriormente formular los objetivos que conducirán a la investigación.

En el Capítulo II, titulado “Marco teórico” se hace una transcripción de los trabajos de investigación aceptados por la comunidad científica relacionados a las categorías del tema, del ámbito internacional y nacional, seguidamente se da estructura a las bases teóricas, culminando con el marco conceptual.

Capítulo III, titulado “Hipótesis y Variables” se consideran las formulaciones de las hipótesis específicas y general respectivamente, se da la conceptualización de las categorías y posteriormente se las operacionalizan a través de una matriz.

En el Capítulo IV, de la “Metodología de la investigación”; se hace énfasis al tipo, métodos, nivel, diseño de investigación, adicionalmente de la población, muestra, técnicas e instrumentos de acopio de datos, técnicas de recojo y procesamiento, y las consideraciones éticas.

En el Capítulo V, se presentaron los resultados de la investigación, en tablas, y figuras estadísticas. Se consideró las referencias bibliográficas y como parte final se anexó lo solicitado según el reglamento referido: matriz de consistencia; matriz de operacionalización de variables, matrices de operacionalización del instrumento, validación y los instrumentos de investigación, confiabilidad instrumental, entre otros.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

En el ámbito internacional, tenemos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como un imperativo de interés universal propiciado por la Organización de las Naciones Unidas, dentro de los cuales encontramos algunos orientados al compromiso global de brindar cobertura sanitaria universal, el mismo que debe ser de calidad y proyectada a ser cumplida el 2030. Dicho de otra manera, es que toda persona humana, así como las comunidades del mundo, accederán a los servicios de salud de alta calidad, sean estos promocionales, preventivos, curativos, entre otros, con la particularidad de ser gratuitas; en ese sentido tenemos a las instituciones prestadoras de servicios preocupadas en implementarse de herramientas adecuadas de gestión en salud, que les coadyuve a los responsables de gestionarlas a prestar servicios que se ajusten a las necesidades de sus usuarios o beneficiarios. Es decir, servicios de salud con calidad. Al respecto, tenemos que el fin de la calidad es la satisfacción del cliente, como resultado del trabajo coordinado y participativo del componente humano de una compañía, quienes tienen en cuenta sus expectativas y necesidades por satisfacer. Por lo que, será el juicio que los clientes darán sobre el servicio recibido (Torres, M., & Vásquez, C. 2017).

A nivel nacional, tenemos al Ministerio de Salud como ente responsable de tomar las acciones de alto nivel y las estrategias de calidad nacional que conduzcan al logro de prestar servicios de salud seguros y con calidad garantizada en todos los establecimientos

diseminados en el ámbito nacional del territorio peruano, para lo que dispone a sus gestores responsables de administrarlas, implementarse de herramientas de gestión, y de prácticas de trabajo coordinado y en equipo como filosofía de negocio, de manera que los servicios que presten a sus usuarios sean seguros y con calidad garantizada. Esto significa, ofrecer instalaciones y equipos adecuados, cumplir con las ofertas relacionadas a los servicios, tener personal de salud comprometido e involucrado en el servicio (eficiente, eficaz y efectivo), generar un ambiente seguro y de confianza, y brindar servicios personalizados que se adapten a las exigencias de los usuarios o clientes externos, lo que se convierten en indicadores que apuntan al logro de la satisfacción de los usuarios de los servicios de salud, lo que es medible a nivel cuantitativo y cualitativo para conocer realmente si se está cumpliendo con prestar la calidad en el servicio y si se está logrando satisfacer las necesidades. Consecuentemente, el termino calidad, ha evolucionado por más de 2000 años teniendo a la fecha nuevos enfoques de la Calidad que se ajustan al progreso del espectro científico-tecnológico, tal cual lo enfatiza Denton, K. (2019).

Es en ese mismo orden de ideas, se pretende resaltar la importancia de que toda organización tiene como piedra angular a sus clientes, usuarios o consumidores y por ende satisfacer sus necesidades se convierte en el principal propósito a cumplir si es que realmente se quiere permanecer en el mercado por largos plazos. Lo que trasladado a una entidad prestadora de servicios de salud pública o privada sería el fin primordial sobre el cual garantizaría su éxito organizacional. De lo anterior, se menciona que la satisfacción del cliente son todas aquellas sensaciones relacionadas al placer o decepción que se forma un cliente o consumidor en base a la comparación que hace de los resultados percibido de un bien o servicio frente a sus expectativas reales formadas antes de consumirlo. Labrador, H. (2018)., que a su vez obliga definir a la calidad del servicio como aquel juicio global emitido por el usuario o cliente respecto a la excelencia o superioridad del servicio recibido, como resultado

de comparar las expectativas de las percepciones del usuario de servicios. Parasuraman y Zeithaml (1993).

Contrariamente, encontramos dentro de nuestra realidad peruana a instituciones prestados de este tipo de servicio con falencias y brechas preocupantes que cuestionan la calidad con el cual se deben de prestar estos servicios en favor de los usuarios, quienes demuestran indicadores preocupantes de insatisfacción, como lo que viene ocurriendo en el ámbito regional de Junín, tal cual lo determina el informe de auditoría a la calidad de la atención en los servicios de salud de la DIRESA (2022) en donde se concluye objetivamente que hubo inobservancia a las normas técnicas de salud, que no se cumplieron los plazos establecidos para el cumplimiento de metas asignadas, que no se hicieron las valoraciones completas a los servicios de salud que se prestan, déficit de equipos, incremento de reclamos por la calidad del servicio recibido, falta de implementación e inadecuada capacidad de instalación, entre otros.

Figura 1.

Establecimientos de salud por implementar según departamentos, 2021.

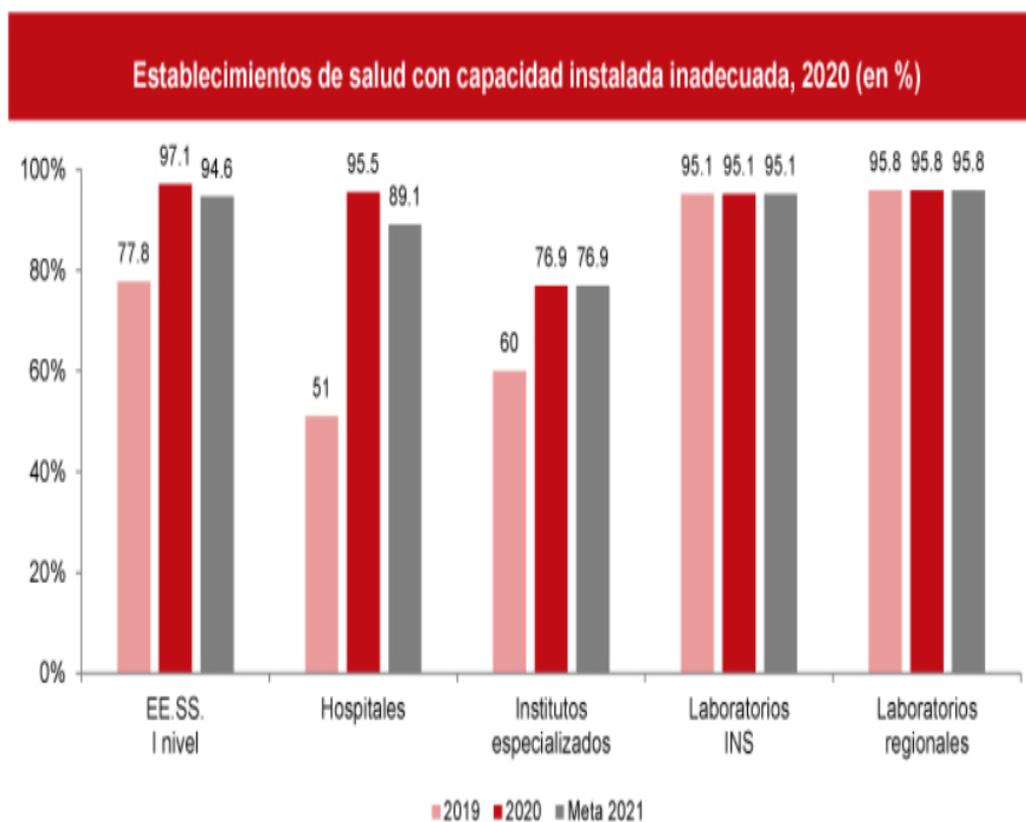
Departamento	EE. SS. I nivel			Hospitales		
	Óptimo	Por implementar	% nuevos EE.SS. I nivel	Óptimo	Por implementar	% nuevos hospitales
Amazonas	44	9	20%	9	3	33%
Áncash	126	59	47%	20	8	40%
Apurímac	46	6	13%	4	0	0%
Arequipa	186	68	37%	9	2	22%
Ayacucho	63	18	29%	11	2	18%
Cajamarca	172	51	30%	31	20	65%
Callao	150	77	51%	11	4	36%
Cusco	161	53	33%	13	4	31%
Huancavelica	29	6	21%	12	7	58%
Huánuco	84	27	32%	6	1	17%
Ica	129	51	40%	8	0	0%
Junín	160	52	33%	14	3	21%
La Libertad	250	110	44%	56	29	52%
Lambayeque	176	91	52%	6	1	17%
Lima	1399	835	60%	82	36	44%
Loreto	127	34	27%	14	7	50%
Madre de Dios	23	6	26%	2	0	0%
Moquegua	21	5	24%	6	2	33%
Pasco	32	5	16%	3	0	0%
Piura	263	97	37%	23	16	70%
Puno	140	40	29%	22	7	32%
San Martín	108	46	43%	14	4	29%
Tacna	44	16	36%	1	0	0%
Tumbes	32	8	25%	3	0	0%
Ucayali	76	21	28%	3	0	0%
Total	4041	1791	44%	383	156	41%

Nota: Esta figura muestra a los Establecimientos de salud del Ministerio de Salud a nivel nacional, que requieren ser implementadas a fin de cubrir su adecuada capacidad de instalación y garantizar la calidad de sus servicios y atención en salud. MINSA 2021. Fuente: Economipedia

Es decir, que como resultado tenemos a los servicios deficientes respecto a la atención en salud prestada, como es el caso de los establecimientos del Ministerio de Salud. Adicionalmente refieren que dichos establecimientos no tienen la capacidad instalada adecuada (figura 2) o presentan deficiencias o en sus elementos tangibles (infraestructura, ambientes hacinados, ausencia de equipos modernos, falta de instrumentos con tecnología de punta, entre otros), además de presentar brechas en el servicio de salud principal y complementarios por no tener el personal especializado suficiente, desabastecimiento logístico, y los problemas de gestión.

Figura 2.

Capacidad instalada inadecuada de los EE.SS. en el Perú – 2021.



Nota: En la figura, se puede corroborar que desde los inicios del periodo 2021, ya se contaba con un 97.1% de los establecimientos de salud (8,531 de 8,783) con deficiencias en su capacidad de instalación. MINSA 2021.

De la figura se infiere que la capacidad de instalación inadecuada de los establecimientos de salud se refleja directamente en la calidad de los servicios prestados y por ende en el nivel de satisfacción de los usuarios, por lo tanto, las brechas que presentan en la infraestructura precaria, en el equipamiento desfasado y obsoleto, a veces hasta inoperativo e insuficiente, déficit de personal, entre otros problemas, repercuten negativamente en el servicio y percepción de los clientes.

En la presente investigación, previo análisis y observación se considera como entidad objeto de estudio a la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja 2022, cuya misión es la de contribuir en la mejora permanente de la calidad de la atención, en el primer nivel de atención garantizando el acceso a toda la población del lugar, a quienes se les asegurara los servicios de salud y el fortalecimiento de la atención primaria., por lo que a la fecha viene prestando sus servicios a toda la población de este distrito, sin embargo como es de verse también enfrenta problemas relacionados a la calidad del servicio y la satisfacción de la población usuaria, quienes indican no contar con los servicios especializados que requieren, además de cuestionar la calidad del servicio que vienen recibiendo, lo que repercute negativamente en su satisfacción; adicionalmente refieren la débil implementación de infraestructura, logística y de medicamentos, sumándose la débil predisposición del personal en servirlos adecuadamente.

Como posibles causas de la problemática planteada se tendría al problema coyuntural relacionado a la débil capacidad de instalación que padecen los establecimientos de salud en la Región y el país, además de no contar con el talento humano especializado, es decir el déficit de personal de especialistas, incrementándose la débil capacitación que vienen recibiendo en relación a la calidad de atención y estrategias orientadas a satisfacer a los clientes, y el débil trabajo coordinado y en equipo a fin de superar las brechas de

desabastecimiento; así mismo la poca importancia que se le da a las expectativas y percepciones que se forman los usuarios de los servicios de salud.

En ese mismo orden de ideas, tenemos como posibles consecuencias, a los niveles preocupantes de insatisfacción, quejas y reclamos por parte de los usuarios respecto al servicio que vienen recibiendo, lo que repercute en la imagen corporativa del establecimiento de salud de Ataura, y de su personal en pleno; por lo que se desarrolló la presente investigación a fin de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Delimitación espacial

La presente investigación se desarrolló en el ámbito del distrito de Ataura de la Provincia de Jauja del departamento de Junín.

1.2.2. Delimitación temporal

La delimitación temporal que se consideró es el periodo 2022, tiempo en que se desarrollaron las fases del estudio y el trabajo de campo.

1.2.3. Delimitación conceptual o temática

La investigación consideró el predominio de la problemática planteada, las categorías y sub categorías que comprometen la estructura temática, del cual se realizó el presente estudio, en ese sentido, se tiene a la variable 1. Calidad de servicio: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y la variable 2. Satisfacción del usuario: expectativas de los usuarios, rendimiento percibido, lealtad del usuario.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?

1.3.2. Problemas Específicos

- a. ¿Cómo se relaciona la Tangibilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?
- b. ¿Cómo se relaciona la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?
- c. ¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?
- d. ¿Cómo se relaciona la seguridad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?
- e. ¿Cómo se relaciona la empatía y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación social

Los beneficiarios del presente estudio, es la población usuaria en general de los servicios de salud de esta parte del país, brindados por las IPRESS y demás establecimientos de salud; por cuanto los resultados del estudio permitirán a los directivos tomar decisiones y acciones correctivas, que permitan mejorar la calidad de los servicios prestados mediante el mejoramiento de las infraestructuras, y la capacidad de respuesta del personal de salud, con el fin de responder a sus expectativas y generar una percepción que favorezca al servicio, personal e institución prestadora de servicios. Así mismo, se

beneficiarán todos aquellos directivos interesados en maximizar los niveles de satisfacción de sus usuarios a través del mejoramiento de las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, empatía, seguridad en la calidad de servicios.

1.4.2. Justificación teórica

La trascendencia o valor teórico de la investigación, se justifica en cuanto nos permitirá generar conocimiento científico respecto a la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de servicios del sector salud; lo que será un complemento importante al ya existente; con lo que se enriquecerá todo el bagaje teórico sobre el cual podrán desarrollarse nuevas investigaciones relacionadas al tema. Además, por ser fuente abierta de información teórica de las categorías del tema investigado, sobre el cual podrán realizarse debates académicos y científicos.

1.4.3. Justificación metodológica

El valor metodológico de la investigación se justifica, al aportar una estructura de metodología debidamente validada, así como instrumentos confiables para el acopio de información en investigaciones que se podrán desarrollar con similitud a las variables investigadas. El cual es un aporte metodológico útil para académicos, científicos, estudiantes, catedráticos u otro interesado en profundizar el tema de investigación.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos

- a. Determinar cómo se relaciona la Tangibilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.
- b. Determinar cómo se relaciona la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.
- c. Determinar cómo se relaciona la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.
- d. Determinar cómo se relaciona la seguridad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.
- e. Determinar cómo se relaciona la empatía y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Argudo-Pesantez, B. et al. (2020). Percepción de la Satisfacción del Cliente Externo: Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Azogues. Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología, Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021, de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda de Santa Ana de Coro – Venezuela, cuyo objetivo fue evaluar la percepción de la satisfacción del cliente externo del servicio de consulta externa y diferentes prestaciones del CCQA Hospital del Día Azogues. Se aplicó el método descriptivo SERVQUAL (Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), por medio de las cinco dimensiones de la calidad, con un diseño no experimental transversal, con una población conformada por el total de pacientes 946, de quienes se extrajo la data y de cuyos procesamientos se concluyó: que evaluar la percepción de la satisfacción del cliente externo del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del día de Azogues, es de suma importancia ya que se puede identificar que en general que los usuarios se encuentran satisfechos respecto a las cinco dimensiones de la fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, pero para mejorar las deficiencias encontradas, es necesario implementar estrategias de mejoramiento; así como también se debe realizar evaluaciones periódicas, de los procesos para mejorar los servicios y cubrir las necesidades y expectativas de los usuarios.

Gregor, S. (2020), en su tesis “Satisfacción del Usuario y Eficiencia de la Gestión de Calidad del Servicio del Centro de Salud “Alfonso Oramas González” en Durán”, de la Casa superior Tecnológica Empresarial de Guayaquil – Ecuador, donde se consideró como objetivo general determinar el impacto de la gestión de calidad del servicio en satisfacción de usuarios en el referido Centro de Salud - 2018. Aplicándose una metodología descriptiva, de campo, con uso de la encuesta a usuarios del servicio. Se obtuvo las siguientes conclusiones: a. Que, los bienes tangibles fueron calificados con 61%, por causa de limitaciones de material informativo; b. Que, la fiabilidad fue calificada con 59%, porque el enfoque de la atención fue hacia el cumplimiento de cronogramas internos, pero no hacia la satisfacción del cliente; c. Que, la responsabilidad fue calificada con 46%, por demoras en la atención al cliente, desmotivación del personal de salud y sobrecarga de tareas; d. Que, la seguridad fue calificada con 56%, por limitaciones en calidez del personal de salud; e. Que, la empatía con 67%. Finalmente, la evaluación de la calidad del servicio reportó un nivel de satisfacción del cliente del 58%, el cual no alcanzó el nivel de aceptabilidad requerida por el modelo SERVPERF, que es del 70%. F. Además de que se mantiene la expectativa de fortalecimiento de la gestión de la calidad del servicio para potenciación de calidad de vida de la ciudadanía del cantón Durán.

Suárez G. et al. (2019). El artículo “Percepción sobre calidad de la atención en el centro de salud CAI III” publicado en la Revista Cubana de Investigaciones Biométricas, volumen 38, número 2, de abril a junio de 2019, y publicado en línea el 1 de junio de 2019, tienen como objetivo general determinar cómo los usuarios perciben la calidad de la atención en el Centro de Salud CAI III en Milagro durante el año 2018. Para esto, se llevó a cabo un estudio cuantitativo, descriptivo y transversal. Se encuestó a una muestra representativa de 370 residentes del cantón Milagro en la provincia de Guayas. Se utilizó la encuesta SERVQUAL de escala multidimensional para medir y relacionar la percepción

y las expectativas de los usuarios en cuanto a la calidad de atención. Los hallazgos indican que la calidad de atención en el centro de Salud CAI III tiene una satisfacción regular según el modelo SERVQUAL. Los usuarios consideran que es necesario mejorar tanto la infraestructura del centro como la empatía del personal hacia ellos. Los resultados sugieren que es necesario mejorar la calidad del servicio para lograr una calificación de excelencia, lo que a su vez generara la satisfacción de la población, un indicador esencial de calidad en la atención médica.

Fariño-Cortez, J. et al. (2019). Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en las unidades operativas de atención primaria de salud. *Revista Espacios*, Vol. 39 (Nº 32) Año 2018. Pág. 22, cuyo objetivo general fue determinar el nivel de relación entre la satisfacción de los usuarios y la calidad de los servicios prestados en la entidad de salud; desarrollándose un estudio un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental, transversal y descriptivo, con una población y muestra de 380 usuarios de salud, de cuyos resultados al aplicarse a la encuesta y los cuestionarios tipo serqual con 5 dimensiones se obtuvo que un 77% de los usuarios se encuentran satisfechos con el equipamiento e infraestructura respectiva en los centros de salud, mientras que el 83% considera que la cantidad y comodidad de las camillas cumplen con sus expectativas, por lo que se concluyó que: las dimensiones Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta. Seguridad y empatía mediante la percepción de los usuarios se llegó a determinar que la calidad de la atención es moderada al igual que la variable satisfacción del usuario, por lo que se deben de implementar estrategias destinadas a mejorar los resultados conseguidos en ambas variables de estudio.

Lobo A, Domínguez K, Rodríguez J. (2019). Satisfacción de los usuarios de los centros de salud de la ciudad de Ourense. Revista RIdEC 2016; Vol. 9. (1):21-5, el presente artículo científico, considero como fin principal, describir el nivel de satisfacción de los usuarios del centro de salud, para lo que pertinentemente considero, una metodología transversal de tipo descriptivo-correlacional en una muestra intencional de 50 usuarios a la salida del centro de salud, se utilizó el cuestionario de la satisfacción de usuarios con respecto a los servicios de Atención Primaria, como resultados se obtuvo que los valores de satisfacción son superiores para el servicio de enfermería, seguido de la atención médica. Observándose diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de edad y la clasificación de la renta. Llegando los investigadores a concluir: Que, de manera general, se reflejan buenos resultados de satisfacción, pudiendo determinar que la calidad de los cuidados es adecuada. El aspecto relacional de los profesionales se destaca en relación a los aspectos estructurales.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Piscoya, N. y Artega, G. (2022), en su tesis titulada “Calidad de servicio y Satisfacción del cliente del Centro Médico Especializado Lab. Salud SAC. Chiclayo - 2020”, presentada a la Casa superior de estudios Señor de Sipán de Pimentel Chiclayo – Perú, cuyo objetivo general fue determinar como la Calidad de Servicio Influye en la Satisfacción del Cliente en el Centro Médico Especializado mencionado, desarrollándose una investigación de tipo descriptiva–correlacional, con diseño no experimental, de corte transversal. La muestra se conformó por 341 usuarios de salud del referido centro médico. Se utilizó a la técnica encuesta e instrumento cuestionarios, procesándose la data con el SPSS, v. 25. Del cual se concluyó: Que existe relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente, en el Centro Médico Especializado Lab. Salud S.A.C Chiclayo – 2020.

Cano, L. (2021), en su trabajo de investigación desarrollado “Calidad de servicio y Satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021”, para la Universidad César vallejo de Lima - Perú; cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en un centro de salud de lima, año 2021. Apelando a una metodología de investigación de tipo básica, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional. Con una muestra conformada por 384 usuarios, a quienes se aplicó la técnica encuesta y el instrumento para la recolección de datos cuestionario multidimensional Servqual, cuyo procesamiento se realizó con el coeficiente de correlación de Spearman obteniendo el valor de 0.740, $p=0.000<0.05$, por lo que se concluyó:

a. Que, existe una relación positiva, alta y significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021; siendo el Rho de Spearman 0.740 y una significancia de $p=0.000<0.05$., b. Que, existe una relación positiva, moderada y significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021; siendo el Rho de Spearman 0.626 y una significancia de $p=0.000<0.05$, c. Que, existe una relación positiva, moderada y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021; siendo el Rho de Spearman 0.592 y una significancia de $p=0.000<0.05$, d. Que, existe una relación positiva, moderada y significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021; siendo el Rho de Spearman 0.529 y una significancia de $p=0.000<0.05$, e. Que, existe una relación positiva, moderada y significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021; siendo el Rho de Spearman 0.567 y una significancia de $p=0.000<0.05$. Sexta: Existe una relación positiva, moderada y significativa entre aspectos tangibles y la

satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021; siendo el Rho de Spearman 0.545 y una significancia de $p=0.000<0.05$.

Sexta: Existe una relación positiva, moderada y significativa entre aspectos tangibles y la satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021; siendo el Rho de Spearman 0.545 y una significancia de $p=0.000<0.05$.

Febres Ramos, Richard J., & Mercado Rey, Miguel R. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú., Facultad de Medicina Humana, 20(3), 397-403 desarrollada con el objetivo general de determinar la satisfacción de la calidad del servicio de los usuarios de consulta externo de medicina interna del hospital Daniel Alcides Carrión - Huancayo, utilizando a un estudio observacional, descriptivo, de corte transversal, con una muestra conformada por 292 pacientes. Obteniendo como resultados:

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, por lo que se concluyó: que, 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.

Paripancca, E. (2019), en su trabajo de investigación desarrollado “Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación pública privada. 2016-2017”, para la Casa superior de estudios Nacional Mayor de san Marcos de Lima - Perú; cuyo objetivo general fue determinar si existe relación entre las variables calidad de atención y satisfacción de los usuarios, considerando una metodología con diseño correlación, de tipo básica., con enfoque cuantitativo. Apoyándose en una población de 261 usuarios de salud, en quienes aplicó a los cuestionarios Servqual, de la técnica encuesta, procesando la data con el estadístico de Tau de Kendall. De cuyos resultados procesados se concluyeron que: a. Se determinó, la existencia de una relación entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios referidos de un hospital de asociación público privada.2016 -2017, lo cual se demuestra con la prueba de Tau de Kendall ($p\text{-valor} = .000 < .05$), b. Se determinó la existencia de una relación significativa entre las dimensiones de la calidad del servicio como son la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos intangibles y la satisfacción de los usuarios externos del nosocomio estudiado, en el periodo 2016-2017.

Montalvo, S. et al. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa. de Puerto Maldonado - Perú, de la Universidad Alas Peruanas <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index>, de Ciencia y Desarrollo, presentada con el objetivo de determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de traumatología del nosocomio referido. Metodológicamente consideró el investigador a una investigación cuantitativa, con diseño no experimental y de nivel correlacional. Con una población y muestra de estudio de 152 usuarios, de cuya data acopiada y procesada se obtuvieron resultados que indican que 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. 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 concluyó que mientras exista una mejor calidad de servicio, los usuarios se sentirán más satisfechos.

2.2. Bases Teóricas o Científicas:

2.2.1. Calidad del Servicio

2.2.1.1. Definiciones:

Kotler, P. y Armstrong, G. (2017) nos dicen, que la calidad del servicio “es aquel juicio realizado por los usuarios en relación al estado de un servicio recibido” (p. 279).

Parasuraman y Zeithaml (1993) nos dicen que la calidad de servicio “Es aquel juicio global emitido por el usuario o cliente respecto a la excelencia o superioridad del servicio recibido, como resultado de comparar las expectativas de las percepciones del usuario de servicios”. (p. 27)

Horovitz, J. (2018), refiere que la calidad de servicio “es aquella amplitud entre las discrepancias existentes entre expectativas y las percepciones de los clientes, en consideración a la Tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía” (p. 179)

Se concluye, que la calidad del servicio no solo se tiene que considerar a la prestación del intangible como producto de calidad, sino también como resultado del trabajo integral y de la adecuada filosofía de negocio de una empresa proveedora de servicios; debido a que los beneficiarios son los usuarios y la empresa proveedora; sobre el cual deben mejorar las oportunidades frente a los competidores (p. 158).

2.1.1.2. Importancia de la Calidad del Servicio

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1985) nos dicen que garantizar la calidad en el servicio es de suma importancia debido a que favorece en generar una buena experiencia de consumo, sobre el cual el cliente no tendrá duda alguna para retornar al punto de venta, además también es importante, porque un cliente o usuario de servicios satisfecho proporciona suficiente información a su empresa proveedora para que esta se retroalimente y mejore su formato de prestación de servicios, favoreciendo a la empresa, a la marca y al servicio como producto.

Consecuentemente, la calidad garantizada en la prestación de servicios, es la mejor forma de demostrar al cliente que se está dedicado a satisfacerlo y por ende se alcanzara la lealtad del usuario. Es en ese sentido, que ofrecer calidad del servicio no debe orientarse únicamente como un factor de diferenciación frente a los competidores, sino también como una oportunidad para estrechar las relaciones entre cliente y empresa prestadora de servicios. Es decir, que La calidad del servicio no debe ser solo el elemento diferencial competitivo, sino aquel factor que trasciende y fortalece las relaciones comerciales. Tomando en consideración que una experiencia de consumo del servicio no deseada, afectara negativa y directamente en cada etapa del proceso de compra y venta, perjudicando también en la lealtad y las acciones tendientes a lograr la fidelización. (p. 33)

2.1.1.3. Características de los Servicios de Calidad

En consideración a la posición de Kotler, P. y Armstrong, G. (2017), los servicios de calidad que se prestan por las empresas, reúnen las características siguientes:

- En primera instancia, el formato de prestación de servicios debe de cumplir con sus objetivos propuestos, que es satisfacer necesidades y deseos de los usuarios de los servicios.

- Deben de ser útiles y servir para lo que fue diseñado
- El servicio prestado con calidad es aquel considerado adecuado para ser usado por el usuario.
- Debe dar solución a las necesidades del consumidor.
- El servicio de calidad siempre proporcionara buenos resultados que favorecerán en la percepción del cliente.

Así mismo, Horovitz, J. (2018) considera la existencia de otras características más puntuales de la calidad de los servicios prestados, que están a responsabilidad del personal que trabaja en una empresa de servicios, y que están en contacto directo y permanente con los clientes y usuarios, es decir, están relacionadas a aquellas habilidades necesarias como:

Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad

- La iniciativa en todo momento por parte del personal de la empresa, es decir ser activo y dinámico, para responder oportunamente a las necesidades o problemas de los clientes.
- Ambición permanente, para mejorar, crecer y superarse para servir tal cual el cliente lo desea.
- Se debe tener dominio propio y controlar las emociones.
- Tener siempre predisposición a servir adecuadamente y ayudar a los usuarios cuando estos lo soliciten.
- Capacidad para estrechar relaciones con los consumidores de servicios, y hacerlas armoniosas y afectuosas.
- Desarrollar el espíritu de colaboración y trabajo en equipo para conseguir los objetivos.
- Enfocarse a lo positivo, es decir siempre orientarse a lo bueno de manera optimista.

- Tener mucha imaginación a fin de proponer ideas de mejora en el formato de prestación de servicios.
- Siempre tener los recursos propios como el ingenio y la habilidad para salir victorioso ante situaciones difíciles. (p. 148)

2.1.1.4. Factores de la Calidad de Servicio

Según Kotler, P. y Armstrong, G. (2017) perciben que los factores siguientes tienen un efecto directo en la calidad de los servicios que se prestan en cualquier empresa de este sector económico, mencionando a la confiabilidad, comprensión, competencias, capacidad de respuesta de los trabajadores, credibilidad accesibilidad, cortesía. Tangibilidad y empatía, por lo que se desarrollan de la siguiente manera:

- La confiabilidad de lo prometido a los clientes: caracterizado por cumplir con cualquier promesa realizada a los usuarios, respecto al formato de servicios, exactitud, servicios post venta, garantías, entrega oportuna entre otros.
- La comprensión del servicio que se presta: lo que permite prestar los servicios con total exactitud y de manera personalizada en concordancia a que cada usuario de servicio tiene sus propias exigencias y particularidades.
- Capacidad para servir tal cual espera el usuario: lo que se consigue con capacitaciones, experiencias, adecuados procesos de contratación del personal; para servir con calidad garantizada al cliente, es decir, brindar los servicio oportunamente, con precisión, ante cualquier exigencia y solicitud que podrían hacer.
- Competencia del personal de servicios: que está relacionado con las experiencias, habilidades, conocimientos, y destrezas, del personal responsable de prestar los servicios bandera de la empresa.

- **Accesibilidad al punto de venta:** refiere a las facilidades que se les debe brindar a los usuarios para que lleguen a los puntos de venta de la compañía, así como los horarios flexibles de atención que debe ajustarse a la disponibilidad de tiempo de los usuarios.
- **Credibilidad del personal:** por el cual generan seguridad y confianza en los clientes, debido al comportamiento en base a valores, honestidad, transparencia de información del actuar del personal prestador de los servicios.
- **Tangibilidad:** es la evidencia física o materializada de los beneficios que consiguen aquellos usuarios por usar el servicio prestado.

Empatía del personal: que se refleja en la comprensión de las necesidades de los clientes, atención a sus solicitudes, responder oportunamente, dar soluciones, escucharlos. (p. 83)

2.1.1.5. Modelos útiles en la medición de la calidad de los servicios

- **Modelo nórdico de la calidad de servicio:** Grönroos (1984) diseñó un modelo útil para la medición de la calidad de servicio a través de la comparación del servicio esperado por el usuario, con el servicio recibido, del cual se califica dos factores que son la calidad técnica relacionada al servicio prestado con resultados aceptables por el cliente y la calidad funcional recibida por el consumidor, sobre el cual se generan experiencias y evalúan la calidad del servicio; Es decir, que este proceso de la calidad percibida está en función al proceso de comunicación de la mercadotecnia, la imagen de compañía, la comunicación boca – boca, y las necesidades de los usuarios, siendo características del servicio. (p. 179)
- **Modelo Servqual de la escuela americana de calidad de servicio:** formulado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) quien se permitió medir la calidad de servicio percibido por los usuarios, y sobre el cual obtuvieron la metodología Servqual, como

instrumento de medición estadístico sobre la base de dos criterios: las expectativas de los clientes y la percepción de los usuarios de servicios.

En este modelo se consideran cinco dimensiones que son las siguientes:

- La confianza o empatía: por el cual las empresas prestadoras de servicios y sus servidores ofrecen servicios personalizados a sus clientes, incluyendo también la comunicación, accesibilidad y la comprensión del usuario.
- Fiabilidad: capacidad para entregar el servicio tal cual se le ofrece al cliente, es decir, de manera fiable, correcta, cuidadosa, y oportuna. Además, se considera a la eficiencia, efectividad, eficacia, repetición y gestión.
- Tangibilidad: presentación y apariencia física de las instalaciones físicas, maquinarias, equipos, presentación de los trabajadores, materiales de comunicación.
- Responsabilidad: referido a los conocimientos, atención y seguridad que ofrecen los colaboradores a los usuarios, generando en ellos credibilidad y confianza.
- Capacidad de respuesta: rapidez de atención, capacidad para resolver imprevistos, consultas, requerimiento de información por parte de los clientes, de manera precisa, veraz y veloz. (p. 162)

2.1.1.6. Ventajas competitivas de ofrecer calidad en los servicios

Según Horovitz, J. (2018) considera que toda organización prestadora de servicios de calidad, han logrado orientarse por el buen camino, por lo que prestar un buen servicio significa el incremento en las utilidades y la cartera de clientes, además de lograr la lealtad de los clientes:

- Se incrementan los ingresos: debido a que el servicio de calidad se traduce en mayores ventas adicionales y por ende más utilidades para la compañía. Más aún si los servicios superan las expectativas de los clientes, entonces estos invertirán más dinero en adquirir los servicios principales y complementarios.

- Mejora la reputación de la compañía: un mal servicio repercute negativamente en la reputación corporativa de la empresa, y un buen servicio permite que los usuarios hablen bien de su experiencia de consumo y de compra a sus familiares, amigos, colegas de trabajo y tantos como pueda influir, muchos de ellos satisfechos usan sus blogs, páginas web y redes sociales, contribuyendo a maximizar la reputación institucional.
- Mejora la satisfacción de los clientes o usuarios: siempre en cuando se cumpla con el propósito de que el servicio satisfaga sus necesidades, lo que es bien tomado por los usuarios, en el sentido de que su compañía proveedora está enfocada a cumplir y exceder sus expectativas.

Figura 3.

Ventajas competitivas de ofrecer calidad en los servicios.



Fuente: Calidad&Gestión – WordPress

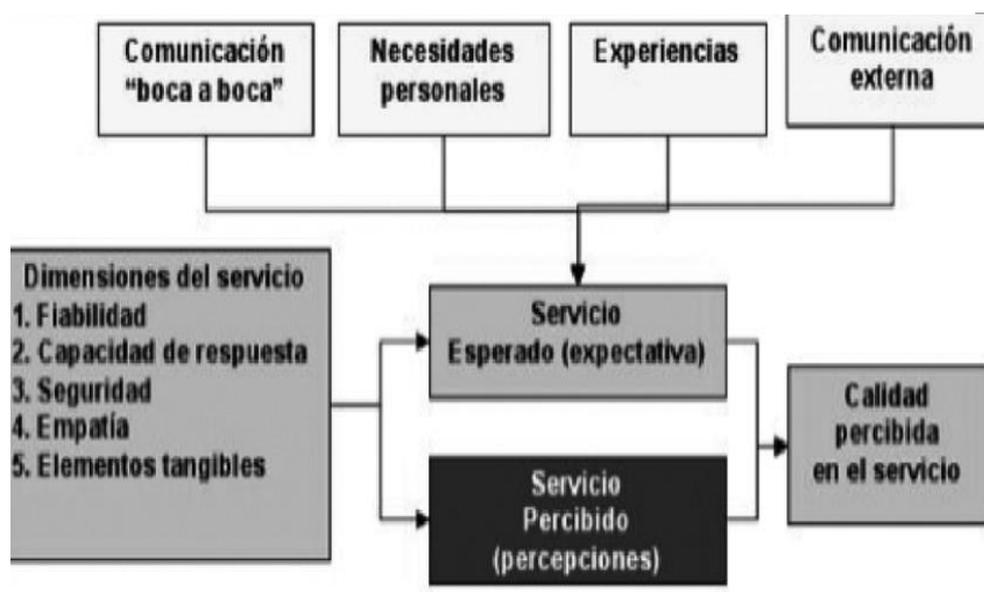
- Fomenta la lealtad de los usuarios: si se cumple y excede las expectativas de los usuarios, siempre se resistirá a los ofrecimientos de las empresas competidoras, por más que estén a menor precio, esto debido a que el usuario leal está convencido de que su empresa proveedora le da calidad garantizada.
- Fortalece el involucramiento de los trabajadores: debido a que un servicio de calidad es el resultado de la interacción de todos los trabajadores de la empresa, lo que deja una impresión positiva en los usuarios, donde todos ganan. (p. 207)

2.1.1.7. El Servqual y la Calidad del Servicio

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1993), estos referentes del marketing de servicios y de la calidad del servicio, consideran que, para medir la satisfacción en los usuarios de servicios, se debe comparar las percepciones que se generan posterior al uso del servicio, con las expectativas del usuario formadas previo al contacto con el servicio, cuya diferencia resultante definirá perfectamente a la calidad del servicio utilizado.

Figura 4.

Modelo del SERVQUAL para medir la Calidad de Servicio.



Fuente: ResearchGate

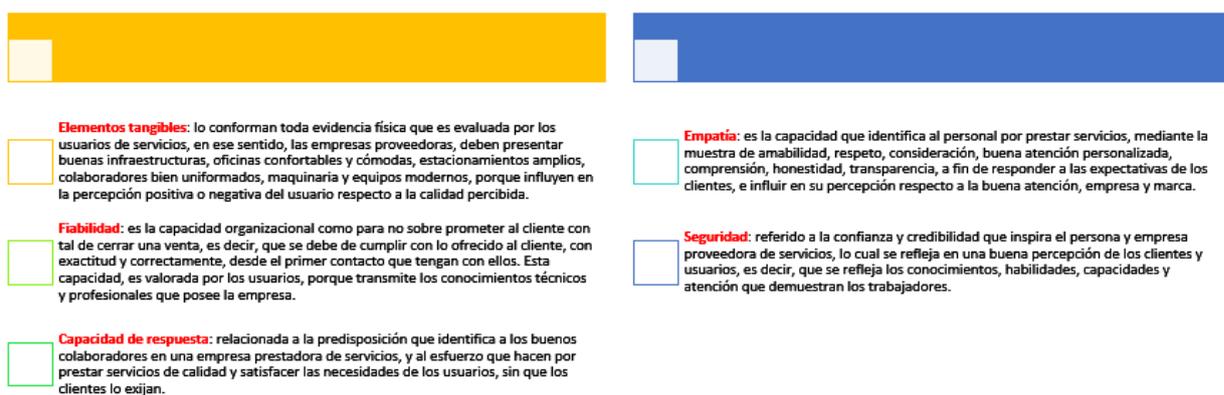
Es decir, resulta de comparar entre lo que esperan del servicio con lo que realmente reciben, en tal sentido se tiene a la escala SERVQUAL, que ayuda a medir la calidad de los servicios, está vigente herramienta utilizada por las empresas de este sector económico, validan las bondades y criterios en base a ciertas dimensiones como los elementos tangibles o físicos, la fiabilidad o confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía (p. 132).

2.1.1.8. Calidad del Servicio y sus Dimensiones

Parasuranam, Zeithaml y Berry (1993, pp. 160-164) presenta a las cinco dimensiones de la Calidad del servicio:

Figura 5

Dimensiones de la calidad del servicio



Nota. La figura nos muestra las dimensiones de la calidad del servicio

2.2.2. Satisfacción de los Usuarios

2.2.2.1. Definición:

Según, Denton, K. (2019). la satisfacción del cliente “son aquellas sensaciones relacionadas al placer o decepción que se forma un cliente o consumidor en base a la comparación que hace de los resultados percibido de un bien o servicio frente a sus expectativas reales formadas antes de consumirlo” (p. 82)

En la concepción de Kotler, P. (2017) la satisfacción del cliente “es aquel estado emocional que resulta de la comparación del rendimiento percibido del producto con las expectativas generadas posterior al consumo realizado por el cliente o consumidor”. (p. 237)

Martín y Martín (2017) nos dicen que la satisfacción del cliente “Es aquel estado mental que responde a las respuestas emocionales, intelectuales, y materiales de los clientes frente a la satisfacción de las necesidades”. (p. 93)

En tal sentido, se considera que la satisfacción de los clientes, son las sensaciones de agrado o decepción que se forman al consumir un producto, sobre el cual comparan su experiencia de compra con sus expectativas, que, si resultare por debajo de lo que esperaba del producto, entonces se generara un nivel bajo de insatisfacción, contrariamente si sobrepasan o por lo menos responden a sus expectativas y necesidades.

2.2.2.2. ¿Por qué es importante la satisfacción de los usuarios?

Labrador, H. (2018) resalta la importancia de generar clientes satisfechos, además de generarles la mejor experiencia de compra y consumo, ya que esto demuestra el nivel de coordinación y trabajo de todo el personal de una empresa en la búsqueda continua de la satisfacción de las necesidades de sus clientes., fomentando el posicionamiento de la empresa, marca y producto en un lugar preferente del cliente o usuario. Eso debe convertirse en uno de los objetivos de toda organización y parte de la filosofía del negocio, debido a la importancia de mantenerlos satisfechos, ya que contribuye a lo siguiente:

- Que, los clientes satisfechos aumenten su frecuencia de compra en nuestros puntos de venta, y estos se reflejen en el incremento de utilidades para la empresa.
- Que, el cliente retorne frecuénteme a adquirir los bienes o servicios, es decir como resultado de estar vinculado con la compañía.

- Que, el cliente satisfecho se convierte en el más importante suscriptor de clientes potenciales, en base a su experiencia de consumo, siendo más efectivo que la publicidad convencional.
- Que, transmiten sus buenas experiencias, y se generan lealtad a la empresa, por lo que estos resultados de generar satisfacción en los clientes, resaltan mucho más su importancia de orientar todos los esfuerzos organizacionales en la búsqueda de la satisfacción de los usuarios. (p. 267)

2.2.2.3. Beneficios de conseguir clientes satisfechos

Kotler, P. (2017) reafirma permanentemente en sus libros que los clientes y usuarios considerados satisfechos, son quienes han sentido que el producto (bienes o servicios), la marca y empresa cumplen con satisfacer sus deseos y necesidades; mucho mejor si sus expectativas son sobrepasadas, es decir que la calidad esperada antes de hacer contacto con el producto es superada por la calidad percibida, además conviene mantenerlos satisfechos por lo siguiente:

- Los clientes satisfechos recomiendan a otros potenciales clientes, en base a su experiencia y preferencias de compra. Es decir, que se convierten en los mejores embajadores de la marca.
- Los clientes satisfechos siempre retornan a comprar el producto, porque están convencidos que por lo que pagan reciben calidad o satisfacen sus necesidades. Es decir, ganas la confianza de los clientes.
- Los clientes satisfechos contribuyen a la disminución de los costes que se invierten para atraer clientes referidos.

Figura 6

Funciones de la Gestión Administrativa.



Fuente: Scribd

- Los clientes satisfechos invierten más dinero, por cuanto son más frecuentes en su consumo y compra, además de estar dispuestos a comprar otros productos que pudiera ofrecerle su empresa proveedora.
- Para generar clientes satisfechos es necesario identificar qué expectativas tiene respecto a los servicios que se le ofrece, establecer un vínculo de confianza, saber escucharlos y ser receptivos de sus quejas, recomendaciones, sugerencias, hacer seguimiento a su satisfacción, prestarles un servicio de calidad, estar siempre contactados, entre otros. (p. 372)

2.2.2.4. ¿Cómo medir la satisfacción de los usuarios?

Denton, K. (2019) asegura que los clientes, usuarios o consumidores son la piedra angular básica de cualquier negocio, es decir, que sin ellos no existirían las empresas, en ese sentido es importante tener clientes satisfechos y para conseguir este propósito es

necesario medir constantemente esa satisfacción y para este fin hoy en día se cuenta con técnicas distintas de medición como:

- Las encuestas de satisfacción: es una de las técnicas de medición más comunes y flexibles para conocer a través de un formato físico o virtual acompañado de preguntas dirigidas a saber qué es lo que perciben y piensan nuestros clientes de los productos, marca, personal y empresa que le vende bienes y servicios.
- Los índices de reclamos y queja: conocer estos índices permite el mejoramiento de los procesos y actividades organizacionales destinadas a satisfacer las necesidades de los clientes, además de tratar cada queja o reclamación que comercialmente es una información de importancia que los directivos deben considerar con la intención de mejorar el formato de prestación de servicios o mejorar las características funcionales del bien.
- Identificar a los clientes nuevos que han sido recomendados por nuestros clientes: sin duda es una técnica muy gratificante, identificar a quienes han venido a ser parte de la empresa como clientes como resultado de las recomendaciones de la boca a boca.
- Las entrevistas de salida: son comunicaciones físicas o virtuales que la organización realiza con aquellos clientes que han decidido por fin a su relación comercial con la empresa.
- Las felicitaciones de los clientes: son acciones que realizan los clientes sobre la base de que sus expectativas han sido sobrepasadas con creces, mediante los productos que se les ha vendido, por lo que sinceramente deciden hacer llegar sus felicitaciones a la empresa. Esta información es de importancia y provechosa, debido a que se pueden publicar en el portal web institucional (p. 159).

2.2.2.5. Factores de la satisfacción de los usuarios o clientes:

Vargas L. (2018) considera que la percepción del cliente es uno de los factores más importantes o claves que nos da conocer con certeza el nivel de satisfacción de un cliente, en base a sus actitudes, valores y creencias, así como sus estímulos físicos y sensaciones que se genera al momento de hacer contacto con el producto, sobre el cual puede ser positiva o negativa. Estas percepciones en los clientes se forman en base a los siguientes aspectos que consideran son importantes para ellos:

- En primer lugar la calidad percibida del producto, el cual es de importancia para lograr la satisfacción del cliente, considerado uno de los principales factores relevantes sobre el cual deciden continuar consumiendo a la empresa; este factor tiene inicio desde la calidad de los suministros, procesos productivos y proveedores.
- Que se cumpla con lo ofrecido y prometido, de ser así entonces estamos en buen camino para lograr la satisfacción de los clientes, de lo contrario estaríamos alejándolos y posiblemente fomentando que sean desertores y se vayan con la competencia., entonces es importante no sobre prometer con tal de vender aun sabiendo que no se va a cumplir con las ofertas.
- La comodidad de los puntos de venta, se relaciona con toda la evidencia física que se debe entregar a los usuarios cuando están usando los servicios, lo que considera los espacios, luminosidad, ambientación, ventilación, calidad de infraestructura, equipos modernos, instrumentales adecuados, lo que es bien percibido por los usuarios o clientes (pp. 212-216).

2.2.2.6. La satisfacción del cliente basado en el modelo de necesidades

Según Kotler, P. (2017) y el modelo de necesidades, se tiene a tres tipos que deben considerarse en un cliente y sobre el cual se podría considerar que se está cumpliendo con satisfacerlos, siendo estos los siguientes:

- Las necesidades de seguridad, son aquellas que se presentan en situaciones de amenaza e inseguridad, en ese sentido, las empresas proveedoras de servicios deben garantizar la confianza y seguridad para que los clientes interactúen de manera confiada mientras realizan el uso del servicio o compren los productos que vienen acompañados de servicios prestados por el personal que les generan un contexto de seguridad.
- La justicia como reciprocidad a la confianza y preferencia que un cliente demuestra al comprar un producto, en ese sentido, se le debe entregar lo que realmente se merece, es decir productos de calidad y con valor agregado.
- La autoestima: Se refiere a la necesidad de retener y optimizar la imagen de uno mismo. Es decir que cuando una organización favorece a la autoestima de sus clientes entonces se puede asegurar que ha logrado el deleite de su cliente (p.256).

2.2.2.7. Dimensiones de la satisfacción de usuarios

Kotler, P. (2017) enfatiza que toda organización prestadora de servicios, sin importar el sector en el que se encuentre, debe conocer perfectamente qué son las expectativas del cliente y cómo estas deben ser respondidas, o superadas, ya que es una dimensión que le permite diseñar el mejor formato y presentación del servicio como producto y porque incide en que esta sea una empresa insignia en el mercado; además considera también a la percepción de los clientes como un indicador de calidad del servicio y sobre los cuales se generan la lealtad, consecuentemente justifica su importancia y necesidad cuando se busca satisfacer a los usuarios:

- D₁ Expectativas de los usuarios: actualmente es bien sabido que ya no solo se debe de brindar un buen producto a los clientes, sino acompañarlo de una serie de elementos que involucren al cliente y su proceso de compra, de manera que se les garantice una de las mejores experiencias relacionadas al producto, marca y empresa. Esto contribuye a sobre pasar las expectativas de los clientes y usuarios, por ende, se reflejará en su preferencia y frecuencia de compras, que a su vez incrementaran las ventas significativamente por largo plazo, en respuesta a los esfuerzos organizacionales por entregar e interactuar con los clientes; en ese mismo orden de ideas, los usuarios y clientes satisfechos sienten que sus expectativas han sido sobrepasadas o en lo mínimo respondidas, como resultado de haber hecho una comparación entre su percepción formada después de usar el servicio y las expectativas que se habían creado antes de contactarse con el producto. Las expectativas son el resultado de recibir las ofertas y promesas que la empresa proveedora se ofreció en entregarnos, por las buenas experiencias pasadas y por los efectos de las acciones publicitarias convencionales y no convencionales. Por lo que se recomienda estar en permanente monitoreo si se está cumpliendo con responder a las expectativas de los usuarios. (p. 258)
- D₂ Rendimiento percibido: es aquella imagen involuntaria que se va generando un usuario en relación a una marca, empresa, servicio o bien consumido, basado en las acciones y esfuerzos que una empresa realiza, dicho de modo diferente es el resultado que el usuario, cliente o consumidor percibe del servicio usado, es decir, que el rendimiento es establecido solamente por el usuario, más no así lo da el proveedor, porque es la resultante del contacto ocurrido entre el usuario y el servicio, del cual aparece dicha percepción del usuario, mas no así necesariamente de la

realidad, en donde es una condicionante las recomendaciones de los demás usuarios, los estados anímicos, los gustos y preferencias, entre otros. (p. 265)

- D₃ Lealtad del usuario: esta condición o característica se da inicio desde que el usuario experimenta una experiencia de compra y consumo de su agrado y muy positiva en sus percepciones, sobre empieza una relación fuerte entre cliente y empresa proveedora de servicios, con la característica que siempre volverá al punto de venta. La lealtad no es otra cosa, sino el resultado de tener clientes satisfechos dentro de un contexto comercial, contrariamente con aquellos usuarios insatisfechos que se caracterizan por abandonar e irse con los competidores. Este concepto de lealtad está dividido en el comportamiento leal del cual siempre volverá a comprar y la actitud leal del cual se espera hable bien y recomiende al producto, marca y empresa. (p. 268)

2.3. Marco Conceptual

A. Calidad del servicio: es aquel juicio realizado por los usuarios en relación al estado de un servicio recibido.

- Tangibilidad o elementos tangibles: refiere a las apariencias tangibles o físicas, de las oficinas, fachada, instalaciones físicas, equipos, materiales, pulcritud del personal. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993)
- Fiabilidad: aquella capacidad por el cual una organizacional cumple con lo prometido a los usuarios, a través de su publicidad y ofrecimientos como parte del formato de servicio que presta. Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1993)
- Capacidad de respuesta: aquella capacidad para ofrecer un servicio de calidad, de forma rápida, atenta y con mucha predisposición a servir bien. Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1993)

- Seguridad: relacionada al nivel de atención y conocimiento del personal, sobre el cual inspira confianza y credibilidad a los usuarios. Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1993)
- Empatía: capacidad por el cual el personal de una empresa proveedora de servicios personaliza sus servicios a cada usuario, considerando el respeto, amabilidad, buena comunicación. A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1993)

B. Satisfacción del usuario: son aquellas sensaciones relacionadas al placer o decepción que se forma un cliente o consumidor en base a la comparación que hace de los resultados percibido de un bien o servicio frente a sus expectativas reales formadas antes de consumirlo. Denton, K. (2019)

- Expectativas de los usuarios: son aquellas situaciones y resultados que los usuarios y clientes esperan recibir o encontrar en cada interacción y productos que adquieren a una empresa proveedora. Kotler, P. (2017)
- Rendimiento percibido: es el desempeño relacionado respecto a la entrega de valor que el cliente considera recibir a través del producto que adquiere o de las acciones organizacionales que la empresa diseña con el fin de vender un bien o servicio y satisfacer a las necesidades de los usuarios. Kotler, P. (2017)
- Lealtad del usuario: es la condición emocional permanente que tienen un usuario o cliente en relación a una marca, que se refleja en la disposición del cliente a comprar continuamente resistiéndose a los ofrecimientos de la competencia. Kotler, P. (2017)

CAPÍTULO III

Hipótesis

3.1. Hipótesis General:

La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

3.2. Hipótesis Específicas:

- a. La Tangibilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura - Jauja 2022.
- b. La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura - Jauja 2022.
- c. La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura - Jauja 2022.
- d. La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura - Jauja 2022.
- e. La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura - Jauja 2022.

3.3. Variables de la Investigación:

3.3.1. Definición conceptual:

$V_1 =$ **Calidad del servicio:** es aquel juicio global emitido por el usuario respecto a la excelencia o superioridad del servicio recibido, y de comparar las expectativas de las percepciones del usuario de servicios. Parasuraman y Zeithaml (1993, p. 27)

$V_2 =$ **Satisfacción del usuario:** es aquel estado emocional que resulta de la comparación del rendimiento percibido del producto con las expectativas generadas posterior al consumo realizado por el cliente o consumidor. Kotler, P. (2017, p. 237)

3.3.2. Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
Variable 1 Calidad del servicio	Parasuraman y Zeithaml (1993) nos dicen que “la calidad de servicio es aquel juicio global emitido por el usuario o cliente respecto a la excelencia o superioridad del servicio recibido, como resultado de comparar las expectativas de las percepciones del usuario de servicios. (p. 27)	La medición de la calidad del servicio se realizará con el cuestionario de encuesta modelo SERVQUAL, formulados con las dimensiones: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y la empatía.	1.1. Tangibilidad	1.1.1. Equipos modernos. 1.1.2. Oficinas y consultorios amplios y cómodos. 1.1.3. Presentación del personal. 1.1.4. Infraestructura adecuada.		Ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			1.2. Fiabilidad	1.2.1. Calidad del servicio de salud. 1.2.2. Valor percibido del servicio. 1.2.3. Prestación de salud oportuna. 1.2.4. Cumplimiento de lo prometido. 1.2.5. Atención directa.		
			1.3. Capacidad de respuesta	1.3.1. Horarios de atención flexibles. 1.3.2. Rapidez en la atención. 1.3.3. Atención puntual. 1.3.4. Tiempo adecuado de espera.		
			1.4. Seguridad	1.4.1. Experiencia y profesionalismo. 1.4.2. Servicio confiable y seguro. 1.4.3. Personal de salud capacitado. 1.4.4. Personal cortés.		
			1.5. Empatía	1.4.1. Amabilidad en el trato. 1.4.2. Prestación personalizada. 1.4.3. Comprensión al usuario.		

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
Variable 2 Satisfacción del usuario	Kotler, P. (2017). define al desempeño laboral como “es aquel estado emocional que resulta de la comparación del rendimiento percibido del producto con las expectativas generadas posterior al consumo realizado por el cliente o consumidor.” (p. 237)	La medición de la satisfacción del usuario se realizará con el cuestionario de encuesta formulados con las dimensiones: expectativas del usuario, rendimiento percibido y lealtad del usuario.	2.1. Expectativas de los usuarios.	2.1.1. Servicio de salud que espera el usuario. 2.1.2. Expectativas altas del usuario. 2.1.3. Expectativas no respondidas. 2.1.4. Servicio de salud deseado.		Ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			2.2. Rendimiento percibido.	2.2.1. Servicio de calidad. 2.2.2. Satisfacción con el servicio. 2.2.3. Valor recibido. 2.2.4. Garantía del servicio. 2.2.5. Confianza generada.		
			2.3. Lealtad del usuario.	2.3.1. Atención repetida. 2.3.2. Valoración al servicio. 2.3.3. Recomendación del servicio. 2.3.4. Índice de lealtad y satisfacción. 2.3.5. Usuarios recurrentes.		

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de Investigación

4.1.1. Método General:

Se consideró el método científico como parte del método general, debido a la rigurosidad de sus técnicas y procedimientos lógicos en la adquisición, organización, expresión y sistematización de los conocimientos a nivel teórico y práctico.

Muñoz Razo, C. (2015) afirma que el método científico “Es aquel procedimiento que mediante técnicas y pasos validados permite descubrir las condiciones en que se presentan los hechos, fenómenos o sucesos específicos, caracterizados por ser tentativos, verificables, de razonamiento riguroso y observación empírica” (p. 359).

4.1.2. Métodos Específicos:

El método específico que se consideró en el presente estudio es el **hipotético-deductivo**: debido a que se emitió las hipótesis para plantear alternativas de solución a los hechos y problemas planteados de la IPRESS de Ataura – Jauja 2022, respecto a la calidad de los servicios prestados y la satisfacción de sus usuarios; las mismas que se comprobaron con la información que se recopiló en las unidades de la muestra y apelando al análisis estadístico inferencial.

A opinión de Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010) nos dicen que “El método hipotético-deductivo se caracteriza por partir de afirmaciones en calidad de hipótesis, para luego buscar su refutación o falsación y luego llegar a concluir que se deben confrontar con los hechos o fenómenos del estudio” (p. 100).

El método inductivo – deductivo:

Inductivo, por cuanto se apeló al razonamiento, para conseguir conclusiones de situaciones válidas, iniciándose del estudio individual de los hechos o problemas planteados con el que se formuló las conclusiones que se generalizaran, y deductivo por cuanto, se tomó conclusiones generales con la intención de ofrecer explicaciones en particular aplicándolas a soluciones en particular (p. 101).

Método análisis y síntesis: a través del cual, se llegó a la verdad de los hechos, mediante la separación de las categorías intervinientes en la problemática establecida, es decir las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios; para luego reunir los elementos hasta llegar a la verdad del conocimiento.

Muñoz Razo, C. (2015) sostiene que “este método busca estudiar los hechos o fenómenos, inicializando con descomponer al objeto de estudio para estudiarlas de manera individual (análisis) y luego integrar las partes para estudiarlas de manera integral (síntesis)” (p. 26).

De enfoque Cuantitativo; debido a que se utilizó cuestionarios en el proceso de acopio de datos y su análisis, con el fin de responder a las preguntas de la investigación y contrastar las hipótesis formuladas, en uso de las mediciones numéricas, el conteo y el uso de la estadística que permitió determinar los patrones de comportamiento en una población seleccionada en el estudio titulado Calidad del servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Para los investigadores Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010) este enfoque se caracteriza “Porque permite manejar datos, recolectarlos y darles el análisis

usando a la estadística, es decir, generar datos confiables relacionados al comportamiento de los elementos que componen una población específica”. (p. 102)

4.2. Tipo de Investigación

Considerando la realidad y naturaleza del estudio, se consideró a la investigación de tipo **básica o pura** en consideración a que está orientada a comprender y ampliar los conocimientos que se tienen de los hechos o fenómenos que se suscitan en un contexto en específico, es decir en la IPRESS de Ataura durante el periodo 2022.

De lo anterior, Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010), sostiene que este tipo de investigación “Se caracteriza por estar orientada a conseguir un nuevo conocimiento de manera sistemática, con el único propósito de incrementar el conocimiento de una realidad concreta” (p. 163).

4.3. Nivel de Investigación

De nivel **Correlacional**

Correlacional, porque se pretende establecer el nexo entre ambas categorías del estudio (Calidad de servicio y Satisfacción de los usuarios), sin tener que asignarles causalidad.

Al Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010), nos dicen que este nivel de estudio correlacional “Tiene como finalidad establecer la relación entre dos variables o conceptos dentro de un contexto en particular”. (p. 107)

4.4. Diseño de Investigación

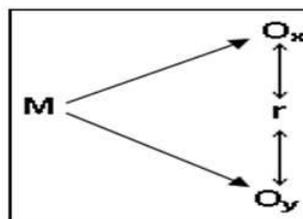
En el caso actual se consideró al diseño **no experimental**, en consideración a que los investigadores no manipularon ninguna de las variables de manera intencionada, sino observaron la problemática planteada, como sucede en su contexto real de la IPRESS de

Ataura – Jauja, durante el periodo 2022, y analizarla, discutirla, sin la necesidad de variable extraña o de control.

Igual forma, Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010), nos dicen, que este diseño “No manipula intencionalmente las variables, por lo que se utilizan encuestas transversales para obtener la data en un solo momento del tiempo” (p. 117)

De lo anterior, se considera al corte transversal, por cuanto se recoge y mide la data en un momento único temporal, lo que puntualiza su temporalización del trabajo de campo del estudio. Es decir, medir la estimación y magnitud de ambas variables de estudio.

Esquema de investigación:



M = Es la muestra.

O₁ = Medición a la variable 1. Calidad del servicio

O₂ = Medición a la variable 2. Satisfacción de los usuarios

r = Es el Coeficiente de correlación e intensidad de las variables.

4.5. Población y Muestra

4.5.1. Población de la Investigación:

Muñoz Razo, C. (2015) nos dice, la población “Es el conjunto de elementos o individuos con por lo menos una característica compartida”. (p. 175)

En ese sentido, la población para el presente caso estuvo conformada por 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja 2022, tal cual se detalla en la tabla siguiente:

Tabla 1.

Población de la investigación

Nro.	Usuarios IPRESS	Cantidad	%
1	Varones	45	50.0
2	Mujeres	45	50.0
	Total	90	100

4.5.2. Muestra de Estudio de la Investigación:

Muñoz Razo, C. (2015) indica que una muestra de investigación “es la que se extrae de una población, seleccionada, cuyas características son comunes a las unidades de la población” (p. 177).

En consecuencia, la muestra seleccionada resultó ser 90 unidades de análisis o usuarios (varones y damas) de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja 2022, que dada el número pequeño que se consideró como muestreo censal.

Consecuentemente, a opinión de Muñoz Razo, C. (2015) esta muestra tipo censal “se caracterizada por ser representativa, siendo en una misma vez universo, población y muestra” (p. 178).

Tabla 2.

Muestra de la investigación

Nro.	Unidad de análisis	Nro. de población	Porcentaje	Nro. de muestra	Porcentaje
01	Usuarios varones	45	50.0	45	50.0
02	Usuarios mujeres	45	50.0	45	50.0
	Total	90	100	90	100

Criterios de inclusión:

- Se incluyó en la aplicación de los cuestionarios, a todos los usuarios, varones y mujeres que se atendieron el último mes del periodo 2022 en la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Atura y que sean mayores de edad.

Criterios de exclusión:

- Quienes por voluntad propia decidan desistir de participar en el trabajo de campo.
- Todos aquellos usuarios menores de edad y que se atendieron fuera del periodo considerado para la investigación, es decir 2022.

4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**4.6.1. Técnicas de Recolección de Datos**

Para, Muñoz Razo, C. (2015) las técnicas de recolección “son procedimientos indirectos y directos para recoger la data útil en el desarrollo de una investigación” (p. 187).

En ese sentido, se consideró:

- A. Técnicas indirectas de recojo de información: entre los que se consideran a los materiales teóricos que coadyuven a la profundización del tema como libros, artículos, textos, periódicos, escritos, revistas, tesis anteriores, entre otros.

B. Técnicas directas de recolección de información: por lo que se usó a la encuesta de cuyos instrumentos se validaron y confiabilizarón; esta técnica se puede complementar con las técnicas de observación, sin embargo, resultara suficiente con la Encuesta.

De lo anterior, Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010), enfatizan que la técnica de encuesta “Es uno de los instrumentos de recolección de datos más utilizados, por su flexibilidad y por considerar preguntas relacionadas a una o más variables que se pretenden medir”. (p. 310)

4.6.2. Instrumento de Recolección de Datos

Se utilizó los cuestionarios de encuesta, en ese contexto tenemos a Muñoz Razo, C. (2015) quien afirma “que pueden ser de formato físico o virtual acompañados de ítems o preguntas interrogativas cuyo fin es obtener datos que permitan medir las variables del estudio” (p. 189)

Ficha Técnica 1:

Nombre del instrumento: Cuestionario de Calidad del servicio		
1	Autores:	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Ángela Linares Gonzales
2	Contiene:	
	Dimensión 1:	Tangibilidad Del Ítem N° 1 al Ítem N° 4
	Dimensión 2:	Fiabilidad Del Ítem N° 5 al Ítem N° 9.
	Dimensión 3:	Capacidad de respuesta Del Ítem N° 10 al Ítem N° 13.
	Dimensión 4:	Seguridad Del Ítem N° 14 al Ítem N° 17.
	Dimensión 5:	Empatía Del Ítem N° 18 al Ítem N° 20.
3	Ámbito de aplicación:	A la muestra de estudio determinada.
	Adaptación:	Propia de las investigadoras.
4	Corrección:	En el momento y será manualmente.
5	Duración:	20 minutos aproximadamente.
6	Ámbito de aplicación:	IPRESS de Ataura - Jauja.
7	Objetivo:	Medir y valorar la calidad del servicio prestado por el personal de la Entidad de salud.
8	Estructura:	22 ítems con alternativas tipo Likert.
9	Materiales:	Paquete estadístico SPSS v. 25, y hoja de cálculos Excel, hojas de respuesta.
10	Tipo de instrumento:	Cuestionario virtual.
11	Población:	90 usuarios de salud.

Ficha Técnica 2:

Nombre del instrumento: Cuestionario de Satisfacción del usuario		
1	Autores:	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Ángela Linares Gonzales
	Año de edición:	2022
	País de origen:	Perú.
2	Contiene:	
	Dimensión 1:	Expectativa del usuario Del Ítem N° 1 al Item N° 7.
	Dimensión 2:	Rendimiento percibido Del Ítem N° 8 al Item N° 13.
	Dimensión 3:	Lealtad del usuario Del Ítem N° 14 al Item N° 20.
3	Ámbito de aplicación:	A la muestra de estudio determinada.
	Adaptación:	Propia de la investigadora.
4	Corrección:	En el momento y será manualmente.
5	Duración:	20 minutos aproximadamente.
6	Ámbito de aplicación:	IPRESS de Ataura - Jauja.
7	Objetivo:	Medir y valorar la calidad del servicio prestado por el personal de la Entidad de salud.
8	Estructura:	22 ítems con alternativas tipo Likert.
9	Materiales:	Paquete estadístico SPSS v. 25, y hoja de cálculos Excel, hojas de respuesta.
10	Tipo de instrumento:	Cuestionario impreso en papel.
11	Población:	90 usuarios de salud.

4.6.2.1. Validez del Instrumento:

Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010), manifiestan “Que se considera válido cualquier instrumento que pueda utilizarse para medir o recopilar datos siempre que cumpla con medir, aquello para lo que se les ha formulado” (p. 317).

La validez de los instrumentos se realizó por tres expertos reconocidos (evaluación de expertos) quienes evaluaron cada instrumento de recolección de

información previo a la aplicación de las unidades de la muestra; las que cumplieron con los criterios de claridad, redacción, coherencia, objetividad estructural, organización y relevancia.

4.6.2.2. Análisis de la Confiabilidad el Instrumento:

Hernández, R., Fernández, B. & Baptista, P. (2010), dice que la confiabilidad es “El grado por el cual un instrumento de medición o recojo de datos produce resultados coherentes, cuando se aplique repetidamente a los mismos sujetos produciendo resultados iguales” (p. 319).

De lo anterior, la confiabilidad nos indica el grado en el que la aplicación repetida del instrumento al mismo sujeto, produzca los mismos resultados y la validez se refiere al grado en el que un instrumento mide lo que se supone que debe medir. Por lo que, en este proceso se realizó usando el cálculo del coeficiente del Alfa de Crombrach más su respectivo baremo para interpretar los resultados; previo a su aplicación a las unidades de la muestra seleccionada:

Tabla 3.

Baremo del Alfa de Crombrach

Rangos	Interpretación
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Fuente: Hernández et al. (2011)

A. Confiabilidad del Instrumento: Calidad de servicio

En el presente trabajo de investigación se estableció en el nivel de confiabilidad a través de alfa de Cronbach para evaluar los puntajes obtenidos del instrumento de información para 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	90	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	90	100,0

a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,853	20

Estadísticos de los elementos				
		Media	Desviación típica	Nº
VALIDEZ DE CONTENIDO	DE	6,0000	0,64520	20
VALIDEZ DE CRITERIO METODOLÓGICO	DE	6,5000	0,63017	20
VALIDEZ DE INTENCIÓN Y OBJETIVIDAD DE MEDICIÓN	DE	6,0000	0,64520	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: La variable Calidad de servicio se halló teniendo en consideración a la muestra de análisis, representada por 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

Para propósitos de investigación $\geq 0,8$ (aceptable 0.70, buen índice 0.80 y excelente 0.90). En nuestro caso el valor del alfa de Cronbach es 0. 853.Como los resultados son mayores a 0,80; en consecuencia, el instrumento tiene un muy buen índice de confiabilidad.

B. Confiabilidad del Instrumento: Satisfacción del Usuario

En el presente trabajo de investigación se estableció en el nivel de confiabilidad a través de alfa de Cronbach para evaluar los puntajes obtenidos del instrumento de información para 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	90	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	90	100,0

a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,833	20

Estadísticos de los elementos				
		Media	Desviación típica	Nº
VALIDEZ CONTENIDO	DE	6,0000	0,62431	20
VALIDEZ CRITERIO METODOLÓGICO	DE	6,5000	0,66305	20
VALIDEZ INTENCIÓN OBJETIVIDAD MEDICIÓN	DE Y DE	6,0000	0,62431	20
PRESENTACIÓN FORMALIDAD INSTRUMENTO	Y DEL	6,5000	0,66305	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: La variable Satisfacción del usuario se halló teniendo en consideración a la muestra de análisis, representada por 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

Para propósitos de investigación $\geq 0,8$ (aceptable 0.70, buen índice 0.80 y excelente 0.90). En nuestro caso el valor del alfa de Cronbach es 0. 833.Como los resultados son mayores a 0,80; en consecuencia, el instrumento tiene un muy buen índice de confiabilidad.

4.6.3. Procedimiento de Recolección de Datos.

En el propósito de recolectar la información de las unidades de estudio de la muestra, se emplearon dos cuestionarios de encuesta, posterior a la obtención del permiso correspondiente del responsable del IPRESS de Ataura.

- Se realizó un trabajo de inducción y sensibilización con los elementos de la muestra a fin de evitar el mínimo de errores de los participantes.
- Posteriormente se aplicaron los cuestionarios con irrestricto respeto a su confidencialidad de los participantes; luego se tabuló usando el Excel.

4.7. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

La data recopilada, se procesó ingresando al programa estadístico SPSS versión 25 en español; en donde se realizó los cruces correspondientes que permitieron realizar las contrastaciones a las hipótesis planteadas; utilizando a la estadística descriptiva e inferencial, de cuyos resultados se mostraron mediante tablas y figuras de corte estadístico.

4.8. Aspectos Éticos de la Investigación

En el desarrollo del estudio, se observó a los siguientes principios de la ética investigativa:

- a. Protección de la persona, grupos étnicos y socio culturales, considerando que toda persona es el fin, más no el medio de una investigación.
- b. Obtener el consentimiento informado y expreso, de la entidad, o sujetos de la investigación.
- c. Beneficencia y no maleficencia, es decir, generar beneficios y minimizar cualquier indicio negativo.
- d. Responsabilidad, de los alcances y consecuencias; son directas y atribuidas a los responsables de realizar la investigación.
- e. Veracidad, debe garantizarse en cada fase de investigación.

La originalidad, del presente trabajo de investigación, se garantizará con el uso del software anti plagio Turniting a cargo de la Facultad de Ciencias Administrativas UPLA.

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Descripción de Resultados de las Variables de Estudio

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada una de las variables de estudio. El origen de estos resultados son los instrumentos aplicados a 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

5.1.1. Frecuencia de la variable calidad del servicio en el IPRESS de Ataura – Jauja.

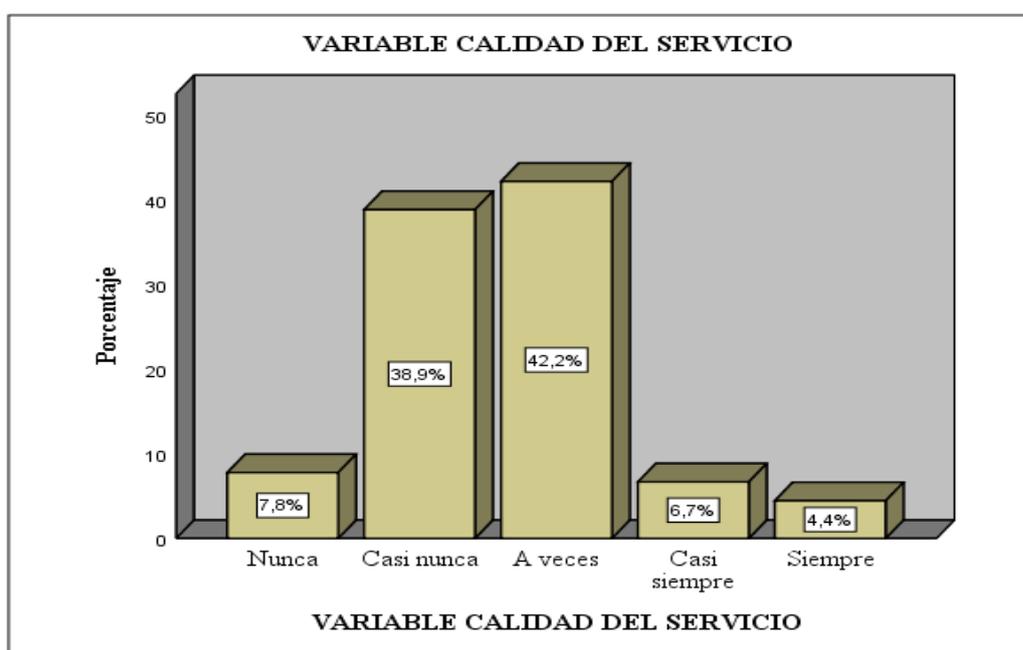
Tabla 4.

Variable Calidad del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	7,8	7,8	7,8
Casi nunca	35	38,9	38,9	46,7
A veces	38	42,2	42,2	88,9
Casi siempre	6	6,7	6,7	95,6
Siempre	4	4,4	4,4	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 7.

Variable Calidad del servicio



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que de los 90 usuarios, un (42,2%), contestó que a veces se da la calidad del servicio, correspondiendo a una muestra de 38 usuarios, un (38,9%) contestó que casi nunca se da la calidad del servicio, siendo 35 usuarios, un (7,8%) contestó que nunca se da la calidad del servicio, correspondiendo a 7 usuarios, así mismo un (6,7%) contestó que casi siempre se da la calidad del servicio, representando a 6 usuarios y un (4,4%) manifestó que siempre se da la calidad del servicio, correspondiendo a la respuesta de 4 usuarios.

5.1.2. Frecuencia de la dimensión tangibilidad en el IPRESS de Ataura – Jauja.

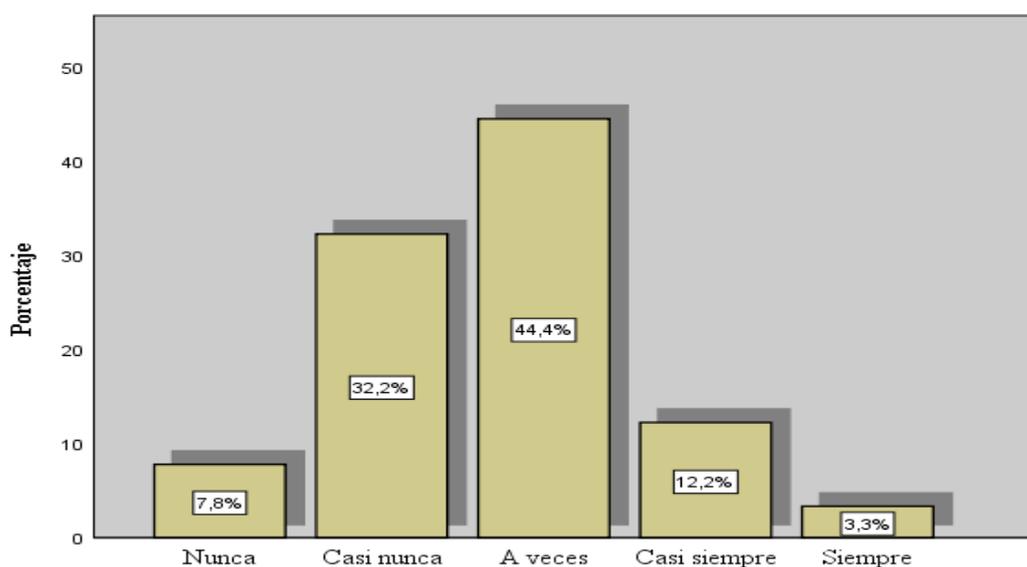
Tabla 5.

Dimensión tangibilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	7,8	7,8	7,8
Casi nunca	29	32,2	32,2	40,0
A veces	40	44,4	44,4	84,4
Casi siempre	11	12,2	12,2	96,7
Siempre	3	3,3	3,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 8.

Dimensión tangibilidad



En la tabla y gráfico, se observa que de los 90 usuarios, un (44,4%) contestó que a veces se da la tangibilidad, correspondiendo a una muestra de 40 usuarios, un (32,2%) contestó que casi nunca se da la tangibilidad, siendo la respuesta de 29 usuarios, un (12,2%) contestó que casi siempre se da la tangibilidad, representando a 11 usuarios, un (7,8%) contestó que nunca se da la tangibilidad, respuesta de 7 usuarios y un (3,3%) manifestó que siempre se da la tangibilidad, siendo la respuesta de 3 usuarios.

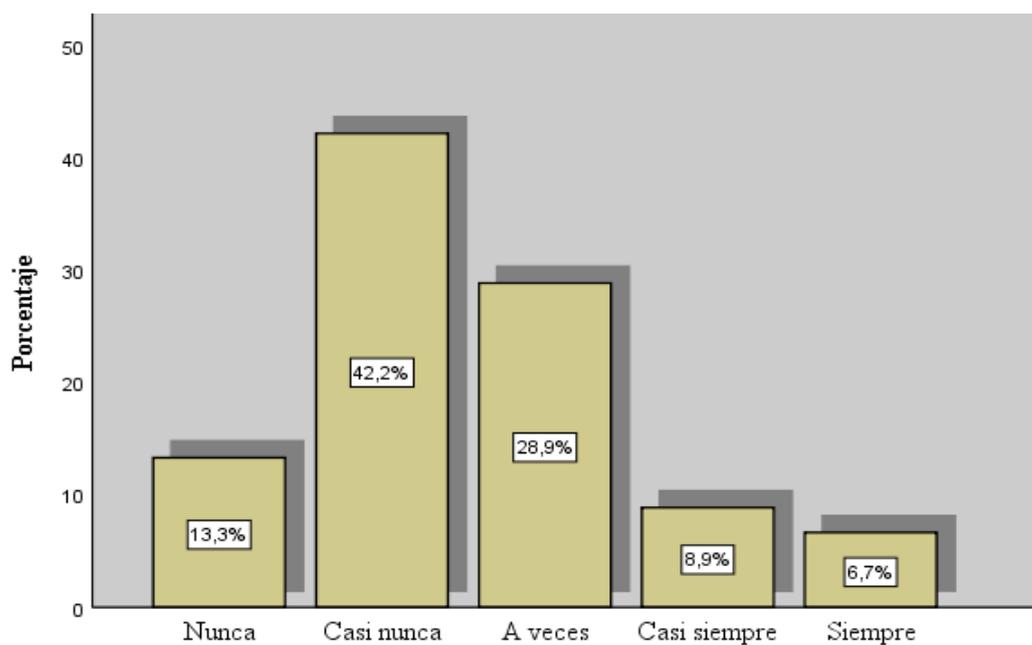
5.1.3. Frecuencia de la dimensión fiabilidad en el IPRESS de Ataura – Jauja. Tabla 6.

Dimensión fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	12	13,3	13,3	13,3
Casi nunca	38	42,2	42,2	55,6
A veces	26	28,9	28,9	84,4
Casi siempre	8	8,9	8,9	93,3
Siempre	6	6,7	6,7	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 9.

Dimensión fiabilidad



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que, de los 90 usuarios, un (42,2%) contestó que casi nunca se da la fiabilidad, siendo 38 usuarios, un (28,9%) contestó que a veces se da la fiabilidad, respuesta de 26 usuarios, un (13,3%) contestó que nunca se da la fiabilidad, respuesta de 12 usuarios, un (8,9%) contestó que casi siempre se da la fiabilidad, representando a 8 usuarios y un (6,7%) manifestó que siempre se da la fiabilidad, correspondiendo a la respuesta de 6 usuarios.

5.1.4. Frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta en el IPRESS de Atura – Jauja.

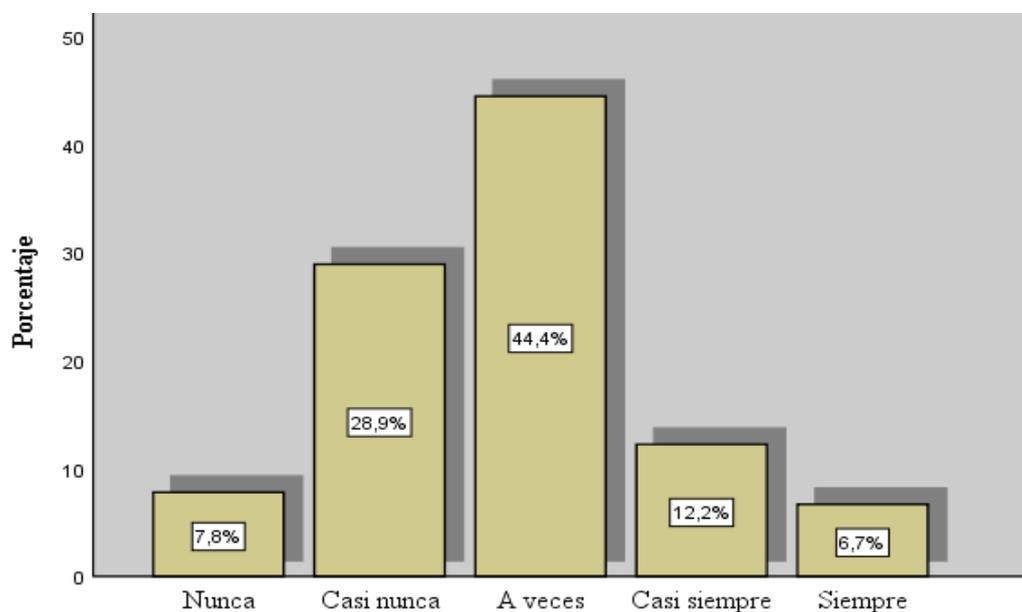
Tabla 7.

Dimensión capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	7,8	7,8	7,8
Casi nunca	26	28,9	28,9	36,7
A veces	40	44,4	44,4	81,1
Casi siempre	11	12,2	12,2	93,3
Siempre	6	6,7	6,7	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 10.

Dimensión capacidad de respuesta



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que de los 90 usuarios, un (44,4%) contestó que a veces se da la capacidad de respuesta, siendo 40 usuarios, un (28,9%) contestó que casi nunca se da la capacidad de respuesta, respuesta de 26 usuarios, un (12,2%) contestó que casi siempre se da la capacidad de respuesta, siendo 11 usuarios, un (7,8%) contestó que nunca se da la capacidad de respuesta, respuesta de 7 usuarios, un (6,7%) manifestó que siempre se da la capacidad de respuesta, correspondiendo a la respuesta de 6 usuarios.

5.1.5. Frecuencia de la dimensión seguridad en el IPRESS de Ataura – Jauja.

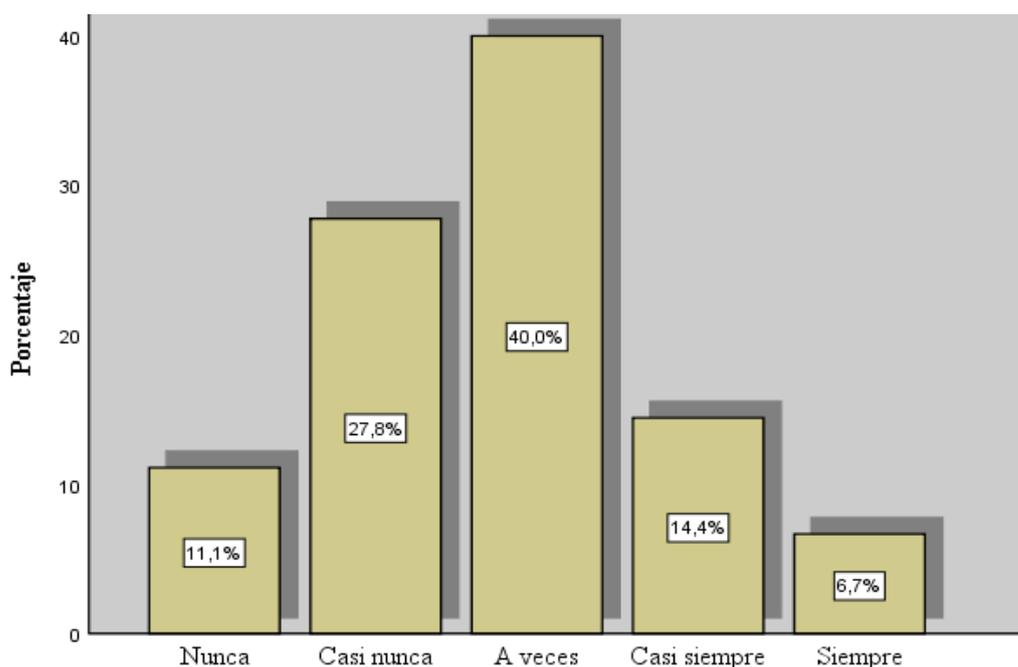
Tabla 8.

Dimensión seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	10	11,1	11,1	11,1
Casi nunca	25	27,8	27,8	38,9
A veces	36	40,0	40,0	78,9
Casi siempre	13	14,4	14,4	93,3
Siempre	6	6,7	6,7	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 11.

Dimensión seguridad



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que, de los 90 usuarios, un (40,0%) contestó que a veces se da la Seguridad, siendo 36 usuarios, un (27,8%) contestó que casi nunca se da la seguridad, respuesta de 25 usuarios, un (14,4%) contestó que casi siempre se da la seguridad, representando a 13 usuarios, un (11,1%) contestó que nunca se da la seguridad, respuesta de 10 usuarios y un (6,7%) manifestó que siempre se da la seguridad, respuesta de 6 usuarios.

5.1.6. Frecuencia de la dimensión empatía en el IPRESS de Ataura – Jauja.

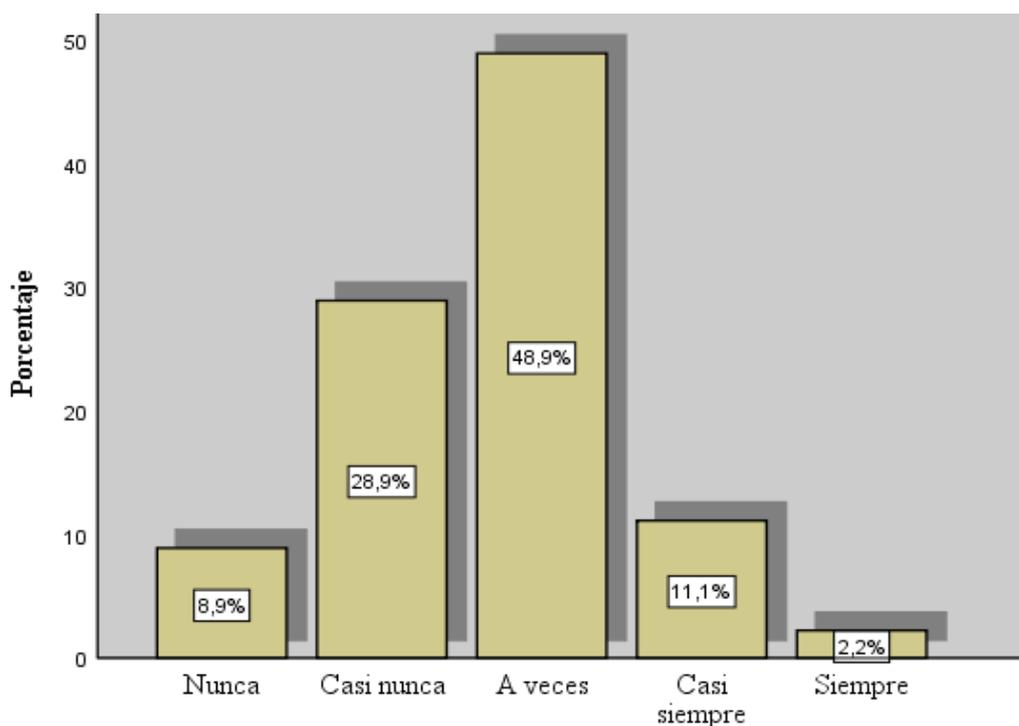
Tabla 9.

Dimensión empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	8,9	8,9	8,9
Casi nunca	26	28,9	28,9	37,8
A veces	44	48,9	48,9	86,7
Casi siempre	10	11,1	11,1	97,8
Siempre	2	2,2	2,2	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 12.

Dimensión empatía



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que, de los 90 usuarios, un (48,9%) contestó que a veces se da la empatía, siendo 44 usuarios, un (28,9%) que casi nunca se da la empatía, respuesta de 26 usuarios, un (11,1%) contestó que casi siempre se da la empatía, siendo 10 usuarios, un (8,9%) contestó que nunca se da la empatía, respondiendo 8 usuarios y un (2,2%) manifestó que siempre se da la empatía, correspondiendo a la respuesta de 2 usuarios.

5.1.7. Frecuencia de la variable satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja.

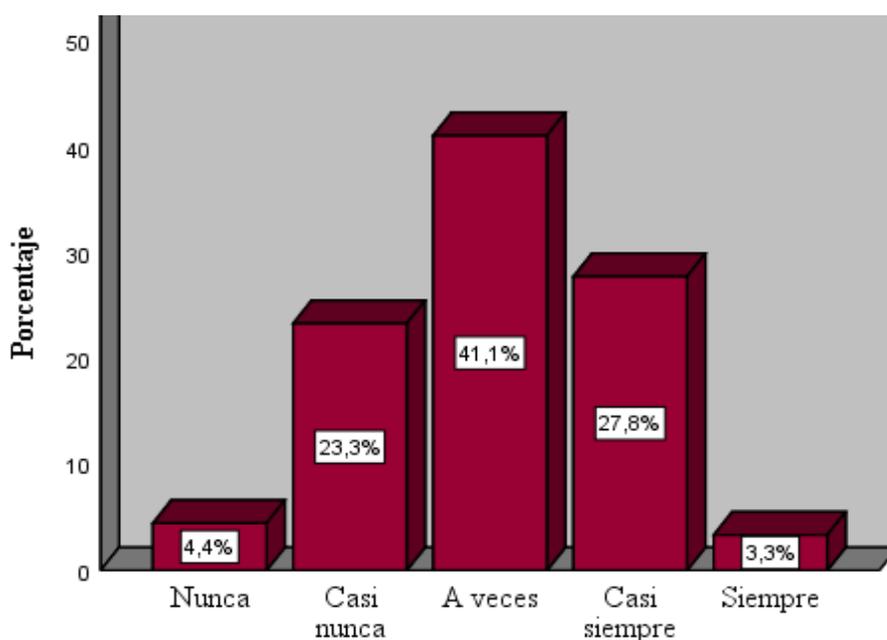
Tabla 10.

Variable satisfacción del usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	4	4,4	4,4	4,4
Casi nunca	21	23,3	23,3	27,8
A veces	37	41,1	41,1	68,9
Casi siempre	25	27,8	27,8	96,7
Siempre	3	3,3	3,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 13.

Dimensión satisfacción del usuario



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que, de los 90 usuarios, un 41,1% (37 usuarios), contestó que a veces se da la satisfacción del usuario, mientras que un 27,8% (25 usuarios) contestó que casi siempre se da la satisfacción del usuario, un 23,3% (21 usuarios) contestó que casi nunca se da la Satisfacción del usuario, un 4,4% (4 usuarios) contestó que nunca se da la satisfacción del usuario, y un 3,3% (3 usuarios) manifestó que siempre se da la satisfacción del usuario.

5.1.8. Frecuencia de la dimensión expectativa del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja.

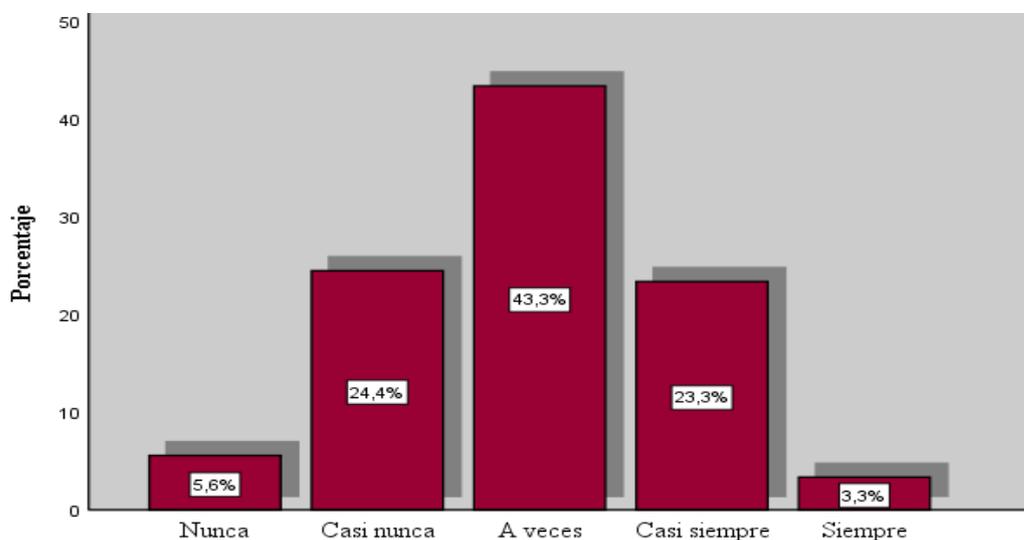
Tabla 11.

Dimensión expectativa del usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	5,6	5,6	5,6
Casi nunca	22	24,4	24,4	30,0
A veces	39	43,3	43,3	73,3
Casi siempre	21	23,3	23,3	96,7
Siempre	3	3,3	3,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 14.

Dimensión expectativa del usuario



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que, de los 90 usuarios, un 43,3% (39 usuarios) contestó que a veces se responde a las expectativas del usuario, un 24,4% (22 usuarios) contestó que casi nunca se responde a la expectativa del usuario, un 23,3% (21 usuarios) contestó que casi siempre responde a la expectativa del usuario, un 5,6% (5 usuarios) contestó que nunca se responde a la expectativa del usuario, y un 3,3% (3 usuarios) manifestó que siempre se responde a la expectativa del usuario.

5.1.9. Frecuencia de la dimensión rendimiento percibido en el IPRESS de Ataura – Jauja.

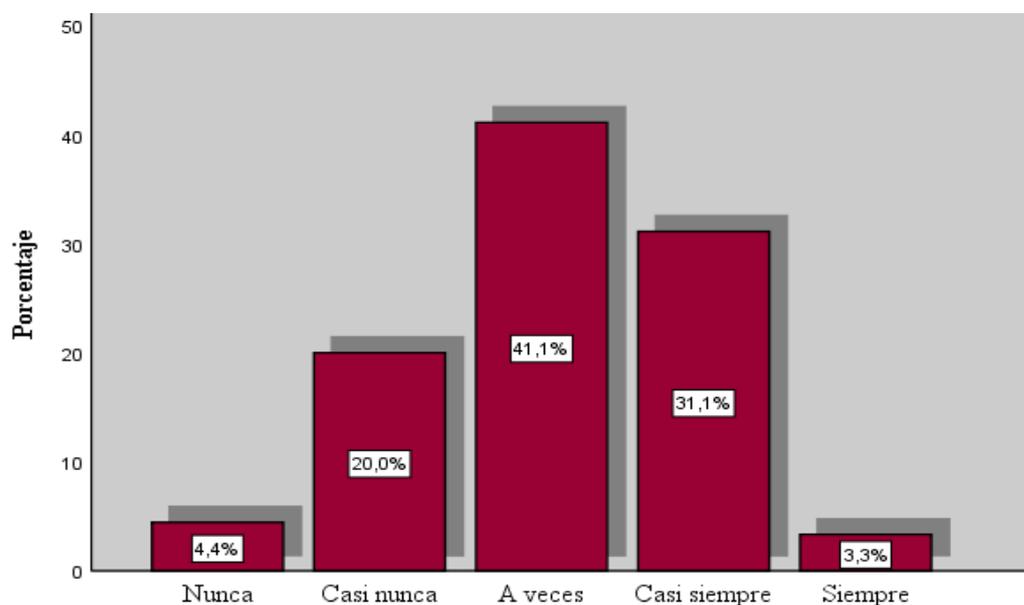
Tabla 12.

Dimensión rendimiento percibido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	4	4,4	4,4	4,4
Casi nunca	18	20,0	20,0	24,4
A veces	37	41,1	41,1	65,6
Casi siempre	28	31,1	31,1	96,7
Siempre	3	3,3	3,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 15.

Dimensión rendimiento percibido



Interpretación:

En la tabla y gráfico, se observa que, de 90 usuarios, un 41,1% (37 usuarios) contestó que a veces se da el rendimiento percibido, un 31,1% (28 usuarios) contestó que casi siempre se da el rendimiento percibido, un 20,0% (18 usuarios) contestó que casi nunca se da el rendimiento percibido, un 4,4% (4 usuarios) contestó que siempre se da el rendimiento percibido, y un 3,3% (3 usuarios) manifestó que siempre se da el rendimiento percibido.

5.1.10. Frecuencia de la dimensión lealtad del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja.

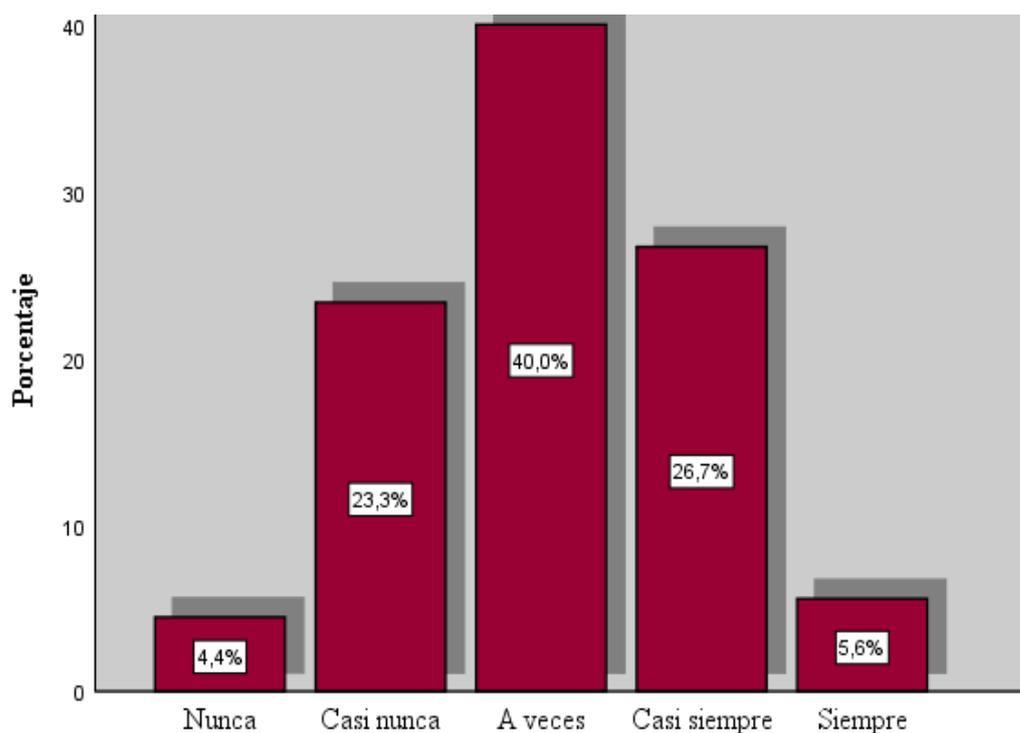
Tabla 13.

Dimensión lealtad del usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	4	4,4	4,4	4,4
Casi nunca	21	23,3	23,3	27,8
A veces	36	40,0	40,0	67,8
Casi siempre	24	26,7	26,7	94,4
Siempre	5	5,6	5,6	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Figura 16.

Dimensión lealtad del usuario



En la tabla y gráfico, se observa que, de los 90 usuarios, un 40,0% (36 usuarios) contestó que a veces se da la lealtad del usuario, un 26,7% (24 usuarios) contestó que casi siempre se da la lealtad del usuario, un 23,3% (21 usuarios) contestó que casi nunca se da la lealtad del usuario, un 5,6% (5 usuarios) contestó que siempre se da la lealtad del usuario y un 4,4% (4 usuarios) manifestó que nunca se da la lealtad del usuario.

5.2. Contrastación de Hipótesis

Escala de intervalos del coeficiente de Rho de Spearman

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

Fuente: Suárez (2015)

5.2.1. Contrastación de hipótesis entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja.

Prueba de Hipótesis General

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestra los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

H0: La calidad de servicio NO se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

H1: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

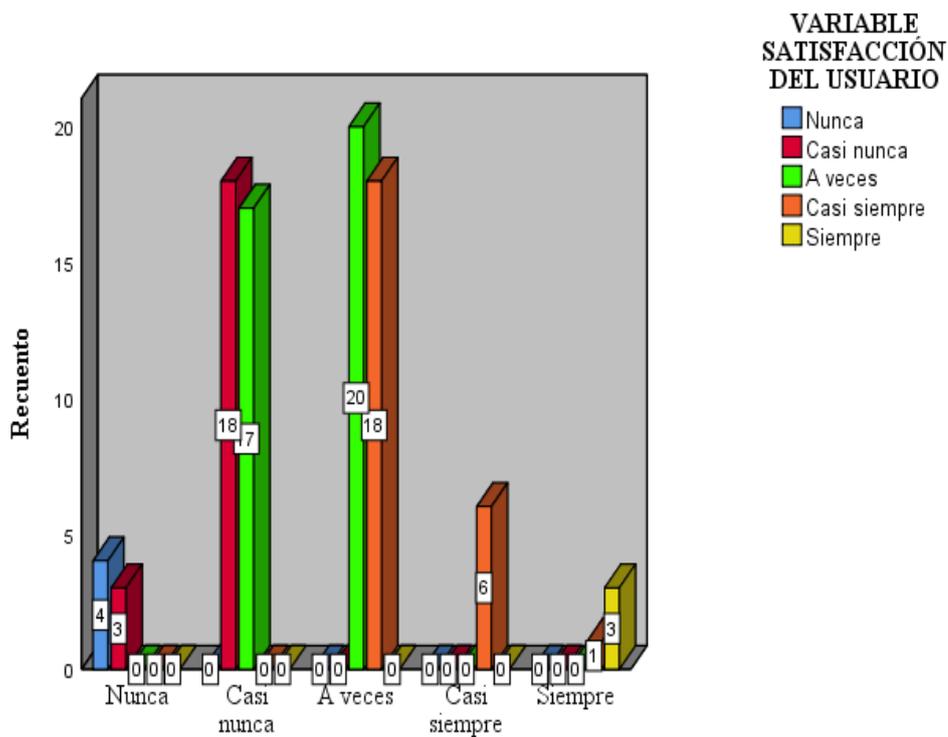
Tabla 14.

Cálculo estadístico de prueba entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios.

Correlaciones				VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	VARIABLE DEL SERVICIO	CALIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	0,829**
			Sig. (bilateral)	.	0,000
			N	90	90
	VARIABLE SATISFACCIÓN USUARIO	DEL	Coefficiente de correlación	0,829**	1,000
			Sig. (bilateral)	0,000	.
			N	90	90

Figura 17.

Variable calidad del servicio

**Decisión Estadística.**

Obtenido la $r = 0.829$ implica una relación significativa alta; y se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado es 0.829, coeficiente significativo que indica una correlación directa y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja, 2022.

5.2.2. Contratación de hipótesis entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja.

Prueba de Hipótesis Especifica 1

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

H0: La tangibilidad NO se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

H1: La tangibilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

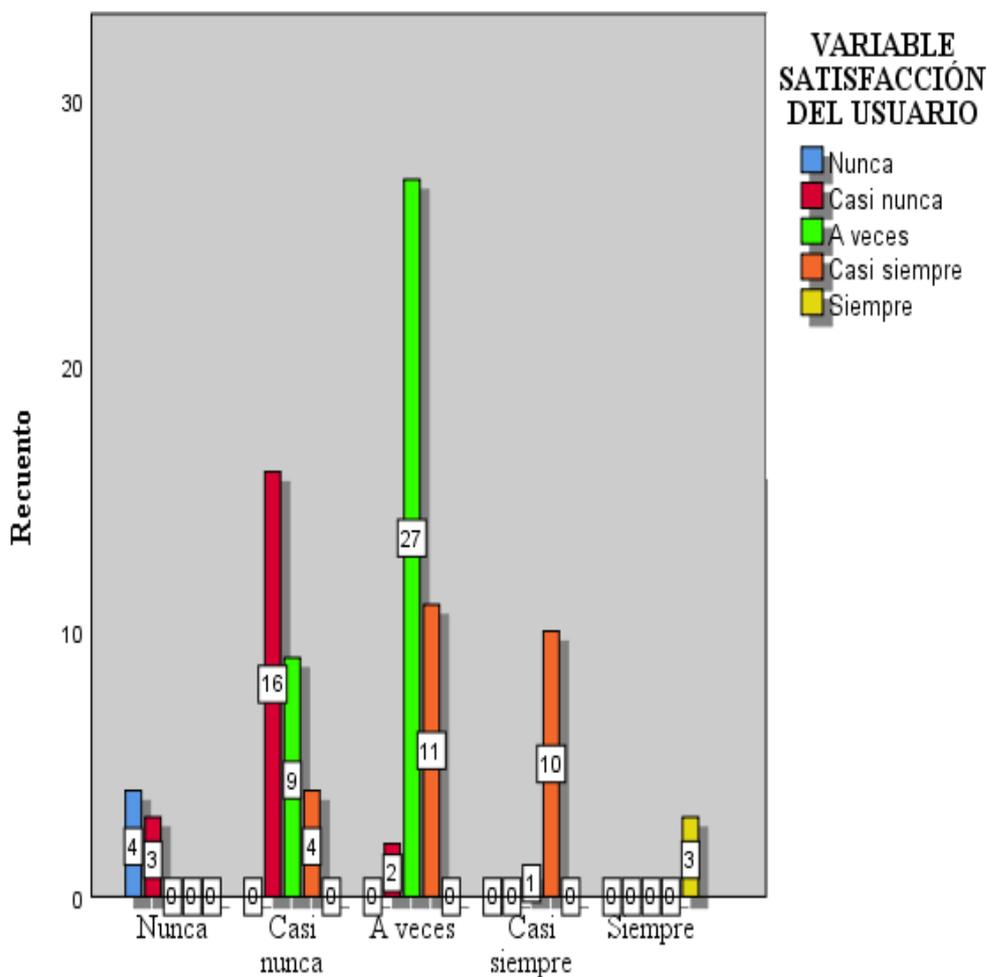
Tabla 15.

Calculo Estadístico de prueba entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios

				Correlaciones	
				Dimensión Tangibilidad	VARIABLE SATISFACCION DEL USUARIO
Rho de Spearman	Dimensión Tangibilidad	de	Coeficiente correlación	1,000	0,720**
			Sig. (bilateral)	.	0,000
			N	90	90
VARIABLE SATISFACCION DEL USUARIO	DE	de	Coeficiente correlación	0,720**	1,000
			Sig. (bilateral)	0,000	.
			N	90	90

Figura 18.

Hipótesis específica: tangibilidad y la satisfacción de los usuarios



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.720$ que implica una relación significativa alta; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.720, coeficiente significativo que indica una correlación directa y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la tangibilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja, 2022.

5.2.3. Contrastación de hipótesis entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja.

Prueba de Hipótesis Específica 2

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

H0: La fiabilidad NO se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

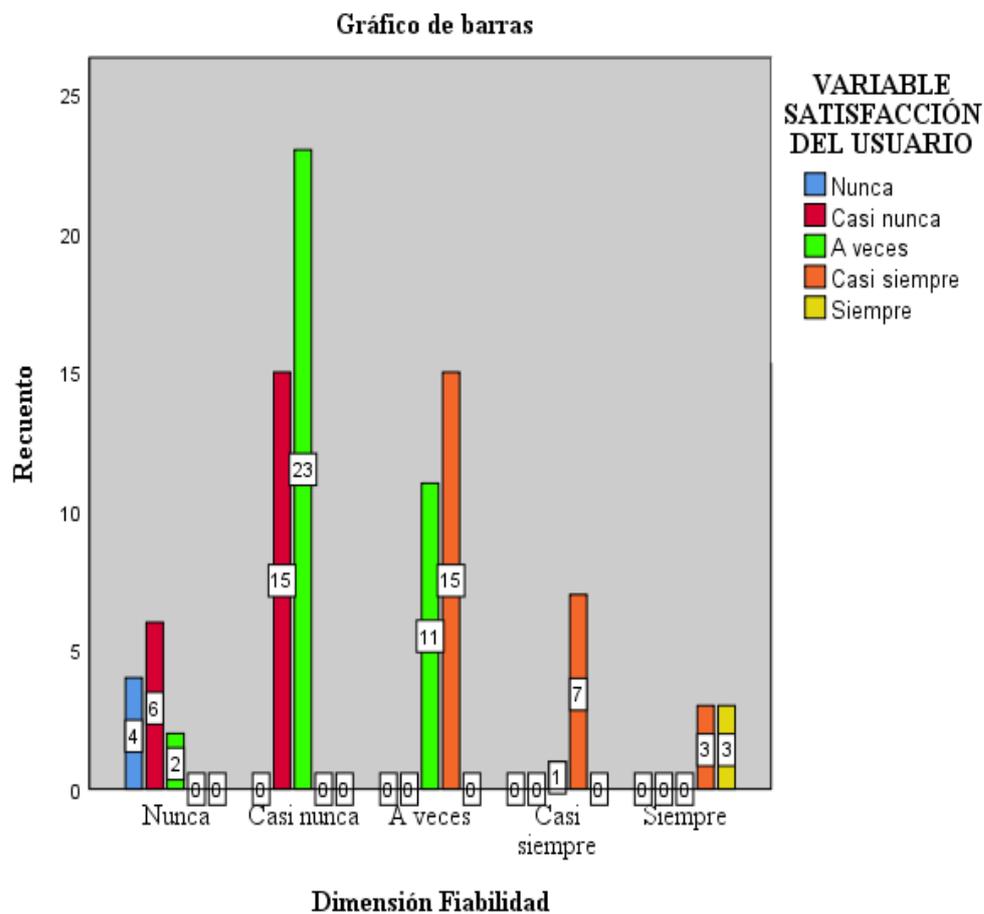
Tabla 16.

Estadístico de prueba entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios

				Correlaciones	
				Dimensión Fiabilidad	VARIABLE SATISFACCION DEL USUARIO
Rho de Spearman	Dimensión Fiabilidad	Coefficiente correlación	de	1,000	0,824**
		Sig. (bilateral)		.	0,000
		N		90	90
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coefficiente correlación	de	0,824**	1,000
		Sig. (bilateral)		0,000	.
		N		90	90

Figura 19.

La fiabilidad y la satisfacción de los usuarios



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.824$ que implica una relación significativa alta; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.824, coeficiente significativo que indica una correlación directa y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja, 2022.

5.2.4. Contratación de hipótesis entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja.

Prueba de Hipótesis Específica 3

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

H0: La capacidad de respuesta NO se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

H1: La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

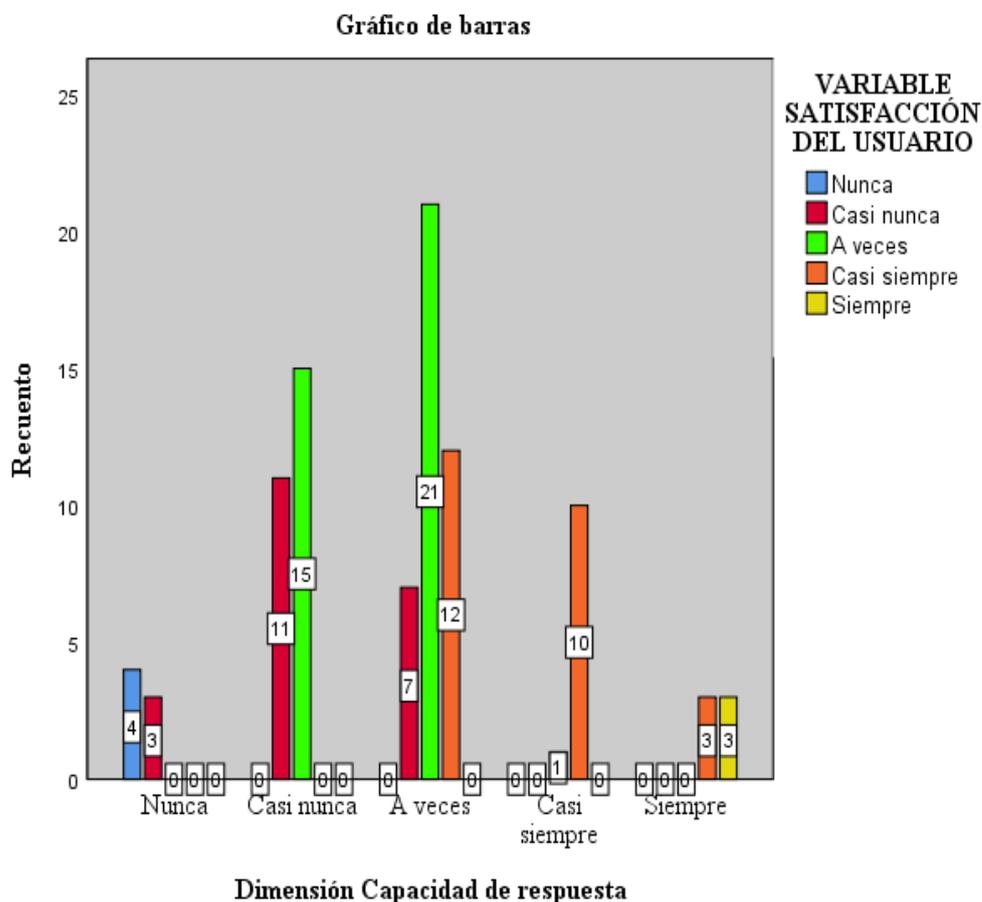
Tabla 17.

Estadístico de prueba entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios

				Correlaciones		
					Dimensión Capacidad de respuesta	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	Dimensión de respuesta	Capacidad	Coficiente correlación Sig. (bilateral) N	de	1,000	0,735**
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	DEL	Coficiente correlación Sig. (bilateral) N	de	0,735**	1,000
					0,000	.
					90	90
					90	90

Figura 20.

La capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.735$ que implica una relación significativa alta; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.735, este coeficiente significativo indica la existencia de una correlación directa y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega concluir que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

5.2.5. Contrastación de hipótesis entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja.

Prueba de Hipótesis Específica 4

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

H0: La seguridad NO se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

H1: La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

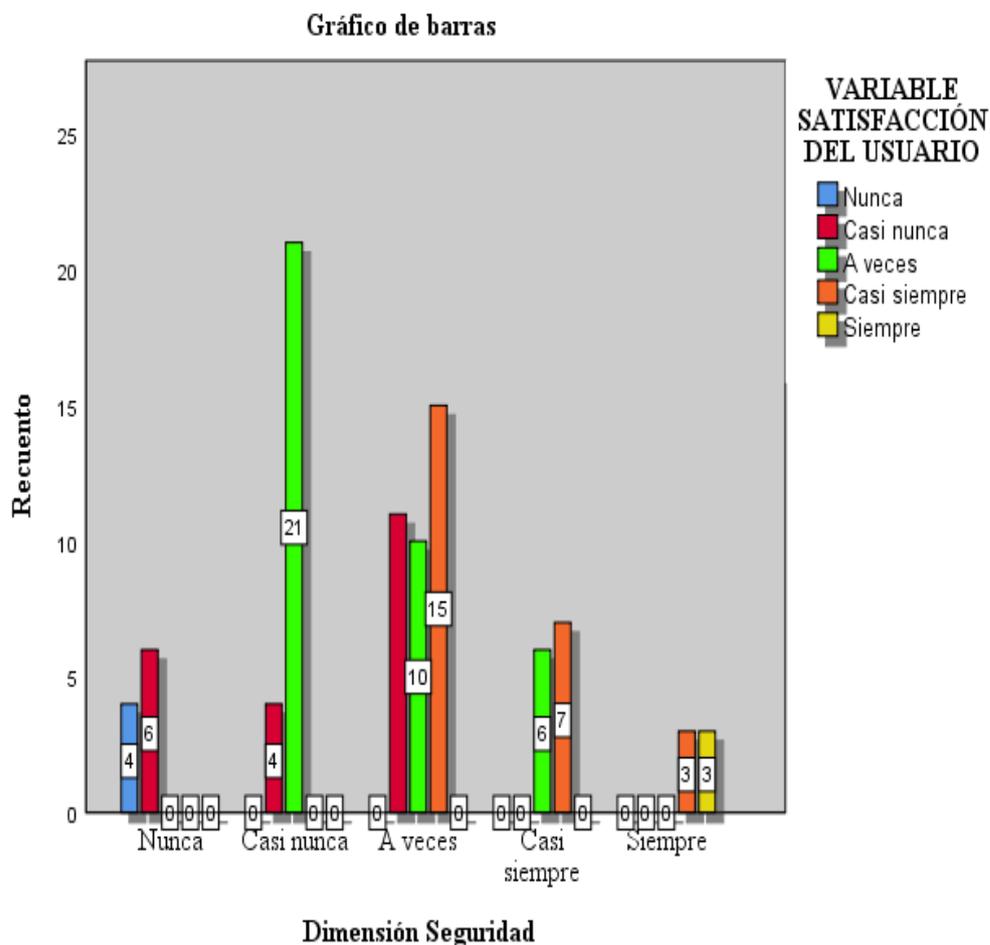
Tabla 18.

Estadístico de prueba entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios

Correlaciones				Dimensión Seguridad	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	Dimensión Seguridad	Coeficiente de correlación	de	1,000	0,620**
		Sig. (bilateral)		-	0,000
		N		90	90
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	de	0,620**	1,000
		Sig. (bilateral)		0,000	-
		N		90	90

Figura 21.

La seguridad y la satisfacción de los usuarios



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.620$ que implica una relación significativa moderada; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.620, este coeficiente significativo indica la existencia de una correlación directa y moderada con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Atura – Jauja 2022.

5.2.6. Contrastación de hipótesis entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja.

Prueba de Hipótesis Específica 5

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

H0: La empatía NO se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

H1: La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

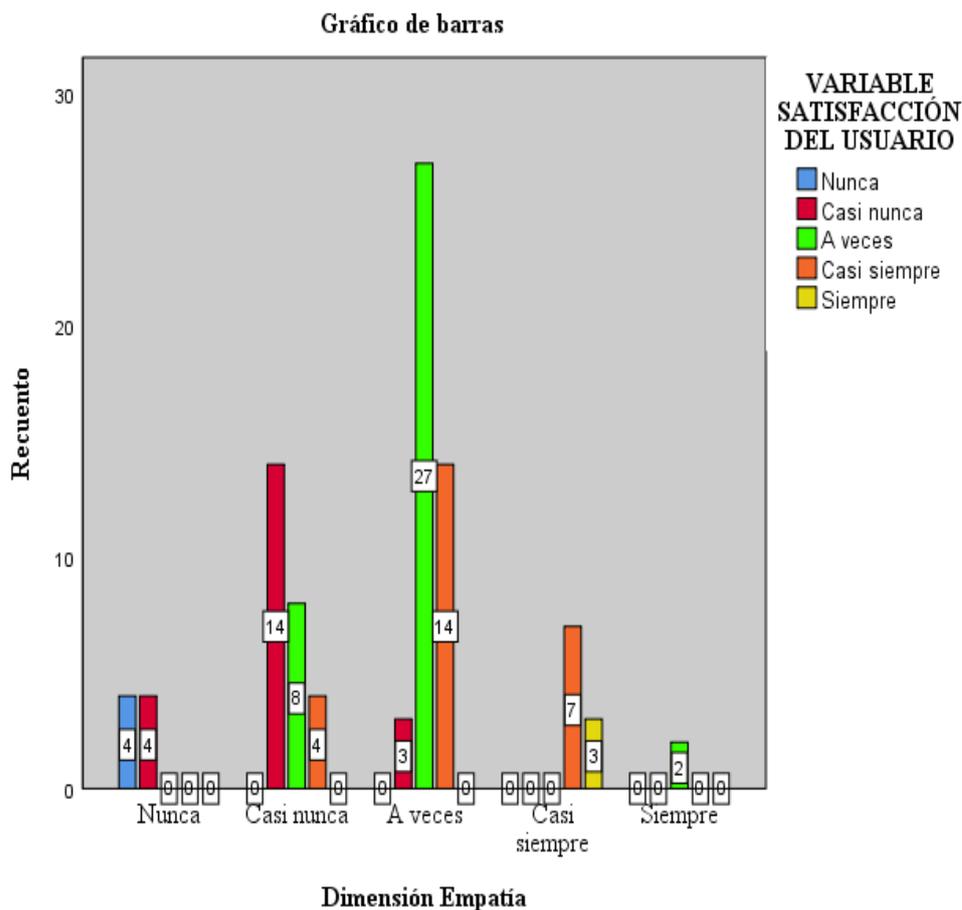
Tabla 19.

Estadístico de prueba entre la empatía y la satisfacción de los usuarios

				Correlaciones	
				Dimensión Empatía	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	Dimensión Empatía	Coefficiente correlación	de	1,000	0,667**
		Sig. (bilateral)		.	0,000
		N		90	90
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coefficiente correlación	de	0,667**	1,000
		Sig. (bilateral)		0,000	.
		N		90	90

Figura 22.

La empatía y la satisfacción de los usuarios



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.667$ que implica una relación significativa moderada; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.667, este coeficiente significativo indica la existencia de una correlación directa y moderada con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega concluir que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

En consideración a los resultados obtenidos de la primera variable de investigación: Calidad de servicio en el IPRESS de Ataura – Jauja 2022, se puede observar que, de los 90 usuarios, un (42,2%), contestó que a veces se da la calidad del servicio, correspondiendo a una muestra de 38 usuarios, un (38,9%) contestó que casi nunca se da la calidad del servicio, siendo 35 usuarios, un (7,8%) contestó que nunca se da la calidad del servicio, correspondiendo a 7 usuarios, así mismo un (6,7%) contestó que casi siempre se da la calidad del servicio, representando a 6 usuarios y un (4,4%) manifestó que siempre se da la calidad del servicio, correspondiendo a la respuesta de 4 usuarios.

De modo que, se consideran también los resultados obtenidos relacionados a la segunda variable de investigación: Satisfacción de los usuarios en el IPRESS de Ataura – Jauja 2022., del cual se puede observar que, de los 90 usuarios, un 41,1% (37 usuarios), contestó que a veces se da la satisfacción del usuario, mientras que un 27,8% (25 usuarios) contestó que casi siempre se da la satisfacción del usuario, un 23,3% (21 usuarios) contestó que casi nunca se da la Satisfacción del usuario, un 4,4% (4 usuarios) contestó que nunca se da la satisfacción del usuario, y un 3,3% (3 usuarios) manifestó que siempre se da la satisfacción del usuario.

Respecto al objetivo general de la investigación: Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022; se obtuvo los resultados siguientes: Que, el coeficiente de determinación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, implica una relación positiva y significativamente alta, debido a que se obtuvo un $r_s = 0.829$, consecuentemente se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis de investigación alterna (H_1)., Por lo que, se concluyó que la calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Al respecto de los resultados obtenidos en el presente estudio, guardan similitud con los resultados obtenidos por Piscoya, N. y Artega, G. quienes el año 2022, desarrollaron su investigación con el objetivo general de determinar; como la Calidad de Servicio Influye en la Satisfacción del Cliente en el Centro Médico Especializado Lab. Salud S.A.C de Chiclayo, para lo que desarrollaron una investigación con una estructura metodológica similar al presente caso, de tipo descriptiva–correlacional, con diseño no experimental, de corte transversal. De cuyo procesamiento y análisis de la data acopiada se llegó a concluir que existe una relación positiva y significativamente alta entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente, en el Centro Médico Especializado Lab. Salud S.A.C Chiclayo – 2020., resultado que fortalece los obtenidos y demuestra la validez de dichos resultados.

Así mismo, se tiene a Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. quien resalta la importancia de que las organizaciones prestadoras de servicio en general garanticen la calidad en sus servicios que prestan, debido a que favorece en generar una buena experiencia de consumo en los clientes y usuarios, es decir, satisfacerlos respondiendo a sus expectativas, sobre el cual el cliente no tendrá duda alguna para retornar al punto de venta, además también es importante, porque un cliente o usuario de servicios satisfecho proporciona suficiente información a su empresa proveedora para que esta se retroalimente y mejore su formato de prestación de servicios, favoreciendo a la empresa, a la marca y al servicio como producto.

En relación al primer objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la Tangibilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja, 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios, implica una relación positiva y significativamente alta, debido a que se obtuvo un $r_s = 0.720$, consecuentemente se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis de investigación alterna (H_1)., Por lo que, se

concluyó que la tangibilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Los resultados obtenidos, respecto a este primer objetivo de la investigación se pueden comparar con los resultados similares conseguidos en el estudio del investigador Cano, L. 2021, quien en su trabajo de investigación desarrollado con el título Calidad de Servicio y Satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021, cuya estructura metodológica desarrollada también considero a una investigación de tipo básica, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional. Llegando a determinar que, existe una relación positiva, moderada y significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de sus usuarios del Centro de salud de Lima, en el año 2021; por cuanto el Rho de Spearman hallado fue de 0.545 con una significancia de $p=0.000<0.05.$, demostrándose la objetividad y contundencia de los resultados conseguidos.

Dichos resultados, también se fortalecen con lo afirmado por el padre del marketing moderno Phillip Kotler, y Gary Armstrong, quienes perciben y resaltan la importancia de que una empresa proveedora de servicios cumpla con presentar a su público usuario una buena infraestructura, buenos muebles y escritorios, una zona de parqueo, oficinas espaciosas y agradables, así como colaboradores bien uniformados y pulcros en su presentación, ya que todo esto repercute en la percepción y expectativas en los usuarios y clientes de servicios, por ende en su satisfacción.

Del mismo modo, para el segundo objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja, 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios, implica una relación positiva y significativamente alta, debido a que se obtuvo un $r_s = 0.824$, consecuentemente se rechazó la hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis de investigación alterna (H1)., Por lo que, se

concluyó que la tangibilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Estos resultados obtenidos de la investigación confirman que, aquellas empresas prestadoras de servicios que tienen la capacidad de cumplir con lo que ofrecen y prometen a sus clientes, tienen mejor horizonte para lograr satisfacer a sus clientes y usuarios, por cuanto el cliente rechaza a su proveedor lo cual no cumplen con lo prometido, afectando negativamente a sus expectativas; tal cual lo confirma, Kotler, P. y Armstrong, G. al definir a la fiabilidad como la capacidad para cumplir con cualquier promesa realizada a los usuarios, respecto al formato de servicios, exactitud, servicios post venta, garantías, entrega oportuna entre otros, como regalos, promociones, descuentos.

De igual manera, lo confirma Vargas J. quien en su trabajo investigativo enfatiza que los clientes se sienten satisfechos y se generan una percepción positiva en favor de una empresa, marca y producto en base a si esta cumple con lo ofrecido y prometido en sus spot publicitarios, o actividades promocionales, ya que es una de la vías para lograr clientes altamente satisfechos, de lo contrario estaríamos alejándolos y posiblemente fomentando que sean desertores y se vayan con la competencia, entonces es importante no sobre prometer con tal de vender aun sabiendo que no se va a cumplir con las ofertas.

Del mismo modo, para el tercer objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios, implica una relación positiva y significativamente alta, debido a que se obtuvo un $r_s = 0.735$, consecuentemente se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis de investigación alterna (H_1)., Por lo que, se concluyó que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja.

Los resultados conseguidos para este tercer objetivo, tienen similitud con los conseguidos por Argudo-Pesantez, B. et al. Quien el 2020 en su artículo científico titulado: Percepción de la Satisfacción del Cliente Externo: Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Azogues, con un diseño no experimental transversal; donde aplicó el método descriptivo SERVQUAL cuyas dimensiones tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; permitieron obtener el siguiente resultado, que los usuarios se encuentran satisfechos respecto a las cinco dimensiones entre las que encontramos a la capacidad de respuesta del personal de dicha entidad, que dan a entender que tienen predisposición a servir correctamente a los clientes, además de estar capacitados para responder a cualquier consulta o solicitud e información que pudieran realizar en el Centro clínico; sin embargo respecto a las deficiencias encontradas se deben de implementar estrategias de mejoramiento; así como también se debe realizar evaluaciones periódicas, de los procesos para mejorar los servicios y cubrir las necesidades y expectativas de los usuarios.

Del mismo modo, para el cuarto objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la seguridad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios, implica una relación positiva y significativamente moderada, debido a que se obtuvo un $r_s = 0.620$, consecuentemente se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis de investigación alterna (H_1), Por lo que, se concluyó que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Estos resultados tienen una coincidencia con lo establecido por Gregor, S. en su investigación que busco determinar el impacto de la gestión de calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios en un Centro de Salud, para lo que desarrollo una metodología

descriptiva, y de campo, arrojando el resultado siguiente; que la seguridad calificada del centro de salud, obtuvo un 56% (moderada) de aprobación por parte de las unidades de análisis, por cuanto indican que existen ciertas limitaciones respecto a la calidez, confianza y seguridad que brinda el personal de salud; por lo que deben de diseñarse estrategias de marketing de servicios para mejorarlas.

En ese mismo orden de ideas, Parasuranam, Zeithaml y Berry al desarrollar las cinco dimensiones de la Calidad del servicio, hace especial énfasis en la Seguridad, refiriéndose a la confianza y credibilidad que inspira el persona y la empresa proveedora de servicios, que se refleja en una buena percepción de los clientes y usuarios, es decir, que se refleja los conocimientos, habilidades, capacidades y atención que demuestran los trabajadores para con los clientes, del cual se infiere que repercuten directamente en su satisfacción y preferencias de compras.

Del mismo modo, para el quinto objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la empatía y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios, implica una relación positiva y significativamente moderada, debido a que se obtuvo un $r_s = 0.667$, consecuentemente se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis de investigación alterna (H_1), Por lo que, se concluyó que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.

Estos resultados, coinciden con lo afirmado por Cano, L. en su trabajo de investigación desarrollado con el título Calidad de servicio y Satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, el año 2021, con el objetivo de determinar la relación que existe entre ambas variables, apelando a una metodología de investigación de tipo básica, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional. De cuyo acopio

de datos y procesamiento concluyo que; si existe una relación positiva, moderada y significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario del centro de salud mencionado, al haberse obtenido un Rho de Spearman 0.567 y una significancia de $p=0.000<0.05$. Lo que guarda similitud con lo conseguido en el presente caso, en relación a la importancia de la empatía del personal en la satisfacción de los clientes. Por lo que, al respecto Horovitz, J. considera que el personal empático de una empresa presenta las siguientes características que suman en la calidad de los servicios prestados, siendo la responsabilidad, trato respetuoso y amable, la honestidad, la iniciativa la ambición permanente, para mejorar, crecer y superarse para servir tal cual el cliente lo desea, el dominio propio y control emocional y la predisposición a servir adecuadamente; lo que favorece en el nivel de satisfacción de los usuarios.

Consecuentemente, como análisis de esta discusión de los resultados se determina que un mal servicio al cliente trae graves consecuencias y afecta a la reputación de la organización, generándole costos adicionales, pérdidas económicas y disminución de las ventas y fuga de clientes. En este sentido, es mejor tomar acciones preventivas y de mejoramiento para garantizar la satisfacción de los clientes; además se pone a disposición de la comunidad científica, docentes, estudiantes universitarios y público en general para mejorar la presente investigación y sus resultados mediante proyecciones futuras de investigaciones de similar tema.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado, que la calidad de servicio presenta una relación significativamente alta con la satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja; por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.829, con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). concluyendo que la calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022. Es decir que, a mayor calidad de servicio, entonces mayores niveles de satisfacción alcanzaran los usuarios.
2. Se determinó que la tangibilidad presenta una relación significativamente alta con la satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja; al haberse obtenido un Rho Spearman de 0.720, con un 5% de probabilidad de error, por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). Concluyendo que la tangibilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022. Es decir que, cuanto mejor sean las evidencias físicas del IPRESS de Ataura, entonces se incrementara el nivel de satisfacción de los usuarios.
3. Se determinó, que la fiabilidad implica una relación significativamente alta con la satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja, al obtenerse un Rho de Spearman de 0.824, con un 5% de probabilidad de error, por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). Concluyendo que la fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022. Es decir que, cuanto más se cumpla con lo prometido y ofrecido al cliente, entonces mayor será su satisfacción en el IPRESS de Ataura.
4. Se determinó, que la capacidad de respuesta se relaciona de manera significativa y alta con la satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja, al haberse obtenido en la

investigación un Rho Spearman de 0.735, con un 5% de probabilidad de error, por lo que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H1). Concluyendo que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022. Es decir que, a mayor capacidad de respuesta del personal, entonces mayor será la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura Jauja.

5. Se determinó, que la seguridad presenta una relación significativamente moderada con la satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja, al obtener un Rho Spearman de 0,620, con un 5% de probabilidad de error, por lo que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H1). Concluyendo que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022. Es decir, que a mayor contexto de confianza y seguridad que sepa generar el personal del IPRESS de Ataura, entonces será mayor la satisfacción de los usuarios.
6. Se determinó, que la empatía se relaciona de una manera significativa y moderada con la satisfacción del usuario en el IPRESS de Ataura – Jauja, al obtener un Rho Spearman de 0.667, con un 5% de probabilidad de error, por lo que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H1). Concluyendo que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022. Es decir que, a mayor empatía, respeto, cortesía, amabilidad demostrada en la atención por parte del personal del IPRESS Ataura entonces mayor será la satisfacción de los usuarios.

RECOMENDACIONES

A los directivos del IPRESS del distrito de Ataura, se le hace las siguientes recomendaciones, en base a los resultados y conclusiones obtenidas:

1. En relación a la conclusión general de la investigación, se recomienda ejecutar y mejorar los procesos y funciones administrativas y de salud en clara observancia a las fases de la planificación, organización, dirección y control, con el fin de instituir una estrategia global basada en la calidad y mejora permanente en los servicios de salud y de las relaciones entre personal y los pacientes. Lo que permitirá incrementar la capacidad empática del personal administrativo, médico, enfermeras y demás especialistas para responder a las necesidades y deseos de los usuarios y de esta manera incrementar su satisfacción.
2. Se recomienda gestionar adecuadamente los programas de control, supervisión, e implementación de oficinas, estacionamientos, adicionalmente de incrementar el presupuesto destinado a la mejora de los recursos financieros “tangibles” como arreglo y mantenimiento de exteriores e interiores, hacer decoraciones emblemáticas a las instalaciones, señalarlas, dotar de uniformes al personal para mejorar su presentación y pulcritud, además de entregar materiales de merchandising a los usuarios y de esta manera superar sus expectativas relacionadas a los servicios que se brindan.
3. Coordinar e instruir al personal administrativo de admisión y de prestaciones de salud a cumplir con lo ofrecido y prometido respecto a los servicios de calidad que se prestan a los usuarios, además de la atención oportuna.
4. Se debe recomendar al área funcional de Salud responsable del reclutamiento y selección de personal, desarrollar procesos exigentes y bien planificados, a fin de garantizar que se contrate personal técnico - profesional con experiencia comprobada y con alta

predisposición de servicio, para ofrecer a los usuarios, la capacidad de respuesta que requieren mediante un servicio rápido y eficiente, además que sepan comprender las exigencias y necesidades más urgentes del usuario y de esta manera incrementar la satisfacción de los usuarios.

5. Respecto a la seguridad y confianza en la calidad de los servicios prestados a los usuarios por parte del personal de salud, se debe de implementar y mejorar el plan de capacitación para el personal, con temas relacionados a cómo crear un ambiente de seguridad y confianza en donde interactúen los usuarios y el personal de la entidad, además de cómo atender a los diferentes tipos de usuarios o pacientes de manera que nadie se sienta discriminado, y el fortalecimiento de relaciones humanas en base a la buena comunicación.
6. Se recomienda motivar e incentivar al personal de salud, a fin de que garanticen la calidad en los servicios que prestan en el IPRESS Ataura, en cumplimiento a los turnos y horarios de atención establecidos, y sin hacer acepciones o distinciones de los usuarios, también se debe de mejorar el sistema de flujo de atención, para agilizar la búsqueda de las historias clínicas y no ocasionar demoras, y evitar que estén toda una mañana esperando sus turnos, también se debe sensibilizar al personal para que atiendan a los usuarios de manera personalizada, con respeto, cordialidad, amabilidad y empatía, a través de un lenguaje claro y sencillo con los pacientes y usuarios, de manera que se mejoren los niveles de satisfacción de los usuarios en esa jurisdicción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2015). *Administración de recursos humanos: para el alto desempeño*. México.
- Alcaide -Casado, J. (2018). *Los 100 errores de la experiencia de cliente*. Madrid: Editorial Hesic. ISBN: 978-84-15986-87-4.
- Ariza, F., & Ariza, J. (2017). *Información y Atención al Cliente*. Madrid: España: McGraw Hill Educación.
- Argudo-Pesantez, B. et al. (2020). Percepción de la Satisfacción del Cliente Externo: Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Azogues. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, Vol. VII. N°12. Enero – Junio. 2021.
- Cano, L. (2021). “Calidad deservicio y Satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima, año 2021”. Universidad César vallejo de Lima – Perú.
- Denton, K. (2019). *Calidad de servicio a los clientes*. Colombia: Editorial Mc Grawhill.
- Donabedian, A. (2015). *La Calidad de la atención Médica*. México, D.F. La Prensa Médica Mexicana, S.A.
- Evans, R. J., & Lindsay, M. W. (2018). “*Administración y Control de la Calidad*”, México: Cengage Learning.
- Fariño-Cortez, J. et al. (2019). Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en las unidades operativas de atención primaria de salud. *Revista Espacios*, Vol. 39 (N° 32) Año 2018. Pág. 22.
- Febres-Ramos, Richard J., & Mercado-Rey, Miguel R. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides

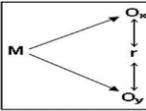
- Carrión. Huancayo - Perú. Revista de la Facultad de Medicina Humana, 20(3), 397-403. <https://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v20i3.3123>
- Gregor, S. (2020). “Satisfacción del Usuario y Eficiencia de la Gestión de Calidad del Servicio del Centro de Salud “Alfonso Oramas González” en Durán”, de la Casa superior Tecnológica Empresarial de Guayaquil – Ecuador.
- Grönoos, C. (1984). Un modelo de calidad del servicio y sus implicaciones de marketing. Revista europea de marketing. Editorial: Díaz de Santos. (3ra. Edición). España.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (4ta ed.). México: McGraw-Hill.
- Horovitz, J. (2018). La Calidad de servicio a la conquista del cliente. Madrid: McGraw- Hill.
- Hoffman, K., y Bateson, J. (2019). Marketing de servicios. (7a ed.). México: Editorial CENGAGE Learning.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2017). Fundamentos de Marketing. (6ª. Edic.). México. Pearson Educación. Pp. 648.
- Kotler, P. (2017). Marketing Estratégico. New York: Prentice-Hall.
- Lobo A, Domínguez K, Rodríguez J. (2019). Satisfacción de los usuarios de los centros de salud de la ciudad de Ourense. Revista RIdEC. 2016; Vol. 9. (1):21-5.
- Martín, R., y Martín, C. R. (2017). La satisfacción del usuario: un concepto en alza, México. Pearson. 139-153
- Montalvo, S. et al. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa. de Puerto Maldonado - Perú., de la Universidad Alas Peruanas <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index>, de Ciencia y Desarrollo.

- Ministerio de Salud (2019). Satisfacción del usuario externo. Lima, Perú: Dirección de calidad en salud.
- Muñoz Razo, C. (2015). Como elaborar y asesorar una investigación de Tesis”. 4 Edic. Editorial Pearson. México.
- ONU (2020). Prestación de servicios de salud de calidad: un imperativo global para la cobertura sanitaria universal. Ginebra: Organización Mundial de la Salud, OCDE y Banco Mundial; 2020. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. States United.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1993). SERVQUAL A multiple item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of retailing*.
- Paripancca, E. (2019). “Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación pública privada. 2016-2017”. Universidad Nacional Mayor de san Marcos de Lima – Perú.
- Piscoya, N. y Artega, G. (2022). “Calidad de servicio y Satisfacción del cliente del Centro Médico Especializado Lab. Salud SAC. Chiclayo - 2020”., Universidad Señor de Sipan de Pimentel Chiclayo – Perú.
- Robbins, S., y Judge, T., (2019). Comportamiento organizacional, Tercera edición, México DF, México: Pearson Educación de México.
- Rodríguez, M., & Muñoz, R. (2017). Factores relacionados con la satisfacción en consultas externas en Hospitales de Madrid. Costa Rica: *Revista Enfermería Actual en Costa Rica*.

- Suárez Lima, Gabriel José, Robles Salguero, Rodolfo Enrique, Serrano Mantilla, Gonzalo Lenin, Serrano Cobos, Héctor Gonzalo, Armijo Ibarra, Arianna Mishell, & Anchundia Guerrero, Rebeca Esther. (2019). Percepción sobre calidad de la atención en el centro de salud CAI III. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, vol.38 no.2 Ciudad de la Habana abr.-jun. 2019.
- Torres Samuel, M., & Vásquez Stanescu, C. L. (2017). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis. *Compendium*, 57-76.
- Vargas, J. (2018). “Desempeño Laboral y su relación con la Calidad de Servicio del personal administrativo en la UGEL de Andahuaylas, Apurímac – 2018”. Universidad Nacional José María Arguedas, de Andahuaylas – Perú.
- Valls Martínez, M.C., & Abad Segura, E. (2018). Satisfacción del paciente en el Sistema Nacional de Salud español. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 41(3), 309-320. Epub 22 de mayo de 2019. <https://dx.doi.org/10.23938/assn.0315>.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia “Calidad del servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022”

Problema General	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
¿Cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?	Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.	La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.	<p>Variable 1: Calidad de servicio</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tangibilidad. - Fiabilidad. - Capacidad de respuesta. - Seguridad. - Empatía. <p>Variable 2: Satisfacción del usuario</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expectativas de los usuarios. - Rendimiento percibido. - Lealtad del usuario. 	<p>Método de investigación general: método científico.</p> <p>Métodos específicos: Hipotético deductivo, inductivo-deductivo analítico-sintético</p> <p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Tipo de investigación: Básica.</p> <p>Nivel de investigación: correlacional.</p> <p>Diseño de investigación general: No experimental.</p> <p>Específico: transversal.</p> <p>Esquema:</p>  <p>Donde: M = Muestra O₁ = Observación de la V.1 O₂ = Observación de la V.2 r = Correlación entre dichas variables.</p> <p>Población: 90 usuarios del IPRESS-Ataura – Jauja 2022.</p> <p>Muestra: muestra censal.</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario tipo Likert.</p> <p>Técnicas de procesamiento y análisis de datos:</p> <p>Estadística descriptiva Estadística inferencial</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Cómo se relaciona la Tangibilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?	Determinar cómo se relaciona la Tangibilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.	La Tangibilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.		
¿Cómo se relaciona la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?	Determinar cómo se relaciona la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022	La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.		
¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?	Determinar cómo se relaciona la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022	La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.		
¿Cómo se relaciona la seguridad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?	Determinar cómo se relaciona la seguridad y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.	La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.		
¿Cómo se relaciona la empatía y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022?	Determinar cómo se relaciona la empatía y la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.	La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022.		

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
Variable 1 Calidad del servicio	Parasuraman y Zeithaml (1993) nos dicen que “la calidad de servicio es aquel juicio global emitido por el usuario o cliente respecto a la excelencia o superioridad del servicio recibido, como resultado de comparar las expectativas de las percepciones del usuario de servicios. (p. 27)	La medición de la calidad del servicio se realizará con el cuestionario de encuesta modelo SERVQUAL, formulados con las dimensiones: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y la empatía.	1.1. Tangibilidad	1.1.5. Equipos modernos. 1.1.6. Oficinas y consultorios amplios y cómodos. 1.1.7. Presentación del personal. 1.1.8. Infraestructura adecuada.		Ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			1.2. Fiabilidad	1.2.1. Calidad del servicio de salud. 1.2.2. Valor percibido del servicio. 1.2.3. Prestación de salud oportuna. 1.2.4. Cumplimiento de lo prometido. 1.2.5. Atención directa.		
			1.3. Capacidad de respuesta	1.3.1. Horarios de atención flexibles. 1.3.2. Rapidez en la atención. 1.3.3. Atención puntual. 1.3.4. Tiempo adecuado de espera.		
			1.4. Seguridad	1.4.1. Experiencia y profesionalismo. 1.4.2. Servicio confiable y seguro. 1.4.3. Personal de salud capacitado. 1.4.4. Personal cortés.		
			1.5. Empatía	1.4.1. Amabilidad en el trato. 1.4.2. Prestación personalizada. 1.4.3. Comprensión al usuario.		

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
Variable 2 Satisfacción del usuario	Kotler, P. (2017). define al desempeño laboral como “es aquel estado emocional que resulta de la comparación del rendimiento percibido del producto con las expectativas generadas posterior al consumo realizado por el cliente o consumidor.” (p. 237)	La medición de la satisfacción del usuario se realizará con el cuestionario de encuesta formulados con las dimensiones: expectativas del usuario, rendimiento percibido y lealtad del usuario.	2.1. Expectativas de los usuarios.	2.1.5. Servicio de salud que espera el usuario. 2.1.6. Expectativas altas del usuario. 2.1.7. Expectativas no respondidas. 2.1.8. Servicio de salud deseado.		Ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			2.2. Rendimiento percibido.	2.2.1. Servicio de calidad. 2.2.2. Satisfacción con el servicio. 2.2.3. Valor recibido. 2.2.4. Garantía del servicio. 2.2.5. Confianza generada.		
			2.3. Lealtad del usuario.	2.3.1. Atención repetida. 2.3.2. Valoración al servicio. 2.3.3. Recomendación del servicio. 2.3.4. Índice de lealtad y satisfacción. 2.3.5. Usuarios recurrentes.		

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTA	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1 Calidad del servicio	Tangibilidad	- Equipos modernos.	1. El IPRESS – Ataura cuenta con equipo médicos de tecnología moderna.	Ordinal
		- Oficinas y consultorios amplios y cómodos.	2. Las oficinas y consultorios son cómodas como para recibir los servicios de salud.	
		- Presentación del personal.	3. La apariencia del personal es pulcra y adecuada al servicio que prestan.	
		- Infraestructura adecuada.	4. La fachada e infraestructura del IPRESS – Ataura es adecuada y moderna.	
	Fiabilidad	- Calidad del servicio de salud.	5. La calidad de los servicios de salud es la esperada por los usuarios.	
		- Valor percibido del servicio.	6. Usted percibe que los servicios de salud vienen añadidos de buena atención y predisposición a satisfacerlos.	
		- Prestación de salud oportuna.	7. Los servicios de salud son prestados oportunamente por el personal del IPRESS – Ataura.	
		- Cumplimiento de lo prometido.	8. El IPRESS – Ataura siempre cumple con lo ofrecido a la población de usuarios.	
		- Atención directa.	9. El personal del IPRESS demuestran buena actitud en atender a los usuario que visitan.	
	Capacidad de respuesta	- Horarios de atención flexibles.	10. Los horarios de atención del IPRESS son flexibles y acorde a las necesidades de los usuarios.	
		- Rapidez en la atención.	11. El personal de salud son comunicativos y atentos con los usuarios.	
		- Atención puntual.	12. La atención de salud se caracteriza por ser puntual y no hacer esperar en demasía al usuario.	
		- Tiempo adecuado de espera.	13. Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el correcto.	
	Seguridad	- Experiencia y profesionalismo.	14. Usted percibe experiencia y profesionalismo en el personal del IPRESS – Ataura.	
		- Servicio confiable y seguro.	15. Siente que el servicio de salud que recibe es confiable y seguro.	
		- Personal de salud capacitado.	16. Considera que el personal del IPRESS – Ataura, es capacitado permanentemente.	
		- Personal cortés.	17. Considera usted, que el personal está capacitado para atender cortésmente a los usuarios.	
	Empatía	- Amabilidad en el trato.	18. El personal del IPRESS es amable y respetuoso con los usuarios.	
		- Prestación personalizada.	19. El personal de salud sabe personalizar la atención a cada usuario, según sus necesidades de salud.	
		- Comprensión al usuario.	20. Se nota la predisposición a servir con calidad por parte del personal de salud.	

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	PREGUNTA	ESCALA DE MEDICION
Variable 2 Satisfacción del usuario	Expectativa de los usuarios	- Servicio de salud que espera el usuario.	1. Los servicios de salud que recibes en el IPRESS - Ataura, son los que esperabas recibirlos antes de visitarlo. 2. El personal de salud del IPRESS – Ataura te brindan los servicios de salud como tu esperabas recibirlos.	Ordinal
		- Expectativas altas del usuario.	3. Las expectativas que se forman los usuarios de los servicios que brinda el IPRESS-Ataura, son respondidas con creces.	
		- Expectativas no respondidas.	4. Siente que sus expectativas no son respondidas por los servicios que recibe en el IPRESS-Ataura. 5. Los servicios de salud que recibe en el IPRESS-Ataura, son cuestionables.	
		- Servicio de salud deseado.	6. El IPRESS le brinda los servicios de salud que usted espera recibir. 7. Se siente satisfecho con los servicios de salud que viene recibiendo en el IPRESS-Ataura.	
	Rendimiento percibido	- Servicio de calidad.	8. Los servicios de salud que viene recibiendo, son de la calidad que usted esperaba.	
		- Satisfacción con el servicio.	9. Usted, se siente satisfecho con la manera de atender del personal del IPRESS-Ataura..	
		- Valor recibido.	10. Usted considera, que el personal de salud está capacitado como para añadir valor agregado a sus servicios que prestan. 11. Usted considera, recibir un buen servicio de salud, una buena atención, rápida y oportuna..	
		- Garantía del servicio.	12. Usted considera, que los servicios que recibe le brindan garantía y confianza.	
		- Confianza generada.	13. Usted confía en la calidad de los servicios de salud del IPRESS-Ataura.	
	Lealtad del usuario	- Atención repetida.	14. Usted, asiste repetidamente a usar los servicios de salud del IPRESS. 15. Usted asiste al IPRESS por que no tiene otra opción en donde atenderse.	
		- Valoración al servicio.	16. Usted, les da valor alto a los servicios del IPRESS- Ataura. 17. Se siente satisfecho con los servicios de salud recibidos.	
		- Recomendación del servicio.	18. Usted recomendaría al IPRESS-Ataura a otros usuarios.	
		- Índice de lealtad y satisfacción.	19. Usted se considera un usuario leal a los servicios del IPRESS-Ataura.	
		- Usuarios recurrentes.	20. Considera usted, que los usuarios tienen una alta frecuencia de uso de los servicios del IPRESS-Ataura.	

Anexo 4: Instrumentos de investigación**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



Título: “Calidad del servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja 2022”

Indicaciones:

Señor Cliente o usuario del IPRESS de Ataura – Jauja 2022, lea detalladamente cada ítem y marque con un aspa (X) su respuesta. No hay respuestas correctas e incorrectas. Sus respuestas serán absolutamente confidenciales y se utilizarán en la investigación.

Escala de valoración:

Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

Variable 1: CALIDAD DE SERVICIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Tangibilidad						
1	El IPRESS – Ataura-Jauja cuenta con equipo médicos de tecnología moderna.		X			
2	Las oficinas y consultorios son cómodas como para recibir los servicios de salud.				X	
3	La apariencia del personal es pulcra y adecuada al servicio que prestan.					
4	La fachada e infraestructura del IPRESS – Ataura-Jauja es adecuada y moderna.					
DIMENSIÓN 2: Fiabilidad						
5	La calidad de los servicios de salud es la esperada por los usuarios.					
6	Usted percibe que los servicios de salud vienen añadidos de buena atención y predisposición a satisfacerlos.					
7	Los servicios de salud son prestados oportunamente por el personal del IPRESS de Ataura - jauja.					
8	El IPRESS – Ataura siempre cumple con lo ofrecido a la población de usuarios.					
9	El personal del IPRESS demuestran buena actitud en atender a los usuario que visitan.					
DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta						

10	Los horarios de atención del IPRESS son flexibles y acorde a las necesidades de los usuarios.					
11	El personal de salud es comunicativo y atento con los usuarios.					
12	La atención de salud se caracteriza por ser puntual y no hacer esperar en demasía al usuario.					
13	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el correcto.					
DIMENSIÓN 4: Seguridad						
14	Usted percibe experiencia y profesionalismo en el personal del IPRESS – Atura - Jauja.					
15	Siente que el servicio de salud que recibe es confiable y seguro.					
16	Considera que el personal del IPRESS – Atura - jauja, es capacitado permanentemente.					
17	Considera usted, que el personal está capacitado para atender cortésmente a los usuarios					
DIMENSIÓN 5: Empatía						
18	El personal del IPRESS es amable y respetuoso con los usuarios.					
19	El personal de salud sabe personalizar la atención a cada usuario, según sus necesidades de salud.					
20	Se nota la predisposición a servir con calidad por parte del personal de salud.					

Gracias por participar



Indicaciones:

Señor Cliente o usuario del IPRESS de Ataura – Jauja 2022, lea detalladamente cada ítem y marque con un aspa (X) su respuesta. No hay respuestas correctas e incorrectas. Sus respuestas serán absolutamente confidenciales y se utilizarán en la investigación.

Escala de valoración:

Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

Variable 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Expectativa del usuario						
1	Los servicios de salud que recibes en el IPRESS – Ataura-Jauja, son los que esperabas recibirlos antes de visitarlo.					
2	El personal de salud del IPRESS – Ataura – Jauja te brindan los servicios de salud como tu esperabas recibirlos.					
3	Las expectativas que se forman los usuarios de los servicios que brinda el IPRESS-Ataura-Jauja, son respondidas con creces.					
4	Siente que sus expectativas no son respondidas por los servicios que recibe en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
5	Los servicios de salud que recibe en el IPRESS-Ataura, son cuestionables.					
6	El IPRESS le brinda los servicios de salud que usted espera recibir.					
7	Se siente satisfecho con los servicios de salud que viene recibiendo en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 2: Rendimiento percibido.						
8	Los servicios de salud que viene recibiendo, son de la calidad que usted esperaba.					
9	Usted, se siente satisfecho con la manera de atender del personal del IPRESS-Ataura-Jauja.					
10	Usted considera, que el personal de salud está capacitado como para añadir valor agregado a sus servicios que prestan.					
11	Usted considera, recibir un buen servicio de salud, una buena atención, rápida y oportuna.					

12	Usted considera, que los servicios que recibe le brindan garantía y confianza.					
13	Usted confía en la calidad de los servicios de salud del IPRESS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 3: Lealtad del usuario						
14	Usted, asiste repetidamente a usar los servicios de salud del IPRESS.					
15	Usted asiste al IPRESS por que no tiene otra opción en donde atenderse.					
16	Usted, les da valor alto a los servicios del IPRESS-Ataura.					
17	Se siente satisfecho con los servicios de salud recibidos.					
18	Usted recomendaría al IPRESS-Ataura a otros usuarios.					
19	Usted se considera un usuario leal a los servicios del IPRESS-Ataura-Jauja.					
20	Considera usted, que los usuarios tienen una alta frecuencia de uso de los servicios del IPRESS-Ataura.					

Gracias por participar

Anexo 5: Confiabilidad de los instrumentos

A. Confiabilidad del Instrumento: Calidad de servicio

En el presente trabajo de investigación se estableció en el nivel de confiabilidad a través de alfa de Cronbach para evaluar los puntajes obtenidos del instrumento de información para 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

- a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	90	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	90	100,0

a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,853	20

Estadísticos de los elementos				
		Media	Desviación típica	Nº
VALIDEZ DE CONTENIDO	DE	6,0000	0,64520	20
VALIDEZ DE CRITERIO METODOLÓGICO		6,5000	0,63017	20
VALIDEZ DE INTENCIÓN Y OBJETIVIDAD DE MEDICIÓN		6,0000	0,64520	20
PRESENTACIÓN Y FORMALIDAD DEL INSTRUMENTO		6,5000	0,63017	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: La variable Calidad de servicio se halló teniendo en consideración a la muestra de análisis, representada por 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

Para propósitos de investigación $\geq 0,8$ (aceptable 0.70, buen índice 0.80 y excelente 0.90). En nuestro caso el valor del alfa de Cronbach es 0.853. Como los resultados son mayores a 0,80; en consecuencia, el instrumento tiene un muy buen índice de confiabilidad.

B. Confiabilidad del Instrumento: Satisfacción del usuario

En el presente trabajo de investigación se estableció en el nivel de confiabilidad a través de alfa de Cronbach para evaluar los puntajes obtenidos del instrumento de información para 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Atura – Jauja.

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	90	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	90	100,0

a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,833	20

Estadísticos de los elementos				
		Media	Desviación típica	Nº
VALIDEZ CONTENIDO	DE	6,0000	0,62431	20
VALIDEZ CRITERIO METODOLÓGICO	DE	6,5000	0,66305	20
VALIDEZ INTENCIÓN OBJETIVIDAD MEDICIÓN	DE Y DE	6,0000	0,62431	20
PRESENTACIÓN FORMALIDAD INSTRUMENTO	Y DEL	6,5000	0,66305	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: La variable Satisfacción del usuario se halló teniendo en consideración a la muestra de análisis, representada por 90 usuarios de la Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPRESS) del distrito de Ataura – Jauja.

Para propósitos de investigación $\geq 0,8$ (aceptable 0.70, buen índice 0.80 y excelente 0.90). En nuestro caso el valor del alfa de Cronbach es 0. 833. Como los resultados son mayores a 0,80; en consecuencia, el instrumento tiene un muy buen índice de confiabilidad.

Anexo 6: Base de datos

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS DEL IPRESS DE ATAURA - JAUJA																																									
INSTRUMENTO RECOJO DE INFORMACIÓN																																									
N° ENCUESTA	VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO																	VARIABLE SATISFACCION DEL USUARIO																							
	D1. TANGIBILIDAD				D2. FIABILIDAD				D3. CAPACIDAD DE RESPUESTA					D4. SEGURIDAD				D5. EMPATIA			D6. EXPECTATIVA DEL USUARIO						D7. RENDIMIENTO PERCIBIDO						D8. LEALTAD DEL USUARIO								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	
1	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	5	4	3	3	2	3	3	2	3	3	5	5	3	2	2		
2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	5	4	4	4	5	2	2	2	3	3	5	5	3	2	3		
3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	4	4	3	4	2		
4	2	3	3	2	1	1	2	1	1	3	3	3	2	3	1	1	3	3	2	2	2	3	4	4	2	3	4	4	2	3	5	3	3	3	4	4	2	3	2		
5	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	5	4	5	5	5	3	1	3	2	4	4	2	2	
6	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
7	2	1	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	2	1	2	2	1	3	3	1	2	3	2	1	2	4	2	2	1	3	3	3	2	3	4	4	1	2	1	2	
8	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	4	5	2	2	3	2	1	2	1	1	4	4	1	1	2	
9	1	2	2	2	2	5	1	1	1	1	1	5	1	3	4	5	1	2	2	1	3	4	3	1	1	2	2	1	2	2	1	5	4	3	2	2	1	1	1	1	
10	2	2	3	3	2	3	3	3	2	1	5	5	1	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	
11	2	2	3	3	2	3	2	2	3	1	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2
12	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	2	2	
13	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	4	2	2	2	5	3	2	0	2	2	3	2	2
14	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	
15	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	
16	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	2	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	1	1	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
17	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	5	4	3	3	3	2	2	1	5	5	3	2	2	2	2	2
18	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
19	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	4	5	4	4	5	2	3	2	2	1	4	4	2	2	2	2	2
20	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	1	1	4	5	4	5	4	2	2	3	3	4	4	4	1	1	3	3	2
21	2	2	3	3	3	5	3	1	3	3	2	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	3	4	4	4	1	2	2	3	3
22	2	2	2	4	4	3	2	4	4	5	3	4	1	2	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	3	2	4	4	5	5	3	4	2	2
23	3	2	3	3	1	1	2	1	1	4	5	3	1	1	1	2	3	3	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	3	1	1	2	2
24	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	5	5	4	4	1	2	0	4	4	4	4	3	3	3
25	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3
26	1	2	2	2	2	5	1	1	1	1	5	1	3	4	5	1	2	2	1	3	4	3	1	1	2	2	1	2	2	1	5	4	3	3	2	2	1	1	1	1	1
27	2	2	3	3	2	3	3	2	1	5	5	1	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	3
28	2	2	3	3	2	3	2	3	1	2	3	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2
29	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	2	2	2
30	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	5	3	2	0	2	2	2	3	2	2
31	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	5	4	3	3	3	3	2	1	5	5	3	2	2	2	2	2	2
32	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
33	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	5	4	4	5	2	2	1	4	4	2	2	2	2	2
34	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	1	2	1	1	4	5	4	5	4	2	2	3	3	4	4	4	1	1	3	3	2
35	2	2	2	4	4	3	2	4	4	5	3	4	1	2	4	3	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	2	2	
36	3	2	3	3	1	1	2	2	1	4	5	3	1	1	1	2	3	3	2	1	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	2	2	2	2
37	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	5	4	4	1	2	0	4	4	4	3	3	3	3
38	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
39	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	5	4	3	3	2	3	3	3	3	5	5	3	2	2	2	2	2
40	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	1	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	5	4	4	4	5	2	2	3	3	5	5	3	2	2	2	2	2
41	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	2	2
42	2	3	3	3	2	1	2	1	1	3	3	3	2	3	1	1	3	3	2	2	2	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2
43	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	4	5	4	5	5	3	1	3	2	4	4	4	2	2	2
44	3	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
45	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	5	5	4	4	1	2	0	4	4	4	3	3	3	3
46	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	3	4								

TOTALES										
V1. CALIDAD DEL SERVICIO						V2. SATISFACCION DEL USUARIO				
D1	D2	D3	D4	D5	V1	D6	D7	D8	V2	
3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3
2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2
1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
3	3	3	3	5	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3
2	3	4	3	2	3	3	3	4	5	4
3	1	3	1	3	2	2	3	2	2	2
3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4
3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2
2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3
3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	5	3	3	2	3	3	3
3	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	2
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	2
1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4
2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2
1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4
2	1	3	1	3	2	2	3	2	2	2
3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS
POR OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATO INFORMATIVO DEL INFORMANTE:

a. Apellidos y Nombres	Ricse Lizárraga Antonio
b. Grado Académico	Magister
c. Cargo e Institución donde labora	Docente UPLA
d. Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario calidad de servicio
e. Autor del instrumento	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Angela Linares Gonzales

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Calidad de servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja
2022”

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

3.1. DE LOS ÍTEMS

Ítems	Valoración			Observación (se sugiere como debería ser)
	Adecuado 3	Modificar 2	Inadecuado 1	
1	X			
2	X			
3	X			
4	X			
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			
12	X			
13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			

3.2. DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno		Excelente	
		10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado								X		
Objetividad	Está expresado en preguntas objetivas-observables								X		
Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología								X		
Organización	Tienen una organización lógica								X		
Suficiencia	Comprende los aspectos en calidad y cantidad								X		
Intencionalidad	Responde a los objetivos de la investigación								X		
Consistencia	Está basado en aspectos teóricos, científicos y técnicos								X		
Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores, preguntas e índices								X		
Metodología	Responde a la operacionalización de la variable								X		
Pertinencia	Es útil para la investigación								X		

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

Apto para su aplicación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV = 80


 Mg. Antonio O. Ricse Lizárraga
 CLAD - 04330

Firma del experto informante

Teléfono N° : 933769418

DNI N° : 19991434

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Tangibilidad						
1	El IPRESS – Ataura-Jauja cuenta con equipo médicos de tecnología moderna.					
2	Las oficinas y consultorios son cómodas como para recibir los servicios de salud.					
3	La apariencia del personal es pulcra y adecuada al servicio que prestan.					
4	La fachada e infraestructura del IPRESS – Ataura-Jauja es adecuada y moderna.					
DIMENSIÓN 2: Fiabilidad						
5	La calidad de los servicios de salud es la esperada por los usuarios.					
6	Usted percibe que los servicios de salud vienen añadidos de buena atención y predisposición a satisfacerlos.					
7	Los servicios de salud son prestados oportunamente por el personal del IPRESS de Ataura - Jauja.					
8	El IPRESS – Ataura siempre cumple con lo ofrecido a la población de usuarios.					
9	El personal del IPRESS demuestran buena actitud en atender a los usuarios que visitan.					
DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta						
10	Los horarios de atención del IPRESS son flexibles y acorde a las necesidades de los usuarios.					
11	El personal de salud es comunicativo y atento con los usuarios.					
12	La atención de salud se caracteriza por ser puntual y no hacer esperar en demasía al usuario.					
13	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el correcto.					
DIMENSIÓN 4: Seguridad						
14	Usted percibe experiencia y profesionalismo en el personal del IPRESS – Ataura - Jauja.					
15	Siente que el servicio de salud que recibe es confiable y seguro.					
16	Considera que el personal del IPRESS – Ataura - jauja, es capacitado permanentemente.					
17	Considera usted, que el personal está capacitado para atender cortésmente a los usuarios					
DIMENSIÓN 5: Empatía						

18	El personal del IPRESS es amable y respetuoso con los usuarios.					
19	El personal de salud sabe personalizar la atención a cada usuario, según sus necesidades de salud.					
20	Se nota la predisposición a servir con calidad por parte del personal de salud.					

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS
POR OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATO INFORMATIVO DEL INFORMANTE:

1.1. Apellidos y Nombres	Ricse Lizárraga
1.2. Grado Académico	Magister
1.3. Cargo e Institución donde labora	Docente UPLA
1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario satisfacción de los usuarios
1.5. Autor del instrumento	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Angela Linares Gonzales

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

**“Calidad del servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja
2022”**

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1.1. DE LOS ÍTEMS

Ítems	Valoración			Observación (se sugiere como debería ser)
	Adecuado 3	Modificar 2	Inadecuado 1	
1	X			
2	X			
3	X			
4	X			
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			

9	x			
10	x			
11	x			
12	x			
13	x			
14	x			

1.2. DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno		Excelente	
		10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado								X		
Objetividad	Está expresado en preguntas objetivas-observables								X		
Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología								X		
Organización	Tienen una organización lógica								X		
Suficiencia	Comprende los aspectos en calidad y cantidad								X		
Intencionalidad	Responde a los objetivos de la investigación								X		
Consistencia	Está basado en aspectos teóricos, científicos y técnicos								X		
Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores, preguntas e índices								X		
Metodología	Responde a la operacionalización de la variable								X		
Pertinencia	Es útil para la investigación								X		

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV

80


 Mg. Antonio O. Ricse Lizárraga
 CLAD - 04330

Teléfono N° :933769418

DNI N° :19991434

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Expectativa del usuario						
1	Los servicios de salud que recibes en el IPRESS – Ataura-Jauja, son los que esperabas recibirlos antes de visitarlo.					
2	El personal de salud del IPRESS – Ataura – Jauja te brindan los servicios de salud como tu esperabas recibirlos.					
3	Las expectativas que se forman los usuarios de los servicios que brinda el IPRESS-Ataura-Jauja, son respondidas con creces.					
4	Siente que sus expectativas no son respondidas por los servicios que recibe en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
5	Los servicios de salud que recibe en el IPRESS-Ataura, son cuestionables.					
6	El IPRESS le brinda los servicios de salud que usted espera recibir.					
7	Se siente satisfecho con los servicios de salud que viene recibiendo en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 2: Rendimiento percibido.						
8	Los servicios de salud que viene recibiendo, son de la calidad que usted esperaba.					
9	Usted, se siente satisfecho con la manera de atender del personal del IPRESS-Ataura-Jauja.					
10	Usted considera, que el personal de salud está capacitado como para añadir valor agregado a sus servicios que prestan.					
11	Usted considera, recibir un buen servicio de salud, una buena atención, rápida y oportuna.					
12	Usted considera, que los servicios que recibe le brindan garantía y confianza.					
13	Usted confía en la calidad de los servicios de salud del IPRE SS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 3: Lealtad del usuario						

14	Usted, asiste repetidamente a usar los servicios de salud del IPRESS.					
15	Usted asiste al IPRESS por que no tiene otra opción en donde atenderse.					
16	Usted, les da valor alto a los servicios del IPRESS-Ataura.					
17	Se siente satisfecho con los servicios de salud recibidos.					
18	Usted recomendaría al IPRESS-Ataura a otros usuarios.					
19	Usted se considera un usuario leal a los servicios del IPRESS-Ataura-Jauja.					
20	Considera usted, que los usuarios tienen una alta frecuencia de uso de los servicios del IPRESS-Ataura.					

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS
POR OPINIÓN DE EXPERTOS**

I. DATOS INFORMATIVO DEL INFORMANTE:

a. Apellidos y Nombres	López Quilca Fredy Jesús
b. Grado Académico	Doctor Ciencias de la Educación
c. Cargo e Institución donde labora	Docente ordinario UPLA
d. Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario calidad de servicio
e. Autor del instrumento	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Ángela Linares Gonzales

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Calidad de servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja, 2022”

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

3.1. DE LOS ÍTEMS

Ítems	Valoración			Observación (se sugiere como debería ser)
	Adecuado 3	Modificar 2	Inadecuado 1	
1	X			
2	X			
3	X			
4	X			
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			
12	X			
13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			

3.2. DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno		Excelente	
		10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado								X		
Objetividad	Está expresado en preguntas objetivas-observables								X		
Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología								X		
Organización	Tienen una organización lógica								X		
Suficiencia	Comprende los aspectos en calidad y cantidad									X	
Intencionalidad	Responde a los objetivos de la investigación								X		
Consistencia	Está basado en aspectos teóricos, científicos y técnicos								X		
Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores, preguntas e índices								X		
Metodología	Responde a la operacionalización de la variable									X	
Pertinencia	Es útil para la investigación								X		

IV. OPINION DE APLICABILIDAD:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

V. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV

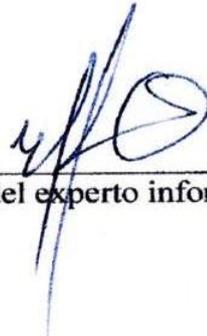
80

Teléfono N°

: 964 966800

DNI N°

: 19916930



Firma del experto informante

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Expectativa del usuario						
1	Los servicios de salud que recibes en el IPRESS – Ataura-Jauja, son los que esperabas recibirlos antes de visitarlo.					
2	El personal de salud del IPRESS – Ataura – Jauja te brindan los servicios de salud como tu esperabas recibirlos.					
3	Las expectativas que se forman los usuarios de los servicios que brinda el IPRESS-Ataura-Juaja, son respondidas con creces.					
4	Siente que sus expectativas no son respondidas por los servicios que recibe en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
5	Los servicios de salud que recibe en el IPRESS-Ataura, son cuestionables.					
6	El IPRESS le brinda los servicios de salud que usted espera recibir.					
7	Se siente satisfecho con los servicios de salud que viene recibiendo en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 2: Rendimiento percibido.						
8	Los servicios de salud que viene recibiendo, son de la calidad que usted esperaba.					
9	Usted, se siente satisfecho con la manera de atender del personal del IPRESS-Ataura-Jauja.					
10	Usted considera, que el personal de salud está capacitado como para añadir valor agregado a sus servicios que prestan.					
11	Usted considera, recibir un buen servicio de salud, una buena atención, rápida y oportuna.					
12	Usted considera, que los servicios que recibe le brindan garantía y confianza.					
13	Usted confía en la calidad de los servicios de salud del IPRESS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 3: Lealtad del usuario						
14	Usted, asiste repetidamente a usar los servicios de salud del IPRESS.					
15	Usted asiste al IPRESS por que no tiene otra opción en donde atenderse.					
16	Usted, les da valor alto a los servicios del IPRESS-Ataura.					
17	Se siente satisfecho con los servicios de salud recibidos.					
18	Usted recomendaría al IPRESS-Ataura a otros usuarios.					

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS
POR OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS INFORMATIVO DEL INFORMANTE:

1.1. Apellidos y Nombres	López Quilca Fredy Jesús
1.2. Grado Académico	Doctor en Ciencias de la Educación
1.3. Cargo e Institución donde labora	Docente ordinario UPLA
1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario satisfacción de los usuarios
1.5. Autor del instrumento	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Ángela Linares Gonzales

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Calidad del servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja, 2022”

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

3.1. DE LOS ÍTEMS

Ítems	Valoración			Observación (se sugiere como debería ser)
	Adecuado 3	Modificar 2	Inadecuado 1	
1	X			
2	X			
3	X			
4	X	3		
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			
12	X			
13	X			
14	X			

3.2. DEL INSTRUMENTO

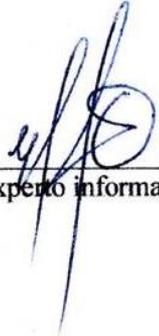
Indicadores	Criterios	Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno		Excelente	
		10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado								X		
Objetividad	Está expresado en preguntas objetivas-observables								X		
Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología								X		
Organización	Tienen una organización lógica								X		
Suficiencia	Comprende los aspectos en calidad y cantidad								X		
Intencionalidad	Responde a los objetivos de la investigación								X		
Consistencia	Está basado en aspectos teóricos, científicos y técnicos									X	
Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores, preguntas e índices									X	
Metodología	Responde a la operacionalización de la variable								X		
Pertinencia	Es útil para la investigación									X	

IV. OPINION DE APLICABILIDAD:

Apto para su aplicación

V. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV = 80


Firma del experto informante

Teléfono N° : 964966800
DNI N° : 19916930

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Tangibilidad						
1	El IPRESS – Ataura-Jauja cuenta con equipo médicos de tecnología moderna.					
2	Las oficinas y consultorios son cómodas como para recibir los servicios de salud.					
3	La apariencia del personal es pulcra y adecuada al servicio que prestan.					
4	La fachada e infraestructura del IPRESS – Ataura-Jauja es adecuada y moderna.					
DIMENSIÓN 2: Fiabilidad						
5	La calidad de los servicios de salud es la esperada por los usuarios.					
6	Usted percibe que los servicios de salud vienen añadidos de buena atención y predisposición a satisfacerlos.					
7	Los servicios de salud son prestados oportunamente por el personal del IPRESS de Ataura - jauja.					
8	El IPRESS – Ataura siempre cumple con lo ofrecido a la población de usuarios.					
9	El personal del IPRESS demuestran buena actitud en atender a los usuario que visitan.					
DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta						
10	Los horarios de atención del IPRESS son flexibles y acorde a las necesidades de los usuarios.					
11	El personal de salud son comunicativos y atentos con los usuarios.					
12	La atención de salud se caracteriza por ser puntual y no hacer esperar en demasía al usuario.					
13	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el correcto.					
DIMENSIÓN 4: Seguridad						
14	Usted percibe experiencia y profesionalismo en el personal del IPRESS – Ataura - Jauja.					
15	Siente que el servicio de salud que recibe es confiable y seguro.					
16	Considera que el personal del IPRESS – Ataura - jauja, es capacitado permanentemente.					
17	Considera usted, que el personal está capacitado para atender cortésmente a los usuarios					
DIMENSIÓN 5: Empatía						
18	El personal del IPRESS es amable y respetuoso con los usuarios.					
19	El personal de salud sabe personalizar la atención a cada usuario, según sus necesidades de salud.					

20	Se nota la predisposición a servir con calidad por parte del personal de salud.				
-----------	---	--	--	--	--



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS
POR OPINIÓN DE EXPERTOS

IV. DATO INFORMATIVO DEL INFORMANTE:

a.	Apellidos y Nombres	Zacarías Rodríguez Remo
b.	Grado Académico	Maestro Administración
c.	Cargo e Institución donde labora	Docente contratado UPLA
d.	Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario calidad de servicio
e.	Autor del instrumento	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Angela Linares Gonzales

V. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Calidad de servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja
2022”

VI. CTOS DE VALIDACIÓN:

3.3. DE LOS ÍTEMS

Ítems	Valoración			Observación (se sugiere como debería ser)
	Adecuado 3	Modificar 2	Inadecuado 1	
1	X			
2	X			
3	X			
4	X			
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			

12	X			
13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			

3.4. DEL INSTRUMENTO

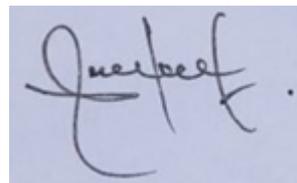
Indicadores	Criterios	Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno		Excelente	
		10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado								X		
Objetividad	Está expresado en preguntas objetivas-observables									X	
Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología									X	
Organización	Tienen una organización lógica								X		
Suficiencia	Comprende los aspectos en calidad y cantidad									X	
Intencionalidad	Responde a los objetivos de la investigación									X	
Consistencia	Está basado en aspectos teóricos, científicos y técnicos									X	
Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores, preguntas e índices									X	
Metodología	Responde a la operacionalización de la variable									X	
Pertinencia	Es útil para la investigación									X	

VII. OPINION DE APLICABILIDAD:

Apto para su aplicación

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

$$PV = \boxed{88}$$



Firma del experto informante

Teléfono N° : 954924713

DNI N° : 20040894

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Tangibilidad						
1	El IPRESS – Ataura-Jauja cuenta con equipo médicos de tecnología moderna.					
2	Las oficinas y consultorios son cómodas como para recibir los servicios de salud.					
3	La apariencia del personal es pulcra y adecuada al servicio que prestan.					
4	La fachada e infraestructura del IPRESS – Ataura-Jauja es adecuada y moderna.					
DIMENSIÓN 2: Fiabilidad						
5	La calidad de los servicios de salud es la esperada por los usuarios.					
6	Usted percibe que los servicios de salud vienen añadidos de buena atención y predisposición a satisfacerlos.					
7	Los servicios de salud son prestados oportunamente por el personal del IPRESS de Ataura - jauja.					
8	El IPRESS – Ataura siempre cumple con lo ofrecido a la población de usuarios.					
9	El personal del IPRESS demuestran buena actitud en atender a los usuario que visitan.					
DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta						
10	Los horarios de atención del IPRESS son flexibles y acorde a las necesidades de los usuarios.					
11	El personal de salud es comunicativo y atento con los usuarios.					
12	La atención de salud se caracteriza por ser puntual y no hacer esperar en demasía al usuario.					
13	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el correcto.					

DIMENSIÓN 4: Seguridad					
14	Usted percibe experiencia y profesionalismo en el personal del IPRESS – Ataura - Jauja.				
15	Siente que el servicio de salud que recibe es confiable y seguro.				
16	Considera que el personal del IPRESS – Ataura - jauja, es capacitado permanentemente.				
17	Considera usted, que el personal está capacitado para atender cortésmente a los usuarios				
DIMENSIÓN 5: Empatía					
18	El personal del IPRESS es amable y respetuoso con los usuarios.				
19	El personal de salud sabe personalizar la atención a cada usuario, según sus necesidades de salud.				
20	Se nota la predisposición a servir con calidad por parte del personal de salud.				

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS
POR OPINIÓN DE EXPERTOS

IV. DATOS INFORMATIVO DEL INFORMANTE:

4.1. Apellidos y Nombres	Zacarías Rodríguez Remo
4.2. Grado Académico	Maestro Administración
4.3. Cargo e Institución donde labora	Docente contratado UPLA
4.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario satisfacción de los usuarios
4.5. Autor del instrumento	Bach. Elsa Clavo Acuña Bach. Zoila Angela Linares Gonzales

V. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

**“Calidad del servicio y Satisfacción de los usuarios del IPRESS de Ataura – Jauja
2022”**

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

4.1. DE LOS ÍTEMS

Ítems	Valoración			Observación (se sugiere como debería ser)
	Adecuado 3	Modificar 2	Inadecuado 1	
1	X			
2	X			
3	X			
4	X			
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			
12	X			
13	X			
14	X			

4.2. DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno		Excelente	
		10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado									X	
Objetividad	Está expresado en preguntas objetivas-observables								X		
Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología								X		
Organización	Tienen una organización lógica									X	
Suficiencia	Comprende los aspectos en calidad y cantidad									X	
Intencionalidad	Responde a los objetivos de la investigación									X	
Consistencia	Está basado en aspectos teóricos, científicos y técnicos									X	
Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores, preguntas e índices								X		
Metodología	Responde a la operacionalización de la variable									X	
Pertinencia	Es útil para la investigación								X		

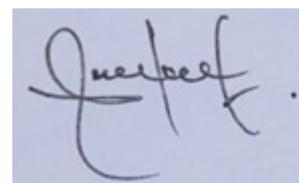
V. OPINION DE APLICABILIDAD:

Apto para su aplicación

VI. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV

86



Firma del experto informante

Teléfono N° : 954924713

DNI N° :20040894

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN 1: Expectativa del usuario						
1	Los servicios de salud que recibes en el IPRESS – Ataura-Jauja, son los que esperabas recibirlos antes de visitarlo.					
2	El personal de salud del IPRESS – Ataura – Jauja te brindan los servicios de salud como tu esperabas recibirlos.					
3	Las expectativas que se forman los usuarios de los servicios que brinda el IPRESS-Ataura-Jauja, son respondidas con creces.					
4	Siente que sus expectativas no son respondidas por los servicios que recibe en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
5	Los servicios de salud que recibe en el IPRESS-Ataura, son cuestionables.					
6	El IPRESS le brinda los servicios de salud que usted espera recibir.					
7	Se siente satisfecho con los servicios de salud que viene recibiendo en el IPRESS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 2: Rendimiento percibido.						
8	Los servicios de salud que viene recibiendo, son de la calidad que usted esperaba.					
9	Usted, se siente satisfecho con la manera de atender del personal del IPRESS-Ataura-Jauja.					
10	Usted considera, que el personal de salud está capacitado como para añadir valor agregado a sus servicios que prestan.					
11	Usted considera, recibir un buen servicio de salud, una buena atención, rápida y oportuna.					
12	Usted considera, que los servicios que recibe le brindan garantía y confianza.					
13	Usted confía en la calidad de los servicios de salud del IPRESS-Ataura-Jauja.					
DIMENSIÓN 3: Lealtad del usuario						
14	Usted, asiste repetidamente a usar los servicios de salud del IPRESS.					
15	Usted asiste al IPRESS por que no tiene otra opción en donde atenderse.					
16	Usted, les da valor alto a los servicios del IPRESS-Ataura.					
17	Se siente satisfecho con los servicios de salud recibidos.					
18	Usted recomendaría al IPRESS-Ataura a otros usuarios.					

19	Usted se considera un usuario leal a los servicios del IPRESS-Ataura-Jauja.					
20	Considera usted, que los usuarios tienen una alta frecuencia de uso de los servicios del IPRESS-Ataura.					

Anexo 7: Consentimiento informado

"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

MEMORANDUM N° 0067- 2023-GRJ-DRSJ-RSJA /UADEI

A : Lic. Norma LOPEZ QUIJCA
JEFE DEL PUESTO DE SALUD DE ATAURA

ASUNTO : AUTORIZA REALIZAR RECOLECCION DE DATOS Y ENCUESTAS PARA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

REF : EXP. N° 04486287

FECHA : JAUJA, 16 DE MARZO DEL 2023

Por intermedio del presente le hago llegar afectuosos saludos y en atención al oficio de la referencia y dando cumplimiento a los dispositivos legales vigentes del Ministerio de Salud. Esta Dirección, AUTORIZA Permiso para realizar RECOLECCION DE DATOS Y ENCUESTAS PARA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN en el Puesto de Salud que Usted dirige.

APELLIDOS Y NOMBRES	CLAVO ACUÑA ELSA LINARES GONZALES ZOILA ANGELA
CARRERA PROFESIONAL	ADMINISTRACION Y SISTEMAS (Bachilleres)
SERVICIO A DESARROLLARSE	PUESTO DE SALUD DE ATAURA
INSTITUCION	UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FECHA DE INICIO	20 - MARZO - 2023

Así mismo, sírvase brindar todas la facilidades del caso, para el logro de sus objetivos profesionales.

Atentamente;



GZAH/NOEM/lmmf

Doc.	06637950
Exp.	04486287