



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA**  
**VICE PRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN**  
**PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL**



**INFORME FINAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**"SEMILLEROS CEINGEP"**

**CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOSPITAL CARLOS  
MONJE MEDRANO DE JULIACA PERCIBIDA  
DESDE EL USUARIO**

**PRESENTADO POR:**

**Dra. MAYDA YANIRA FLORES QUISPE**  
**Dra. VILMA SARMIENTO MAMANI**  
**Msc. LUZ ELIZABETH HUANCHI MAMANI**  
**Est. CLEVER CARCAUSTO MAMANI**  
**Est. MARINA JIMENEZ CONDORI**  
**Est. MARIA ANDALUZ VILCA**  
**Est. AYDEE QUILLIMAMANI SONCO**  
**Est. JORGE LUIS VILLASANTE MAMANI**



**JULIACA - PERÚ**  
**2019**



## INDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>4</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>5</b>
<b>Capítulo I: INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>6</b>
1.1 ANTECEDENTES: .....	7
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	10
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. ....	12
1.3.1. Problemas Específicos: .....	12
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	12
1.4.1. Objetivo General:.....	12
1.4.2. Objetivos Específicos: .....	12
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
1.6 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN. ....	14
<b>Capítulo II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
2.1. LA CALIDAD .....	15
2.2. COMPONENTES DE LA CALIDAD.....	15
2.3. EL SERVICIO .....	16
2.4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO: .....	16
2.5. TIPOS DE SERVICIO: .....	17
2.6. EL SERVICIO COMO UN PRODUCTO .....	17
2.7. EL CICLO DEL SERVICIO:.....	18
2.8. EL TRIÁNGULO DEL SERVICIO. ....	19
2.9. CALIDAD DE SERVICIO.....	19
2.10. ELEMENTOS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:.....	22
2.11. FACTORES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO: .....	22
2.12. ENFOQUES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:.....	24
2.12.1 EL MODELO DE PARASURAMAN, ZEITHAMI Y BERRY:.....	24
2.12.2. LOS COSTOS DE UNA MALA CALIDAD DEL SERVICIO: .....	24
2.13. MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	25
2.14. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS: .....	26
2.15. HIPOTESIS DE INVESTIGACIÓN .....	27
2.15.1. Hipótesis General: .....	27
2.15.2. Hipótesis Específicas: .....	27
2.16. Variables del estudio:.....	28
2.17. Variables controladas de los usuarios: .....	28
<b>Capítulo III: METODOLOGÍA.....</b>	<b>29</b>

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN:.....	29
3.2. LUGAR Y TIEMPO:.....	29
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:.....	29
3.4. POBLACIÓN: .....	30
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:.....	31
3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS:.....	32
<b>Capítulo IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>35</b>
4.1. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD:.....	35
4.2. FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO: .....	35
4.3. CARACTERISTICAS GENERALES DE LA MUESTRA:.....	36
4.4. ANÁLISIS DE LAS HIPÓTESIS:.....	37
<b>Capítulo V: CONCLUSIONES.....</b>	<b>54</b>
<b>Capítulo VI: RECOMENDACIONES.....</b>	<b>57</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>58</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>62</b>

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estrategia de Servicio.....	19
Figura 2. Edad del Encuestado .....	36
Figura 3. Sexo del encuestado. ....	37
Figura 4. Dimensión de la calidad de servicio – Tangibilidad.....	39
Figura 5. Dimensión de la calidad de servicio – Fiabilidad.....	40
Figura 6. Dimensión de la calidad de servicio – Diligencias.....	41
Figura 7. Dimensión de la calidad de servicio – Garantía. ....	42
Figura 8. Dimensión de la calidad de servicio – Empatía.....	43
Figura 9. Dimensión de la calidad de servicio – Tangibilidad respecto a la edad del encuestado. ....	45
Figura 10. Dimensión de la calidad de servicio – Fiabilidad respecto a la edad del encuestado. ....	46
Figura 11. Dimensión de la calidad de servicio – Diligencia respecto a la edad del encuestado. ....	47
Figura 12. Dimensión de la calidad de servicio – Garantía respecto a la edad del encuestado. ....	48
Figura 13. Dimensión de la calidad de servicio – Empatía respecto a la edad del encuestado.....	49
Figura 14. Dimensión de la calidad de servicio – Tangibilidad respecto al sexo del encuestado. ....	50

Figura 15. Dimensión de la calidad de servicio – Fiabilidad respecto al sexo del encuestado.....	51
Figura 16. Dimensión de la calidad de servicio – Diligencias respecto al sexo del encuestado. ....	51
Figura 17. Dimensión de la calidad de servicio – Garantía respecto al sexo del encuestado.....	52
Figura 18. Dimensión de la calidad de servicio – Empatía respecto al sexo del encuestado.....	52

## INDICE DE TABLAS

Tabla1. Estructura multidimensional de la calidad de Servicio.....	21
Tabla 2. Porcentaje y Frecuencia de acuerdo a la edad del Encuestado.....	36
Tabla 3. Porcentaje y Frecuencia del entrevistado de acuerdo al Sexo.....	37
Tabla 4. Promedio de respuesta SERVQUAL EXPECTATIVA y PERCEPCIÓN ..	38

## DEDICATORIA

---

La concepción de este proyecto está dedicada primeramente a nuestros padres por estar ahí presente con nosotros a cada paso que damos, cuidándonos y dándonos la fortaleza para continuar quienes a lo largo de nuestras vidas han velado por el bienestar y educación siendo nuestro apoyo en todo momento y adversidad de nuestras vidas. Depositando sin dudar una lucha insaciable que han de ellos un ejemplo de seguir y destacar.

Por ultimo a nuestros maestros y compañeros de Gestión Pública y Desarrollo Social quien con una armonía grupal y sin desgano nos dio ese aliento para seguir continuando con nuestras metas trazadas.

## AGRADECIMIENTOS

---

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos el grupo de trabajo, quienes a lo largo de este tiempo hemos puesto a prueba nuestras capacidades y conocimientos en el desarrollo de este proyecto de investigación.

A nuestra asesora de investigación por creer, motivar y apoyar nuestra formación académica y finalmente un agradecimiento eterno a esta prestigiosa Universidad Nacional de Juliaca, la cual abrió las puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y lleno de éxitos.

## RESUMEN

---

En la actualidad las organizaciones se adaptan y enfrentan una serie de cambios constantes rápidos y competitivos; toda organización cuenta con propósito, una estructura, el cuestionamiento radica en considerar que el gobierno hoy en día cuenta con escasos recursos económicos. Por tanto, el gran reto actual de una organización pública como es el Hospital Carlos Monge Medrano de nuestra ciudad de Juliaca, es crear ventajas sostenibles y duraderas en el tiempo asumiendo que el personal que labora en el Hospital, produce un impacto en la sociedad por tal motivo es indispensable que los servicios que se brinda sea de calidad. La metodología aplicada corresponde al enfoque cuantitativo – descriptivo transeccional con una muestra por proporción de 210 encuestados, se obtuvo una la consistencia interna de la escala SERVQUAL fue validado mediante el cálculo de los valores Alfa de Cronbach de escala global, por las percepciones y expectativas de escala, para cada dimensión incluido, se realizó con el software estadístico SPSS con el valor de 0.727. Los resultados se estimaron a través de la prueba de Chi cuadrado de independencia, donde el valor Significativo en la prueba entre las dimensiones de la calidad de servicio es 0,002, menos de 0,05 (5%), Además, se puede indicar que el coeficiente de correlación es  $r_{xy} = 0,618$ , la cual muestra una relación relativamente fuerte en las dimensiones de la calidad del servicio. Finalmente se concluye que la evaluación de las diferentes dimensiones de la calidad de servicio es relativamente aceptable en la dimensión de Diligencia y no favorable en la dimensión de Tangibilidad por parte de los usuarios del servicio del hospital, en forma general indican establecer mejoras progresivas para incrementar las percepciones y expectativas de la calidad del servicio es evidente que la situación necesita mejoras; sin embargo, el camino para lograr resultados altamente significativos de calidad en el servicio es largo y engorroso.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

---

En los últimos años, el interés de la población ha aumentado por conocer sobre la mejora de la calidad en los servicios sean estos públicos o privados; las instituciones públicas a nivel nacional deben de estar sujetas a estándares de calidad los mismos que deberían de tener impactos que puedan generar una mayor competencia y mejoras a nivel nacional e internacional. La calidad del servicio ha sido establecida como un grupo de factores que tiende a tener un efecto importante en la satisfacción y en la retención de clientes y usuarios

El proceso de conectividad de información ha permitido que los consumidores de servicios se vuelvan cada vez más conscientes y exigentes de la calidad en forma constante lo que implica una serie hacer referencia de rubros en donde la es esencial y se debe de tratar cuidadosamente tales como la educación, el turismo, los restaurantes, los bancos, los hospitales, entre otros.

De ese modo el presente trabajo de investigación se encuentra estructurado en un Primer Capítulo que hace referencia a los antecedentes de la investigación, planteamiento y formulación del problema, además se establecen los objetivos, justificación y las respectivas limitaciones de la investigación, el Segundo Capítulo se hace referencia al marco teórico de las variables de investigación, hipótesis en el Tercer Capítulo se explica la metodología utilizada, enfoque, diseño además se exponen las técnicas de recolección y análisis de datos y en el Cuarto Capítulo se presentan los resultados y por último en el Quinto y sexto capítulo las conclusiones y recomendaciones.



## 1.1 ANTECEDENTES:

Se cuenta con una serie de trabajos científicos referentes a la variable de estudio; estos son:

Cevallos Ampuero (2015) En el artículo Medición de la calidad del servicio de un comedor universitario utilizando SERVQUAL se desarrollo de un modelo de ecuaciones estructurales. La investigación ha desarrollado una metodología para medir la calidad y elaborar un modelo de calidad del servicio mediante el uso de ecuaciones estructurales. La investigación se aplicó en el comedor de estudiantes de la UNMSM. La metodología consiste en elaborar una encuesta según la técnica SERVQUAL de 22 preguntas y aplicarlas a una muestra representativa. Seguidamente se elabora el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) con el objeto de determinar las dimensiones de la calidad del servicio, luego se realiza en Análisis Factorial Confirmatoria (AFC) con el objeto de cuantificar las relaciones entre las variables y las dimensiones; y finalmente, se realiza la determinación del Modelo de Ecuaciones Estructurales (MEE) que permite conocer la relación entre las dimensiones, lo cual constituye el modelo de la calidad del servicio; para elaborar el AFE se utilizaron los softwares SPSS y Lisrel; y para el AFC y el MEE se utilizó el software Lisrel.

Leyzeaga Vargas (2014) En el artículo llamado “La calidad de los servicios médicos asistenciales” se estudió del caso en una institución privada, con el objetivo de evaluar la calidad de servicio percibida por los usuarios de un centro médico privado en Valencia, Venezuela. El instrumento para la recolección de datos se basó en las percepciones del SERVQUAL. Se identificaron, mediante el Análisis de Factores, una vez demostrada la pertinencia muestral, tres (03) dimensiones: Seguridad, Confiabilidad y Tangibilidad, que explican 66,63% de la varianza total; así mismo, el instrumento presentó consistencia interna (alfa de cronbach > 0,955) por lo que resulta fiable y los resultados de las pruebas estadísticas realizadas (significativas al 5%), evidencian la validez del mismo. Con base en los resultados, se concluye que el cuestionario reúne suficientes condiciones para ser utilizado como medida de la calidad percibida por los pacientes del centro médico privado, y como insumo para el diseño de estrategias.

Pérez Rave (2007) En el artículo llamado “Evaluación y análisis de la calidad de un servicio de apoyo desde la perspectiva del usuario” permite analizar el primer paso hacia la confiabilidad. Este artículo de evaluación y el análisis de calidad de servicio de soporte técnico de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Antioquia (Colombia). La metodología integra elementos de: Investigación cualitativa, estadística multivariable, calidad, teoría de la probabilidad y confiabilidad de sistemas. En este presente artículo se discute que, el análisis de la calidad debe verse como un primer paso hacia el análisis de la confiabilidad, el cual constituye una práctica aún más efectiva para las organizaciones por permitir conocer el comportamiento que caracteriza la calidad a lo largo del tiempo, las fallas del servicio, la severidad de las mismas e identificar con mayor certeza hacia donde deben orientarse los esfuerzos de mejoramiento.

Martínez-Ramírez et al. (2009) En el artículo llamado “Factores Inhibidores de la Calidad en los Servicios de Salud” se sustentó el análisis desde la perspectiva de los Hospitales privados y públicos con los objetivos del estudio que son identificar y analizar los Factores Inhibidores de la Calidad desde la perspectiva de los Hospitales privados y públicos en Jalisco se analizaron en el estudio con participaron 18 Directores de hospitales de la Zona Metropolitana de Guadalajara del Estado de Jalisco (México); nueve de ellos representaban a hospitales privados y los nueve restantes a hospitales públicos. Se utilizó la técnica de grupo nominal. Resultados: Destacan las condiciones generadas por los limitantes culturales y organizacionales (falta de una cultura de calidad del personal operativo y el poco compromiso gerencial con la calidad), así como la manera inadecuada en que se ejerce la gerencia hospitalaria (ausencia e incumplimiento de la planeación estratégica y la falta de una gestión por procesos). Con base en estos resultados, se elaboró una serie de cuestiones clave para los gerentes de los hospitales, cuya lógica de diseño parte de un marco conceptual básico integrado por las categorías de análisis de los Factores Inhibidores de la Calidad de los Servicios de Salud: la infraestructura deficiente; limitaciones culturales y organizacionales; gestión hospitalaria inadecuada; gestión deficiente del talento humano y la falta de apego a las normas hospitalarias; llegando a las siguientes conclusiones: el estudio

permitió detectar los principales Factores Inhibidores de la Calidad de los Servicios de Salud de Jalisco desde la perspectiva de los directivos de hospitales públicos y privados, base para una herramienta que permita analizar esta realidad.

Rubio Guerrero (2014) En el artículo llamado “La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué” se realizó un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). Donde se menciona que la globalización está afectando a todas las economías y a sus organizaciones que buscan maximizar sus ganancias a través de la satisfacción del cliente. Dentro de este contexto los grandes supermercados han tenido un significativo crecimiento, por lo tanto es importante conocer la calidad del servicio que los clientes están recibiendo de estas tiendas. En la actualidad las medidas de calidad de servicio en estos almacenes en el mercado mundial son escasas. Este artículo presenta los resultados de la medición de la calidad del servicio que los clientes reciben de los grandes supermercados de Ibagué, mediante el empleo de la escala multi-ítem SERVQUAL (calidad del servicio por sus siglas en inglés), que es una herramienta aplicada a la calidad del servicio, que se compone de 5 dimensiones en 22 ítems y evalúa características relacionadas con los aspectos tangibles, la confiabilidad, la responsabilidad, la garantía, la seguridad y la empatía. La población estudiada son los clientes que visitan estos supermercados con un enfoque mixto de investigación (cualitativa y cuantitativa) y los resultados mostraron la insatisfacción de los consumidores con la amabilidad del personal, el servicio de atención al cliente, la agilidad en la atención, la atención al cliente, el comportamiento del personal de seguridad, impulsadoras, mercaderistas, cajeros, empacadores y supervisores.

Morillo Moreno et al. (2011) En el artículo llamado “Medición de la calidad del servicio en las instituciones” sostuvo una dinámica competitiva de las organizaciones, como elemento estratégico, se ha centrado en la prestación de servicios personales. En la banca son ineludibles este tipo de servicios, aun cuando muchos de ellos son a distancia (cajeros automáticos e Internet), los encuentros personales continúan vigentes con múltiples ventajas para proveedores y usuarios. Esta investigación tiene por objeto medir la calidad de los servicios personales prestados en las agencias de las instituciones

financieras del municipio Libertador del estado de Mérida, Venezuela, a través de la escala de Servqual. Como resultado se obtuvo que, a pesar de que niveles globales de la calidad del servicio personal son positivos, la calidad medida por atributo presentó déficit en confiabilidad, seguridad y responsabilidad; todos de elevada importancia para los usuarios. La mayoría de deficiencias está asociada al tiempo de espera y a la actitud del personal. Igualmente, se encontró correlación entre las puntuaciones de SERVQUAL asociadas a la confiabilidad y a la responsabilidad agrupadas en factores como tiempo de servicio, interés del empleado por el usuario y la exactitud en el servicio. Por esta razón se formularon sugerencias para la administración en cuanto a tiempos de espera, actitud y desempeño de los empleados, así como la recuperación del servicio deficiente.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito el conocer la calidad de servicio que brinda el Hospital Carlos Monge Medrano de la Ciudad de Juliaca.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

En la actualidad las organizaciones enfrentan cambios constantes rápidos y competitivos del entorno a los cuales tienen que adaptarse para sobrevivir, su eficacia depende en gran medida de los recursos importantes como la estructura organizativa y la tecnología que pueden ser imitables, pero lo que hace realmente que una organización sea diferente son las personas que en ella trabajan y los usuarios.

La habilidad de una organización para hacer trabajar a los recursos humanos eficazmente, depende de la capacidad de relación entre sus empleados, considerando que una organización es un equipo de personas con responsabilidades específicas, que actúan juntas para el logro de un propósito específico determinado en la que toda organización tiene un propósito, una estructura y una colectividad de personas donde las instituciones que conforman el sistema público, deben ser más eficientes en todas las áreas que la integran y están conformadas por un grupo de elementos interrelacionados



entre sí, tales como: la estructura organizacional, los procesos que ocurren dentro de ella y la conducta de los grupos e individuos.

Por ello se hace necesario que los recursos con los que cuenta se aprovechen eficientemente, ya que los apoyos que otorga el gobierno hoy en día se hacen cada vez más escasos y la única manera de alcanzar el progreso de la organización requiere de trabajadores comprometidos con su organización, lo implica contar con personal que brinde un servicio de calidad.

Por tanto, el gran reto actual de una organización pública o privada radica en crear herramientas útiles mediante las cuales el personal pueda llegar a comprometerse con los objetivos organizacionales e integrarse en el proyecto de la institución para obtener ventajas sostenibles y duraderas en el tiempo como una alternativa necesaria para impulsar el éxito institucional. El nivel que cubren las expectativas de los usuarios se han impuesto en las últimas décadas como primordial para cualquier organización que involucra a todas las personas y grupos implicados en la institución para conseguir óptimos resultados que beneficia la eficiencia interna y efectividad externa. De este modo asumimos que el personal que labora en el Hospital Carlos Monge Medrano de nuestra ciudad de Juliaca, produce un impacto en la sociedad por tal motivo es indispensable que los servicios que brinde sean los más adecuados los cuales vienen siendo cuestionados por presentar posibles deficiencias y dificultades por tanto es importante empezar por el interior de la institución es decir por los trabajadores manifestando que si no existe armonía y equilibrio dentro de la misma, no es posible su trascendencia que genere óptimas condiciones desde el interior siendo inevitable el incremento de las expectativas de la sociedad respecto a la calidad de los servicios prestados al público usuario, resaltando una mayor exigencia de los diferentes usuarios de dichos servicios, el cuestionamiento de la funcionalidad y el rendimiento de los recursos humanos y generando malestar en los usuarios y público en general los cuales que a través de los medios de comunicación tanto escritas, radiales y televisivas locales realzan su voz de protesta desacreditando el servicio y la imagen institucional, además posiblemente con la apatía y la baja motivación presentada por algunos trabajadores reflejan y repercute al descuido del servicio y su calidad.

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿Cómo es la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca?

#### **1.3.1. Problemas Específicos:**

- ¿Cuáles son los niveles de la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca?
- ¿Cuáles son diferencias entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a la edad?
- ¿Cuáles son diferencias entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a los varones y mujeres?

### **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.4.1. Objetivo General:**

- Evaluar la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos:**

- Caracterizar los niveles de la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca.
- Identificar las incompatibilidades entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a la edad del usuario.

- Establecer diferencias entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a los varones y mujeres.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

En el actual proceso de globalización que está viviendo el mundo con constantes cambios y actualizaciones en todos los ámbitos incluyendo las organizaciones que prestan servicios, existe un fenómeno que está cambiando los parámetros existentes en las organizaciones donde la calidad de servicio es un elemento claves como factores de diferenciación y reinversión para adaptarse a las nuevas condiciones cambiantes y poder responder con mayor eficacia a los retos de estos nuevos escenarios, del nuevo mundo social.

Por lo tanto la calidad del servicio, es la amplitud de la discrepancia o diferencia entre las expectativas o deseos de su público y sus percepciones de este modo asumimos que el personal que brinda un servicio en el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca, por tal motivo es indispensable que los servicios que brindan sean los más adecuados los mismos que vienen siendo cuestionados por presentar posibles deficiencias y dificultades en la funcionalidad y el rendimiento de los recursos humanos que produce un impacto negativo en la sociedad.

Por lo tanto, la presente investigación pretende aportar con resultados y conocimientos en cuatro niveles:

Desde el nivel Teórico, es una contribución significativa con el fundamento teórico como antecedente y generar líneas de investigación a los temas gerenciales de Calidad de Servicio siendo su análisis y evaluación más que un reto una necesidad apremiante en el momento actual para las organizaciones públicas modernas.

Desde un punto de vista Práctico, aporta con elementos de suma importancia como es la evidencia empírica, resultados y datos descriptivos obtenidos que pueden favorecer a las instituciones públicas y privadas donde la mejora de sus

actividades es uno de los retos para los responsables de su dirección y gestión pública el desarrollo organizacional.

Metodológicamente, contribuye con el fortalecimiento del instrumento para el análisis de la Calidad del Servicio en forma sistemática y adecuada que favorecerá al manejo de los recursos humanos con una probabilidad satisfactoria y un buen desempeño laboral para lograr efectividad, competitividad y el éxito en las organizaciones públicas.

Y Socialmente aporta y contribuye con conocimientos y datos relevantes e importantes para los gerentes públicos, estudiantes de la UNAJ, cuyo objetivo es fomentar una cultura de investigación y estudiosos del comportamiento humano en las organizaciones, sin dejar de lado que vivimos rodeados de un cúmulo de nuevas oportunidades, conflictos donde el poder y el liderazgo se comparten cada vez más en la sociedad en general.

## **1.6 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.**

Toda investigación se enfrenta con algunas posibles limitaciones que es necesario tomarlas en consideración para identificar el alcance de la misma, y buscar alternativas que nos ayuden al logro de los objetivos asumiendo que el estudio de la realidad es complejo y aún más cuando se busca explicar las interacciones en una organización con un público usuario con gran expectativa y percepción.

Las posibles limitaciones que la investigación pudo enfrentar y superar:

- La en cierta medida la disposición de tiempo de los usuarios para colaborar con el llenado de la encuesta.
- La posibilidad de que no contesten algunas de las preguntas por temor a comprometerse.



## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

---

### **2.1. LA CALIDAD**

En las normas internacionales la palabra Calidad está definida como: Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas o implícitas establecidas.

La calidad debe definirse como sobrepasar las necesidades y las expectativas del cliente a lo largo de la vida del producto y la calidad en el centro de trabajo va más allá de crear un producto de cualidades superiores a la media y a buen precio, ahora se refiere a logara productos y servicios cada vez más mejor, a precios cada vez más competitivos; esto extraña hacer las cosas bien desde la primera vez, en lugar de cometer errores y después corregirlos (Stoner, 1996).

Calidad es lo que se le da la cliente (hardquality), servicio es cómo se le da al cliente (softquality). Calidad es la parte del diseño y desarrollo del producto y servicio es como se entrega esa calidad. La calidad de un producto tangible se puede asegurar antes de que el cliente la utilice, sin embargo, en ocasiones una empresa depende de que su personal ofrezca un buen servicio. El componente del servicio es intangible y puede ser expresado de distintas formas, ahorro en tiempo, trato personalizado, la seguridad de una marca, el ambiente de un lugar, etc.

### **2.2. COMPONENTES DE LA CALIDAD**

a) Calidad del Producto: Se puede definir como su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor. Se puede definir también como la aptitud para su uso (que sea idóneo para el uso al que está destinado).

b) Calidad Percibida: Evaluación personal y subjetiva de los productos y/o servicios por parte del consumidor.

### **2.3. EL SERVICIO**

En la medida en que las organizaciones encuentren más competencia, mayor atención tendrán que dedicar al servicio como fuente de diferenciación duradera. Considerando que nuestra economía actual es esencialmente una “economía de servicios”. Se está pasando de una economía industrial a una economía de servicios en la cual las relaciones cobran más importancia que los productos físicos. Para Ruiz-Olalla (2001), el servicio es un término capaz de acoger significados muy diversos. Señala que hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompañan a la prestación principal, ya consista ésta en un producto o en un servicio.

Existe, en primer lugar, el servicio clásico tipo “Ayúdeme”. El segundo tipo de servicio es el de “Repárelo”. La tercera dimensión del servicio es la más intangible “el servicio de valor agregado”, es la aptitud para suministrar de manera efectiva, eficiente y responsablemente un servicio determinado.

### **2.4. Características del servicio:**

Albretch (1994), expone las siguientes características de los servicios:

Intangibilidad; los servicios integran elementos tangibles y elementos intangibles, no pueden ser reducidos a cosas que se empaquetan, almacenan o transportan.

Heterogeneidad; no son nunca idénticos, ni producidos en serie, tiene carácter único. No se puede homogenizar la atención personal que prestan los empleados.

Inseparabilidad de producto y consumo; los servicios se consumen mientras se realizan y viceversa.

Caducidad; se el servicio no se consume cuando se produce y está disponible, la capacidad del servicio se pierde.

## **2.5. TIPOS DE SERVICIO:**

Se clasifica en cinco tipos de servicios:

1. Servicio personal no calificado: Servicios que requieren de personal sin mayor preparación (servicio doméstico, venta callejera, servicio militar obligatorio, etc.)
2. Servicio personal calificado: Servicios orientados a la industria, el comercio, etc., las cuales requieren personal con formación especializada básica e intermedia.
3. Servicios industriales: Requieren de personal altamente calificado para proporcionar el soporte técnico que requieren las modernas industrias.
4. Servicios masivos para consumidores: Las grandes empresas de servicios (hoteles, supermercados, aerolíneas, alquiler de autos) proporcionan servicios masivos.
5. Servicios comerciales alta tecnología: Empresas dedicadas a la biomédica, sistemas computacionales, comunicación satelital, etc.) proporcionan estos servicios y requieren personal con formación tecnológica avanzada.

## **2.6. EL SERVICIO COMO UN PRODUCTO**

Tiene las siguientes características:

Un servicio se produce en el instante de prestarlo, no se puede crear de antemano o mantener en preparación.

Un servicio no se puede producir, inspeccionar, apilar o almacenar centralmente. Generalmente lo presta, donde quiera que esté el cliente, gente que está más allá de la influencia inmediata de la gerencia.

El "producto" no se puede demostrar, ni se puede mandar por anticipado una muestra del servicio para la aprobación del cliente; el proveedor puede mostrar varios ejemplos, pero el corte de pelo propio del cliente, por ejemplo, no existe todavía y no se puede mostrar.

La persona que recibe el servicio no tiene nada tangible; el valor del servicio depende de su experiencia personal.

La experiencia no se puede vender o pasar a un tercero.

Si se prestó inadecuadamente, un servicio no se puede "revocar". Si no se puede repetir, entonces las reparaciones o apologías son los únicos medios recursivos para la satisfacción del cliente.

La seguridad de la calidad debe ocurrir antes de la producción, y no después de la producción, como sería el caso de una situación de manufactura.

La prestación del servicio generalmente requiere interacción humana en algún grado; comprador y vendedor se ponen en contacto en una forma relativamente personal para crear el servicio.

Las expectativas del receptor del servicio son parte integral de su satisfacción con el resultado. La calidad del servicio en gran parte es algo subjetivo.

Mientras más gente tenga que encontrar el cliente durante la prestación del servicio, menos probabilidades de quedar satisfecho con ese servicio.

## **2.7. EL CICLO DEL SERVICIO:**

Se tiene que visualizar a la organización como si estuviera tratando con el cliente en términos de un ciclo del servicio, una secuencia repetible de acontecimientos en que diferentes personas tratan de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en cada punto. Puede ser cualquier otro acontecimiento que empiece el proceso del negocio termina, sólo temporalmente, cuando el cliente considera que el servicio está completo, y se reinicia cuando éste decide regresar por más. Las tres características son:

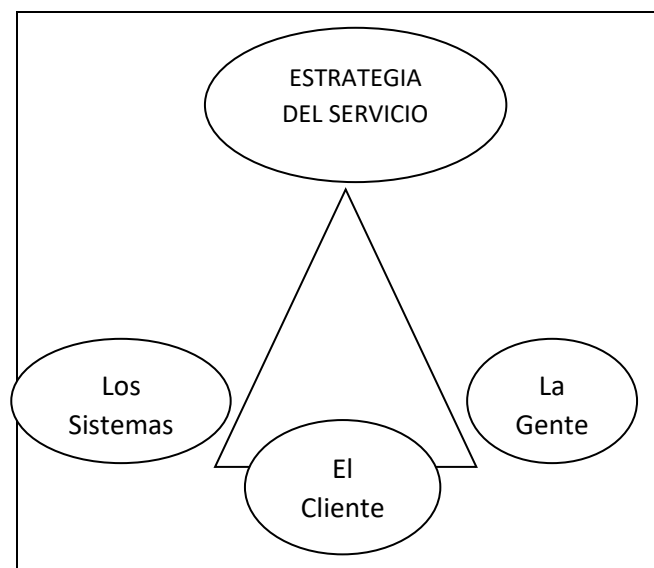
1. Una estrategia del servicio bien concebida. Este concepto estrategia del servicio orienta la atención de la gente de la organización hacia las prioridades reales del cliente.
2. Personal que tiene contacto con el público. A través de algunos medios, los directivos de esas organizaciones han estimulado y ayudado a los empleados a mantener su atención fija en las necesidades del cliente.



3. Sistemas amables para el cliente. Las instalaciones físicas, las políticas, procedimientos, métodos y procesos de comunicación, todo le dice al cliente: "Todo este aparato está aquí para satisfacer sus necesidades".

## 2.8. EL TRIÁNGULO DEL SERVICIO.

Es útil pensar en la compañía y en el cliente como íntimamente vinculados en una especie triangular de relación, como se ve en la siguiente figura N°01. Este triángulo del servicio, como lo denominamos, representa los tres elementos de estrategia del servicio, gente y sistemas, los cuales giran más o menos alrededor del cliente en una interacción creativa. Este modelo de triángulo es radicalmente diferente de los organigramas típicos que se utilizan tradicionalmente para pensar en las operaciones comerciales.



**Figura 1. Estrategia de Servicio**

## 2.9. CALIDAD DE SERVICIO

La calidad del servicio es una estrategia administrativa específica y de diferenciación de la organización que supone el cumplimiento efectivo de una serie de aspectos en la prestación del servicio, tales como fiabilidad, seguridad, competencia, agilidad, cortesía, credibilidad, etc., y que tal cumplimiento sea realmente percibido por los usuarios de los servicios. Mientras un nuevo servicio puede ser fácilmente copiado por la competencia, la calidad es mucho

más difícil de imitar, pero también de conseguir, porque es un proceso largo y laborioso. La calidad del servicio denota el "estilo" peculiar de la organización que lo presta.

Actualmente se entiende por Calidad de Servicio el "Satisfacer, de acuerdo a los requerimientos del mercado objetivo, las distintas necesidades que tiene el consumidor, a través de todo el proceso de adquisición del servicio, entendiéndose por tal, desde la decisión de adquirirlo, hasta las sensaciones posteriores al uso del servicio. Técnicamente hablando, corresponde al grado de satisfacción que experimenta el cliente o consumidor final por la expedición con que fue atendido por la organización, la efectividad del servicio que recibió, desde que hizo el primer contacto hasta el tratamiento post-servicio y por la forma en que recibió dicho servicio".

La importancia de la calidad de servicio, como factor diferenciador, es tan grande que se ha concluido que debe ser objeto de un riguroso y sistemático control, que detecte cualquier insuficiencia o inadecuación en la prestación de los servicios. Pero la calidad del servicio es un fenómeno, subjetivo y, por consiguiente, difícil de medir, puesto que se basa en las percepciones y preferencias de los clientes o usuarios y viene a ser la diferencia entre lo que éstos esperan obtener del servicio y lo que realmente obtienen.

Ruiz Olalla (2001), manifiesta que el servicio es un término que evoca significados muy diversos. Esta autora manifiesta que hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista ésta en un producto o en un servicio.

Vásquez Casielles (1996), "Estructura multidimensional de la calidad de servicio", señala que existen diversas aproximaciones al concepto de calidad de servicio cuyo resumen se expone en la siguiente:

**Tabla1. Estructura multidimensional de la calidad de Servicio**

CALIDAD OBJETIVA	CALIDAD SUBJETIVA
Visión Interna de la Calidad	Visión Externa de la Calidad
Enfoque de Producción/Oferta	Enfoque de Marketing/Demanda
Prestaciones Sin Errores, Reduciendo Costos y Evitando Desviaciones respecto al Estándar Establecido	El Cliente Auténtico Juez de la Calidad
Adecuada para Actividades Estandarizadas	Habilidad de la empresa para determinar las necesidades, deseos y expectativas de los clientes.
	Actividades de elevado contacto con los clientes.

Fuente: Ruiz Olalla, 2001.

Ruiz Olalla (2001), señala que la calidad del servicio también ha sido descrita como una forma de actitud, relacionada pero no equivalente con la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción.

Gronroos (1994), manifiesta que, desde un punto de vista inicial y bastante genérico es posible afirmar que la calidad de un servicio, tal y como es percibida por el usuario, tiene dos dimensiones esenciales: la técnica o de resultado y la funcional o de proceso. La prestación efectiva que el cliente recibe es solo una dimensión de la calidad. La otra es la forma en que recibe el servicio y el modo en que experimenta el proceso simultáneo de producción y consumo. Esta segunda dimensión constituye la calidad funcional del proceso. La primera constituye el que se recibe, y la segunda, el cómo se recibe.

## **2.10. ELEMENTOS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:**

Según Albretch y Zemke, (1990), tiene cinco elementos básicos:

1. **Participación:** Es cuestión de la conciencia y del compromiso de la gerencia. Esta tiene que reconocer e informar la importancia de la calidad del servicio. Otro sentido de la participación, es la solidaridad del empleado, ya que puede ayudar siempre que los empleados intervengan en la organización o en la unidad funcional.
2. **Evaluación:** La evaluación es imperativa. Determinar lo que se va a medir o evaluar siempre, en general es más fácil que decidir cómo se va a evaluar. El que siempre está vinculado con la misión, metas y objetivos de la organización. También hay que tomar en cuenta el elemento subjetivo de la satisfacción al cliente.
3. **Información:** Es lo que necesita la gerencia para controlar la organización y lo que los empleados necesitan saber para que puedan estar seguros de estar haciendo lo que se espera que hagan.
4. **Recompensas:** La recompensa, sea material o en forma de reconocimiento, es definitivamente parte de un programa de operación de servicios. Es una herramienta de motivación sólida hacia los empleados.
5. **Continuidad:** Es un compromiso de la gerencia por hacer un sistema de vida.

## **2.11. FACTORES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:**

La calidad es un fenómeno complejo, multidimensional, en el que es posible distinguir varios atributos o aspectos que la configuran. Entre ellos cabe considerar fundamentalmente los siguientes, de acuerdo a lo propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry:

- **Fiabilidad.** Implica consistencia en la prestación del servicio. Ello significa que la empresa presta el servicio correctamente en el momento preciso y que cumple sus promesas.



- Rapidez/agilidad. Además de fiabilidad, el servicio es mejor valorado si se presta con rapidez. La organización debe procurar no solo prestar el servicio en el tiempo preciso, sino también en el menor tiempo posible.
- Responsabilidad. Supone tener la disposición a proporcionar el servicio. Esta disposición debe, además, hacerse patente; es decir, demostrar que la empresa se ocupa de los problemas del cliente. La responsabilidad, junto con la credibilidad, son especialmente valoradas en los servicios de las empresas, como señalan Gordon, Calantone y Di Benedetto.
- Competencia. Significa poseer la capacidad y conocimiento requeridos para prestar el servicio.
- Accesibilidad. Supone fácil acceso al servicio; por ejemplo, líneas de teléfono no ocupadas, tiempos de espera reducidos (colas inexistentes o reducidas), etc.
- Cortesía. Implica educación, respeto, consideración y trato amable, incluidos los recepcionistas, porteros y telefonistas.
- Comunicación. Se produce cuando se mantienen informados a los clientes, en un lenguaje que comprendan. Exige escuchar y adaptarse a sus demandas.
- Credibilidad. Implica seguridad, veracidad, honestidad y estar interesado en realidad por el cliente. La imagen de la empresa contribuye positiva o negativamente a la credibilidad.
- Seguridad. Supone ausencia de peligro, riesgo o duda en la prestación del servicio.
- Comprensión/conocimiento del cliente. Supone hacer el esfuerzo de comprender las verdaderas necesidades del cliente, es decir, tener empatía o capacidad de ponerse en el lugar del cliente. Para ello es necesario conocer las demandas de los clientes, proporcionar atención individualizada y reconocer al cliente habitual.
- Personalización. Es un aspecto complementario del anterior. El servicio debe apoyarse en la relación personal y adaptarse a las características y necesidades del cliente, de modo que este lo perciba como único.
- Tangibles. Son los elementos del servicio que pueden percibirse por los sentidos. Hay que incluir, por tanto, evidencias físicas del servicio e indicios

de su calidad: limpieza, aspecto del personal, equipos utilizados, soporte físico del servicio, pequeños obsequios, etc.

## **2.12. ENFOQUES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:**

### **2.12.1 EL MODELO DE PARASURAMAN, ZEITHAMI Y BERRY:**

Este modelo considera que la calidad del servicio es una noción abstracta debido a las características fundamentales del servicio, pues éste es intangible, heterogéneo e inseparable. El modelo SERVQUAL distingue la Calidad Esperada de la Calidad Percibida, a partir de la observación de cuatro factores que implican la ausencia de calidad:

1. La ignorancia de las expectativas del cliente por parte de la empresa.
2. La inexistencia de normas.
3. La discordancia entre el servicio ofrecido y las normas.
4. El incumplimiento de las promesas por parte de la empresa.

### **2.12.2. LOS COSTOS DE UNA MALA CALIDAD DEL SERVICIO:**

La falta de calidad del servicio no sólo es un factor de pérdida de clientes, y consiguientemente de participación de mercado., sino también:

- 1) de incremento de costes, y consiguiente reducción de beneficios, por los errores cometidos.
- 2) Abandono del personal, por la desmotivación que producen en el mismo las quejas de los clientes y el mal funcionamiento general del servicio.
- 3) Costos del mercado altos y precios mas bajos que se pueden cobrar por el servicio, dada su inferior calidad, como indican.

La calidad no se puede comprobar plenamente hasta que se utiliza el servicio, y a veces las expectativas de la calidad se basan en factores ajenos a la misma, como la reputación o la imagen. Si el servicio prestado no se corresponde con el ofertado, el cliente se marcha a la competencia. Y ahí es donde se evidencia la importancia de la calidad del servicio. Sin embargo, al ser la calidad del servicio un fenómeno subjetivo, basado en percepciones y preferencias de los clientes, resulta difícil su medida.

### **2.13. MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.**

La medición de la calidad del servicio es una consecuencia de la importancia asignada a la misma. Se admite, en general, que si se proporciona calidad de servicio se obtienen mayores beneficios, menores costes y cuotas de mercado superiores como indican Devlin y Dong.

La evaluación de la calidad del servicio está en función de las expectativas y de las percepciones del servicio recibido, así como de las diferencias entre ambas, del efecto directo de los niveles de prestación percibidos y de las variaciones o cambios en la prestación del servicio tal como indican Parasuraman, Zeithaml y Berry.

En concreto, Zeithaml, Berry y Parasuraman identifican cinco "gaps" o diferencias que deben ser evaluadas por el prestador del servicio:

- 1) Diferencia entre las expectativas del consumidor y las percepciones de la empresa de tales expectativas. Una cosa son las expectativas del usuario y otra la idea que la empresa tiene de como se orientan las expectativas de dichos usuarios.
- 2) Diferencia entre las percepciones de la empresa sobre las expectativas del consumidor y las especificaciones de la calidad de servicio. Una cosa es lo que la empresa percibe como expectativas del consumidor y otra las especificaciones asignadas por la empresa a la calidad del servicio.
- 3) Diferencia entre las especificaciones de la calidad de servicio y el servicio realmente suministrado.

- 4) Diferencia entre el suministro del servicio y lo que se comunica sobre el mismo a los consumidores.
- 5) Diferencia entre el servicio esperado y el percibido, la cual se especifica en el modelo SERVQUAL.

#### **2.14. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:**

- ORGANIZACIONES. - Es una unidad social coordinada, consciente, compuesta por dos personas o más, que funciona con relativa constancia a efecto de alcanzar una meta o una serie de metas comunes.
- CULTURA ORGANIZACIONAL. - Es un patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas compartidos por los integrantes de una organización. Está formada por valores, ideas, presunciones, percepciones, normas, artefactos y pautas de comportamiento compartidos por los que trabajan en ella.
- CALIDAD DE SERVICIO. - El satisfacer, de acuerdo a los requerimientos del mercado objetivo, las distintas necesidades que tiene el consumidor, a través de todo el proceso de adquisición del servicio, entendiéndose por tal, desde la decisión de adquirirlo, hasta las sensaciones posteriores al uso del servicio.
- CALIDAD TOTAL. - Es definida como una cultura corporativa continua, que primero define y después insiste en el desempeño de cada uno de nosotros, con el objetivo de satisfacer tanto los objetivos internos como externos de la organización.
- CALIDAD. - Es el conjunto de cualidades de una persona o cosa. Cualidad es lo que hace que una persona o cosa sea lo que es, por su propiedad, atributo, características, don, virtud, etc. La calidad debe definirse como sobre pasar las necesidades y las expectativas del cliente a lo largo de la vida del producto.

- **SERVICIO.** - Conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la prestación del mismo.
- **VALORES ORGANIZACIONALES.** - Se definen como las creencias y principios morales que subyacen a la cultura organizacional, y que aportan significado a las normas y estándares de conducta de una organización.
- **ADMINISTRACIÓN:** Proceso para lograr las metas de la organización, utilizando recursos y trabajando por medio de personas. Proceso de planear, coordinar, ejecutar y controlar esfuerzos organizada y sistemáticamente para un fin determinado. Proceso de planear, coordinar, ejecutar y controlar los recursos de una organización para lograr los objetivos de la misma.
- **EXPECTATIVA:** Esperanza de conseguir una cosa, si se depara la oportunidad que se desea. Posibilidad de conseguir un derecho al ocurrir un suceso que se prevé.
- **VALORACIÓN:** Es el calificativo que se da a un servicio recibido bueno, regular, malo.

## **2.15. HIPOTESIS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.15.1. HIPÓTESIS GENERAL:**

la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca es muy significativa.

### **2.15.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:**

- Los niveles de la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca, son muy significativos.

- Son muy significativos las diferencias entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a la edad del usuario.
  
- Son muy significativas las diferencias entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a los usuarios entre varones y mujeres.

#### **2.16. VARIABLES DEL ESTUDIO:**

---

- Calidad de servicio
- Percepción y expectativa del usuario.

#### **2.17. VARIABLES CONTROLADAS DE LOS USUARIOS:**

- Edad
- Sexo

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

---

### **3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN:**

El proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que fue necesario para analizar los resultados de las encuestas aplicadas al público usuario del servicio del Hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca. Considerando que “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población” (Hernandez, Fernández y Baptista, 2003)

### **3.2. LUGAR Y TIEMPO:**

El lugar donde se aplicó la encuesta fue en las puertas principales del Hospital Carlos Monge Medrano de Juliaca a mediados del mes de noviembre del año 2016.

### **3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:**

El diseño es no experimental transaccional se encuentra inscrita en un nivel de conocimiento científico aprensivo analítico, partiendo del nivel exploratorio, descriptivo con el procedimiento para la adquisición del conocimiento deductivo-inductivo. No se aplicó un estímulo a la muestra ni se manipulo deliberadamente las variables, solo se observó los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Además, se recolectaron las observaciones en un momento único en el tiempo para la descripción de las variables.

La presente investigación se enmarca dentro del enfoque cuantitativo de investigación, a través de un diseño no experimental transversal. Los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en lo que se manifiesta una o más variables dentro del enfoque cuantitativo (Hernández, Fernández, Baptista, 2003). El procedimiento consiste

en medir o ubicar a un grupo de personas, objetos, situaciones, contextos, fenómenos en una variable o concepto y proporcionar su descripción (Hernández, Fernández y Baptista, 2003)

### **3.4. POBLACIÓN:**

En el proyecto de investigación la población fue el público usuario del hospital Carlos Monge Medrano de Juliaca así mismo señala López (1994), población se define como: "el conjunto de elementos cuyas características se tratan de estudiar, y acerca de la cual se desea información". El público usuario de los servicios que brinda el hospital con características similares ya que recurren a dicha instancia a recibir un servicio público ofrecidos por el Estado como parte de un derecho básico.

#### **3.4.1. Unidad de análisis:**

Para Hernández (2006) la unidad de análisis se refiere a quienes van a ser medidos durante la investigación. Por efecto la investigación tuvo como unidad de análisis al público usuario del hospital que acude a los diferentes servicios.

#### **3.4.2. Muestra:**

Para la investigación, se utilizó el muestreo aleatorio simple estimando el Cálculo del Tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población, cuyo calculo requeriría encuestar a no menos de 203 personas que utilizaron el servicio del hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca para obtener una seguridad del 95%; motivo por el cual se consideraron un total de  $n = 210$  encuestas en total.

Bajo los siguientes considerando los siguientes criterios:

- ✓ Seguridad = 95%;
- ✓ Precisión = 3%;
- ✓ Proporción esperada = 5%;
- ✓ El valor  $p = 0.5$  (50%) que maximiza el tamaño muestral.



$$n = \frac{Z_a^2 * p * q}{d^2}$$

Donde:

$$Z_a^2 = 1.96^2 \text{ (95\%)}$$

$$p = \text{proporción esperada (5\% = 0.05)}$$

$$q = 1 - p \text{ (1 - 0.05 = 0.95)}$$

$$d = \text{precisión (3\%)}$$

### **3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:**

#### **3.5.1. Técnica:**

Será la encuesta que consiste en un cuestionario estructurado de preguntas basadas en la variable para la comprobación de las hipótesis propuestas. Nos permitirá obtener información directa de la muestra consultada.

#### **3.5.2. Instrumentos:**

Será el cuestionario estructurado considerando la variable de estudio utilizando el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry; el diseño del cuestionario será de acuerdo a lo establecido por el modelo SERVQUAL, considerando que “es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de los siguientes criterios: Elementos tangibles o tangibilidad: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación, Confiabilidad o fiabilidad: habilidad para realizar el servicio prometidos en forma fiable y cuidadosa, Capacidad de respuesta o diligencia: disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar servicio rápido, Seguridad o garantía: conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza y la Empatía: atención individualizada que ofrecen las gerencias a sus clientes”. (Berry, Parasuraman y Zeithaml, 1993)

Según (Garber, 2001), Tales criterios son medidos a partir de dos elementos claves, los cuales son:

- ✓ **Expectativas:** se refiere a como espera el cliente recibir un servicio en función de sus necesidades.
- ✓ **Percepciones:** se refiere a cómo interpreta el cliente la percepción de un servicio de sus necesidades.

Es necesario indicar que no existe una dosis de crítica sobre la validez y la fiabilidad de instrumento SERVQUAL, diferentes investigadores argumentaron que sigue siendo una herramienta útil para medir la calidad del servicio y es fiable y válida en el ámbito hospitalario (Buttle 1996, Babakus y Mangold, 1992).

La diferencia entre las percepciones de la experiencia y expectativas reales se ha utilizado para evaluar la calidad del servicio. Diferencia positiva significa que su experiencia real era mejor que sus expectativas. Diferencia negativa significa que el rendimiento no logró alcanzar las expectativas.

### **3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS:**

En la presente investigación se procedió con una serie de fases:

#### **3.6.1. Construcción del cuestionario:**

En esta fase se estableció la ficha técnica del cuestionario para evaluar la calidad del servicio, el cual fue sometido a revisión para verificar el cumplimiento de requisitos de redacción y adaptación a la muestra de estudio, así mismo se revisó el entendimiento y propósito de la medición. El mencionado instrumento consta de 22 ítems favorables y desfavorables del servicio medido en un escalamiento tipo Likert.

#### **3.6.2. Aplicación del cuestionario:**

Para obtener datos sobre la percepción de los usuarios frente a la calidad de servicio y estimar los niveles, el cuestionario elaborado se aplicó en el grupo de

usuarios que durante el mes de noviembre del 2016. En vista que en tal periodo un mismo usuario podría recibir varios servicios, se realizó una sola encuesta por usuario, a fin de garantizar que las percepciones capturadas sobre la calidad durante los servicios prestados fuesen independientes entre sí.

Es necesario indicar que para la aplicación del instrumento en el Hospital Carlos Monge Medrano de Juliaca, en un primer momento se estableció contacto con el responsable de la dirección del hospital; solicitando autorización para la aplicación del instrumento y a fin de proceder con la selección aleatoria de la muestra y cumplir con los objetivos de la investigación dicha solicitud fue negada motivo por el cual se procedió a realizar las encuestas en las afueras de las puestas principales de dicho nosocomio. Las fechas para la recolección de los datos se determinaron de acuerdo a la disponibilidad de tiempo del grupo de investigación "CEINGEP". A los encuestados se les recalca que la encuesta era completamente anónima y de forma voluntaria.

### 3.6.3. Tabulación y control de calidad:

Recolectados los datos, fueron vaciados en una base de datos en Excel, se realizó la tabulación de los mismos, y luego de ello, se efectuó control de calidad de la tabulación de los cuestionarios, lográndose una satisfacción plena.

Se procedió con el análisis estadístico, se emplearon los siguientes estadígrafos y pruebas estadísticas:

**a) Media Aritmética.** - Es el puntaje en una distribución que corresponde a la suma de todos los puntajes dividida entre el número total de sujetos.

$$\bar{X} = \frac{\sum fX}{N}$$

**b) Desviación Estándar.** - Es una medida de variabilidad basada en los valores numéricos de todos los puntajes.

$$\sqrt{\sigma^2} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (X_i - \mu)^2}{N}}$$

**c) Varianza.** - Corresponde al cuadrado de la desviación estándar.

$$S = \sqrt{\frac{\sum(X - \bar{X})^2}{N}}$$

**d) Alfa de Cronbach.**- El coeficiente alfa de Cronbach se basa en el cálculo de la confiabilidad Mediante la matriz de correlación de los ítems:

$$\alpha = \frac{np}{1 + p(n - 1)}$$

Siendo: n = el número de ítems,

p = el promedio de las correlaciones lineales entre cada uno de los ítems

**d) Modelo Servqual.** -

$$Q_i^* = \sum_{j=1}^k (P_{ij} - E_{ij}^*)$$

Dónde:

Q\*i es la calidad percibida global

k es el número de atributos, k=constante.

Pij es la percepción del resultado del usuario i con respecto al atributo j;

E\*ij es la expectativa revisada de calidad de servicio del atributo j para el usuario

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

---

Para procesar los datos de una manera eficiente y determinara los niveles de la calidad de servicio que brinda el Hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca, a cabo la prueba de Chi cuadrado para la prueba de hipótesis. Se utilizó el software SPSS (versión libre) para realizar el Análisis de los datos introducir los datos obtenidos mediante la encuesta realizada; dicha encuesta, como ya se ha señalado, contó con veintidós (22) preguntas.

### 4.1. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD:

La consistencia interna de la escala SERVQUAL fue validado mediante el cálculo de los valores Alfa de Cronbach de escala global, por las percepciones y expectativas de escala, para cada dimensión incluido, se realizó con el software estadístico SPSS con el valor de 0.727 fue aceptado como límite.

### 4.2. FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:

<b>UNIVERSO</b>	Público en general que acude al servicio de consulta y/o tratamiento del HCM – Juliaca.
<b>Ámbito Geográfico</b>	Cuidad de Juliaca realizándose las encuestas en la puerta de emergencia del hospital y puerta central.
<b>Tamaño Muestral</b>	210 encuestas válidas.
<b>Error Muestral</b>	Para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple, se establece en el 5.0 %
<b>Trabajo de campo</b>	Las encuestas fueron realizadas durante el mes de noviembre del 2016.
<b>Diseño Muestral</b>	Polietapico por proporción con estratificación dado que las encuestas fueron recabadas en distintas fechas y horas.
<b>Nivel de confianza</b>	95% $Z=1,96$ $p=q=0.5$

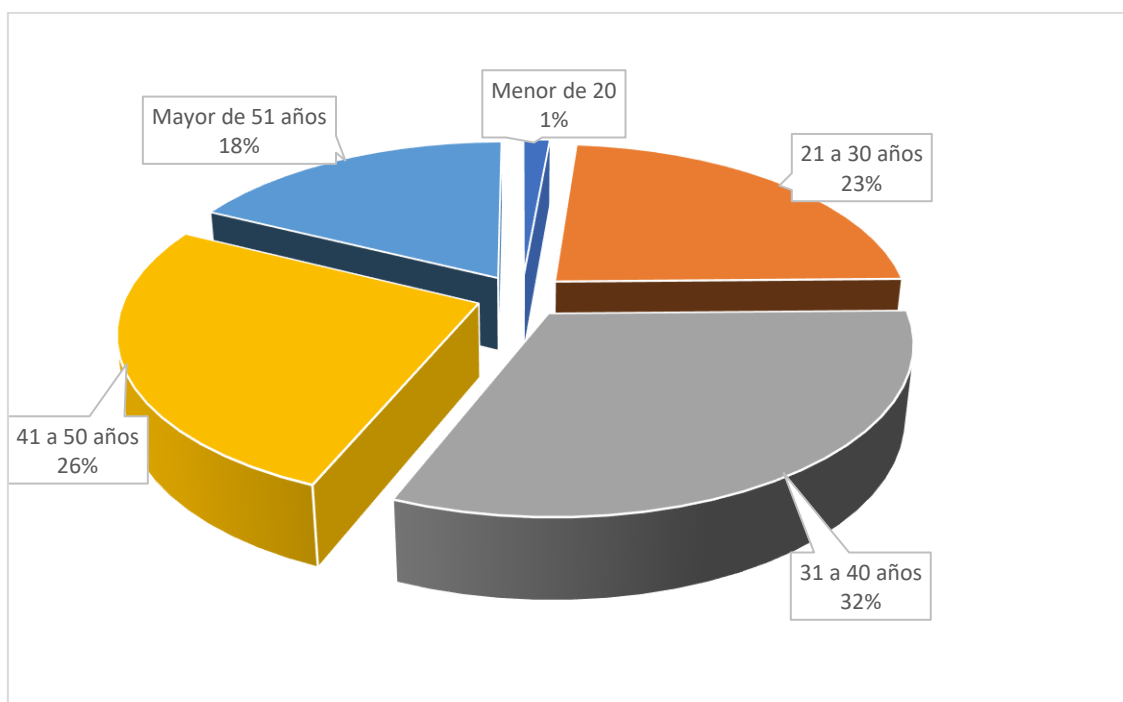
Fuente: Autores (2017).

### 4.3. CARACTERISTICAS GENERALES DE LA MUESTRA:

Los encuestados de este estudio fueron 210 personas que fueron el público usuario de los servicios del Hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca de los cuales 45% eran varones y el 55% eran mujeres. La edad de los encuestados esta entre menores de 20 a 51 a más años de edad.

**Tabla 2. Porcentaje y Frecuencia del entrevistado de acuerdo a la edad del Encuestado**

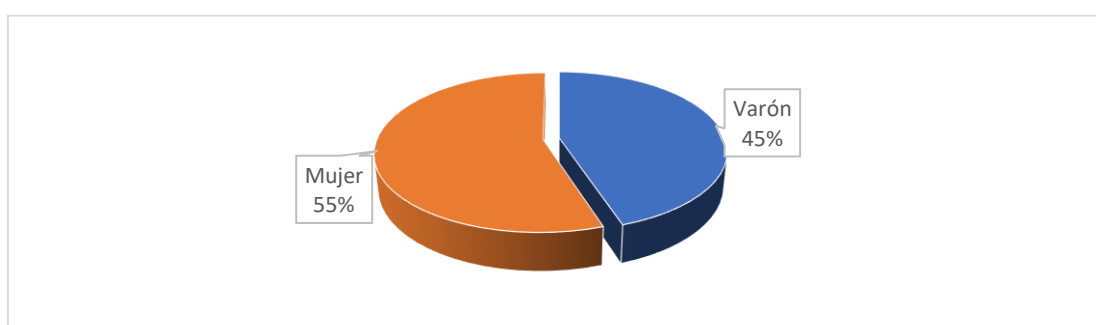
Edad	Frecuencia	Porcentaje %
Válidos	Menor de 20	3
	21 a 30 años	49
	31 a 40 años	66
	41 a 50 años	55
	Mayor de 51 años	37
	Total	210



**Figura 2. Edad del Encuestado**

**Tabla 3. Porcentaje y Frecuencia del entrevistado de acuerdo al Sexo**

Sexo		Frecuencia	Porcentaje %
Válidos	Varón	94	44,8
	Mujer	116	55,2
	<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>100,0</b>



**Figura 3. Sexo del encuestado.**

#### **4.4. ANÁLISIS DE LAS HIPÓTESIS:**

La calidad del servicio se calcula como la diferencia entre la percepción y las expectativas para cada dimensión, conocida como la “brecha” (Parasuraman, 1988). En general, las expectativas de los encuestados estiman la media o ligeramente por encima. Lo que es importante subrayar es que a pesar de las expectativas promedio, los usuarios han evaluado positivamente casi todos los aspectos de la calidad del servicio que se refleja en los valores positivos de la brecha en casi todas las dimensiones.

Mientras que con respecto a la capacidad de respuesta de las expectativas de los encuestados era un poco alto y se evaluaron sus percepciones reales sobre la calidad del servicio 4,20 ligeramente superior, con un valor de separación de 0,51 lo que indica que los encuestados están relativamente satisfecho con esta dimensión.

**Tabla 4. Promedio de respuesta SERVQUAL con respecto a la EXPECTATIVA y PERCEPCIÓN según la DIMENSIÓN**

RESPUESTA DIMENSIÓN	EXPECTATIVA (PROMEDIO)	PERCEPCIÓN (PROMEDIO)	EXPECTATIVA - PERCEPCIÓN
TANGIBILIDAD	3,79	4,31	0,52
FIABILIDAD	3,75	4,36	0,61
DILIGENCIA	3,76	4,21	0,45
GARANTÍA:	3,75	4,22	0,47
EMPATÍA	3,74	4,20	0,45
<i>Puntuación media de respuesta</i>			<b>0,51</b>

**4.4.1. Hipótesis General: Es significativa la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca.**

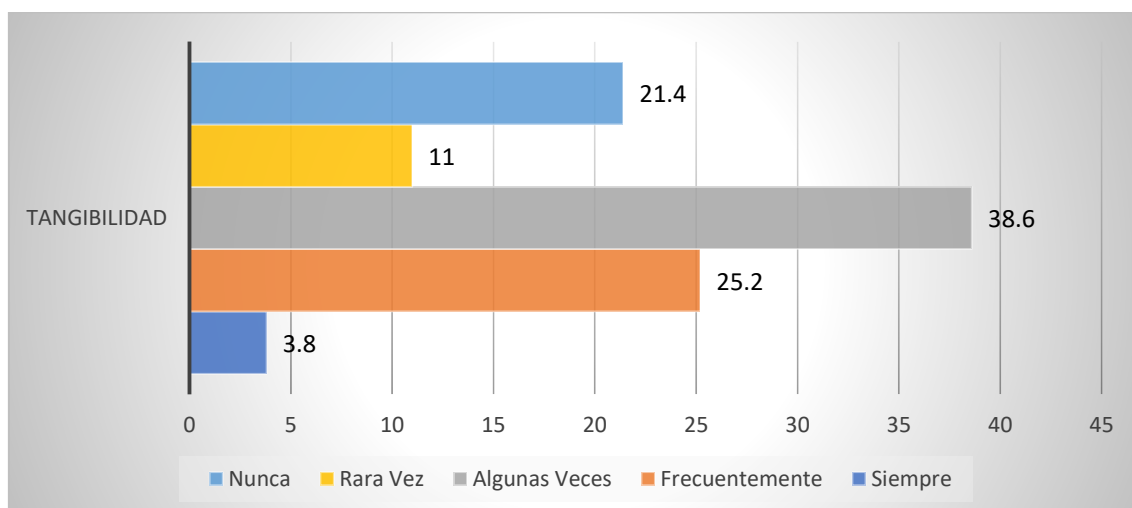
Para el análisis de las hipótesis, llevamos a cabo la prueba de Chi cuadrado de independencia, donde el valor Significativo en la prueba entre las dimensiones de la calidad de servicio es 0,002, menos de 0,05 (5%), lo que significa que se acepta la hipótesis general. Además, se puede indicar que se estima el coeficiente de correlación  $r_{xy} = 0,618$ , muestra una relación relativamente fuerte en las dimensiones de la calidad tangibilidad, diligencia, garantía y empatía, el mismo produce una elevación en el nivel de la percepción y la expectativa de la calidad del servicio brindado por el Hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca.



#### 4.4.2. Hipótesis Específicas: Los niveles de la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca, son significativos.

La estimación del Chi cuadrado de 0.000 Coeficiente es  $<0,05$ , lo que demuestra que la declaración de su independencia de cada nivel estimado de la calidad de servicio hace escalas y estas variables depende de cada factor que involucra el servicio total el  $r_{xy} = 0,616$  estima una positiva relación de cada nivel de la calidad de servicio.

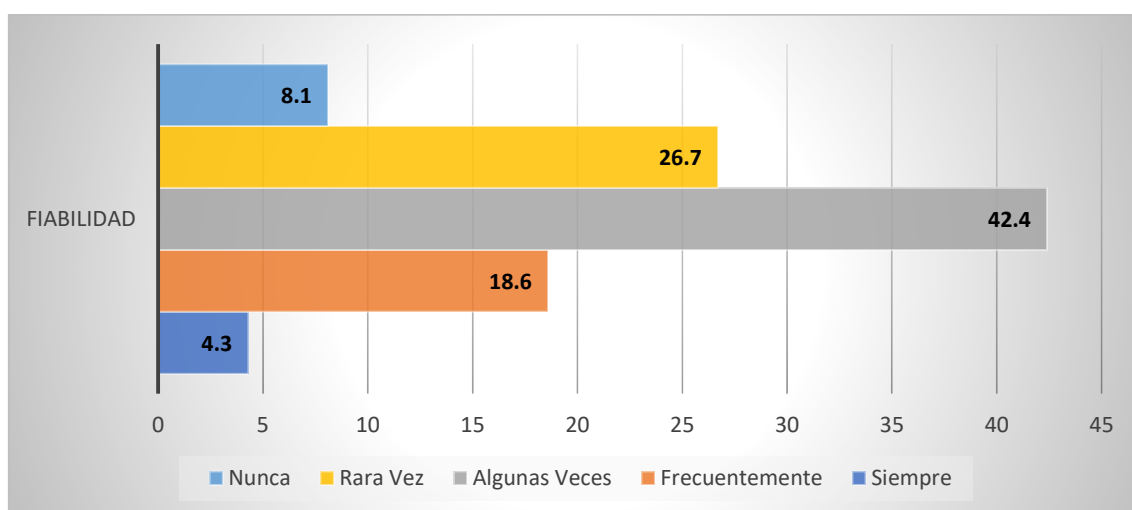
Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta dieron a conocer los siguientes niveles porcentuales según las dimensiones de la calidad de servicio:



**Figura 4. Dimensión de la calidad de servicio – Tangibilidad.**

El 38.6% de la población encuestada incide que la tangibilidad del hospital Carlos Monge Medrano solo algunas veces consideran que la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación son adecuados, pulcros y atractivos. "calidad de sensible, real, que puede ser tocado". Los tangibles de un servicio son la apariencia de las instalaciones físicas (servicios higiénicos, unidades, iluminación, etc.), equipo, personal y materiales de comunicación proyectan el interés por el usuario y la calidad del servicio brindado.

Es decir, son los elementos físicos; equipos, personal, dinero, materiales de comunicación etc., que sirven para una mejor comodidad, precisión y rapidez en la atención al usuario por lo tanto de podemos entonces decir que es la ubicación y acceso a los consultorios, la información que brinda el médico, el equipo que emplea durante la consulta y el material de comunicación que utiliza.

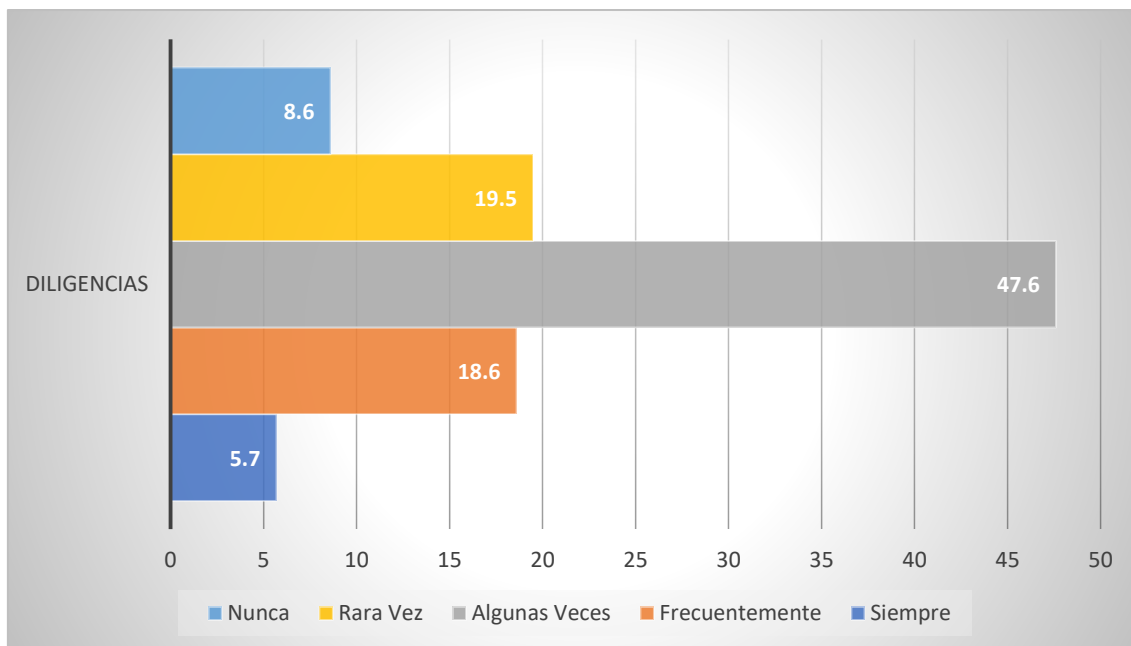


**Figura 5. Dimensión de la calidad de servicio – Fiabilidad.**

El 42.4% de la población encuestada incide que la Fiabilidad del hospital solo algunas veces consideran que la habilidad para realizar el servicio prometidos es de forma fiable y cuidadosa.

Según la revista ABB Nueva Zelanda (2009) precisa “Una definición habitual de fiabilidad relaciona a ésta con la disminución de las averías en los equipos. Por mejorar la fiabilidad se entiende tener la capacidad de identificar los problemas y reparar los equipos antes de que el departamento de operaciones advierta que hay algo que no funciona”.

En consecuencia, es la capacidad para identificar los problemas, disminuir errores y buscar soluciones con la finalidad de evitar riesgos; mediante la mejora de los procesos, innovación de la tecnología y capacitación del personal, el abastecimiento de los insumos, ejecutándose el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. La fiabilidad es claramente un factor esencial en la seguridad de un producto que asegure un adecuado rendimiento de los objetivos funcionales.

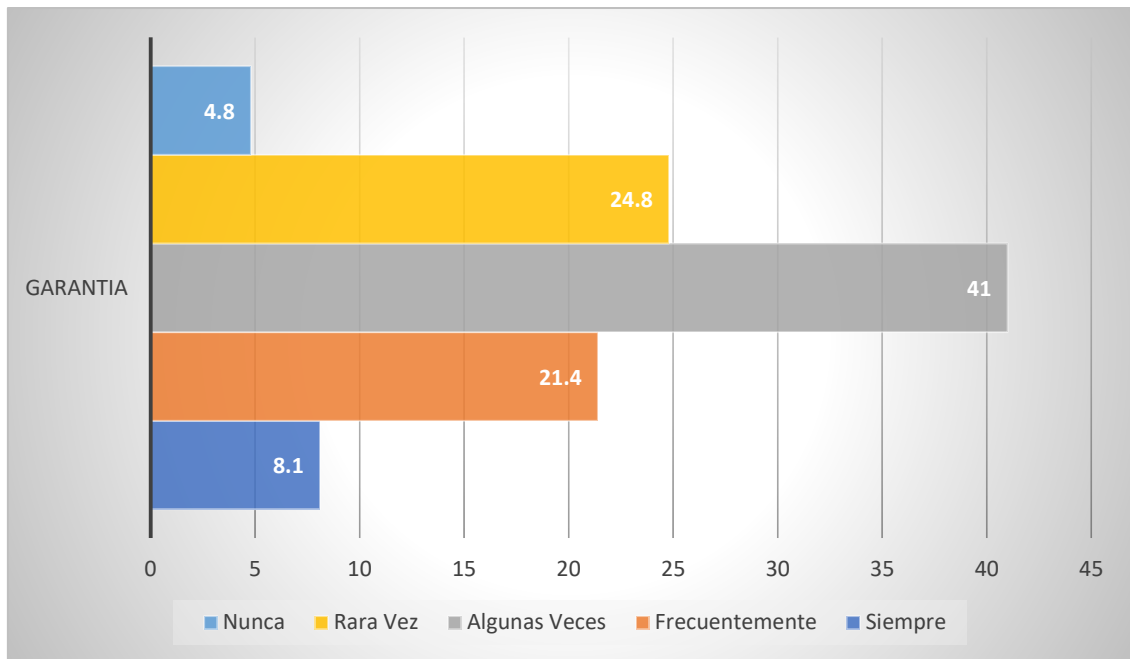


**Figura 6. Dimensión de la calidad de servicio – Diligencias.**

El 47.6% de la población encuestada incide que la Diligencia del hospital solo algunas veces consideran que la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar servicio rápido son importantes por parte del personal de servicio.

En la actualidad al concepto de diligencia le damos dos usos en nuestra lengua. Por un lado, la usamos cuando queremos dar cuenta de la rapidez, agilidad y eficacia con la cual una persona o entidad llevan a cabo una tarea o actividad encomendada. “El nuevo funcionario trabaja con mucha diligencia, fue un hallazgo haberlo contratado”.

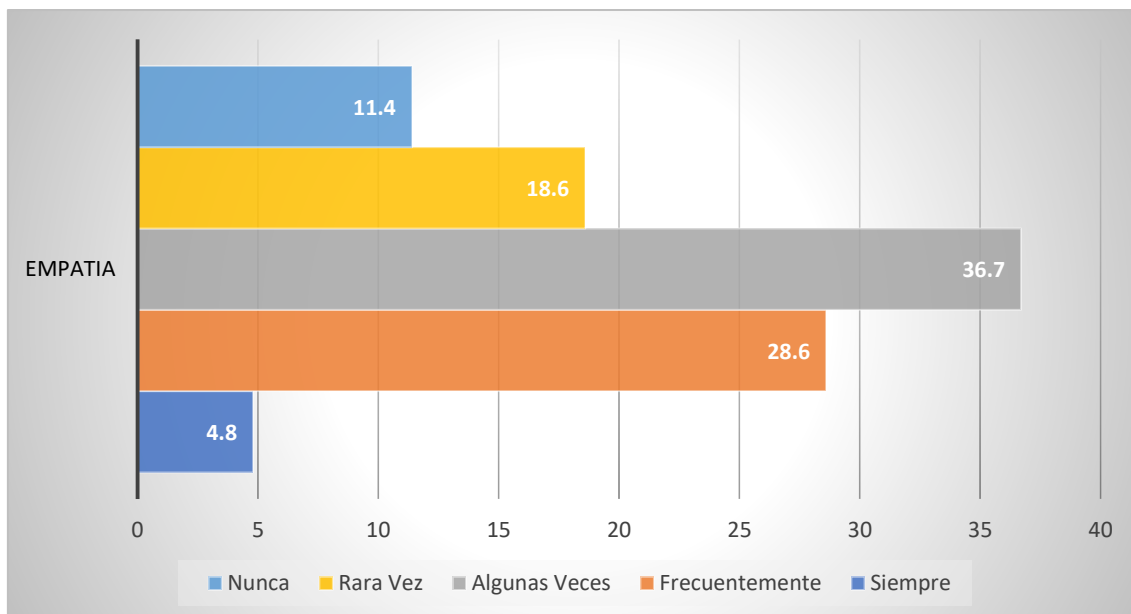
Normalmente cuando un individuo o mismo una organización como el hospital trabajan de manera idónea es normal encontrarse con la calidad de la diligencia y que por supuesto como consecuencia las tareas o trámites se realicen en conformidad con lo esperado de los usuarios.



**Figura 7. Dimensión de la calidad de servicio – Garantía.**

El 41% de la población encuestada incide que la Garantía del hospital solo algunas veces consideran que los conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

La relación entre la garantía de calidad y la formación previa al servicio deberá hacer hincapié en cualquier iniciativa de la garantía de calidad. La formación previa al servicio deberá vincularse no sólo a las normas de asistencia con los últimos adelantos técnicos y basadas en la evidencia; también están obligadas a introducir las aptitudes de la garantía de calidad y sus métodos. La amplitud de una cultura con orientación a la calidad se establece y se proporcionan una base de garantía de calidad al nivel previo al servicio con condiciones para que los sistemas de salud proporcionen una capacitación eficaz en el servicio.



**Figura 8. Dimensión de la calidad de servicio – Empatía.**

El 36.7% de la población encuestada incide que la Empatía del hospital solo algunas veces consideran que atención individualizada que ofrecen las gerencias a sus clientes.

Para que esta habilidad pueda desarrollarse de la mejor manera se deben tomar en consideración algunas capacidades del comportamiento tales como: la calidad de interrelación, el desarrollo moral, buena comunicación y el altruismo (generosidad). También debemos tener en cuenta las respuestas emocionales, el bienestar que orientamos hacia las otras personas y algunos sentimientos empáticos (simpatía, compasión y ternura).

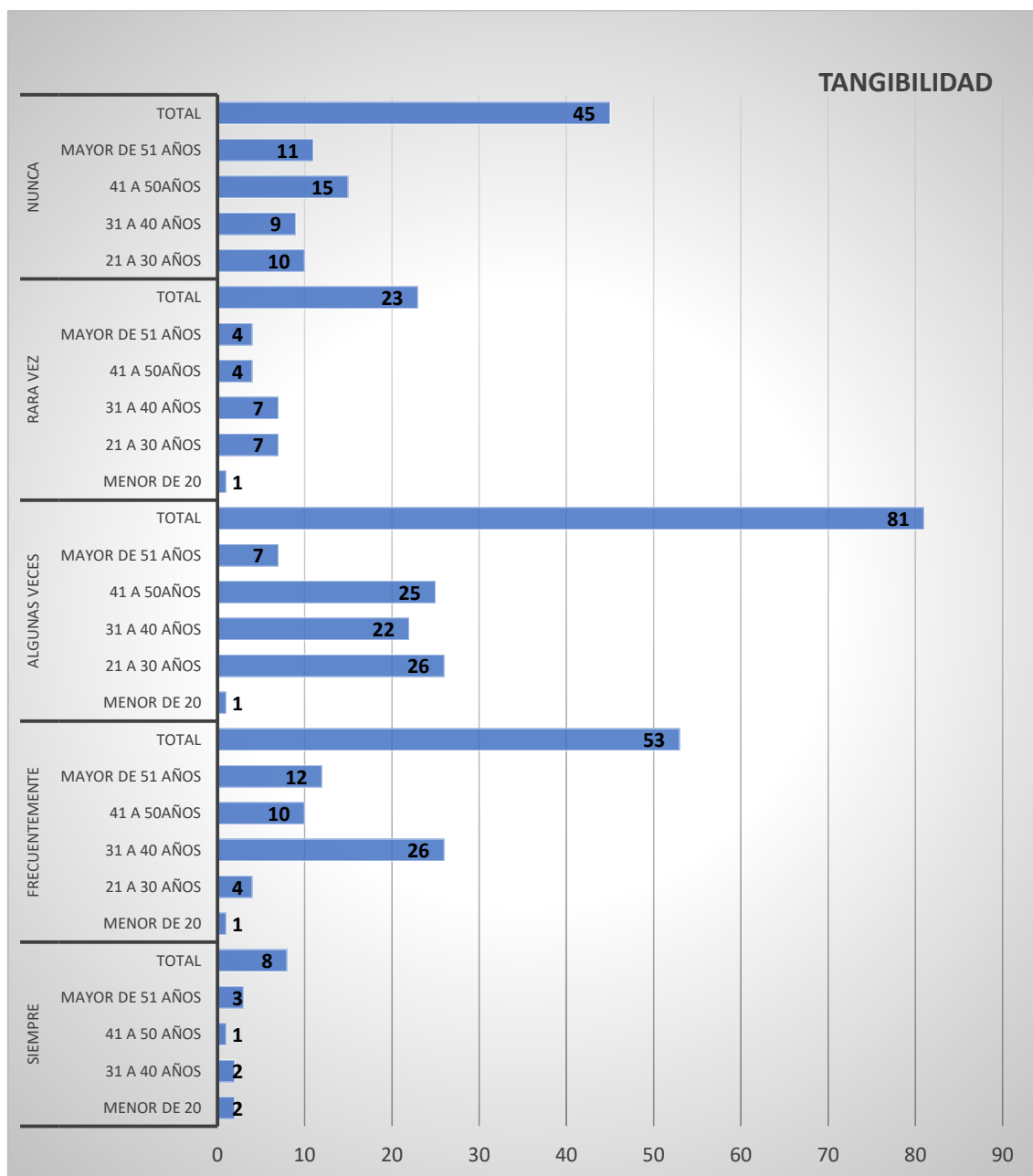
Pero la empatía cumple también las funciones de motivación e información ya que va dirigida a aliviar la necesidad de otra persona, permitiendo obtener información acerca de la manera en la cual se debe valorar el bienestar de los demás. Podemos decir que una persona es empática cuando sabe escuchar con atención a los demás, pero mejor aún sabe cuándo debe hablar y está dispuesto a discutir de los problemas para así encontrar una solución a ellos. Así que ser empático es simplemente ser capaces de entender emocionalmente a las personas, lo cual es la clave del éxito en las relaciones interpersonales.

**4.4.3. Hipótesis Específica: Son significativos los factores de edad que inciden en la Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca.**

Para la estimación de la hipótesis, se consideró el factor edad del encuestado que índice en la percepción y expectativa de la calidad de servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca teniendo en cuenta las dimensiones establecidas. El Chi cuadrado de valor Sig. = 0,000 <0,05, confirma la incidencia de estas dos variables edad y calidad de servicio están relacionados motivo por el cual se acepta relativamente fuerte y positiva, de acuerdo con el valor de  $r_{xy} = 0,605$  es significativo.

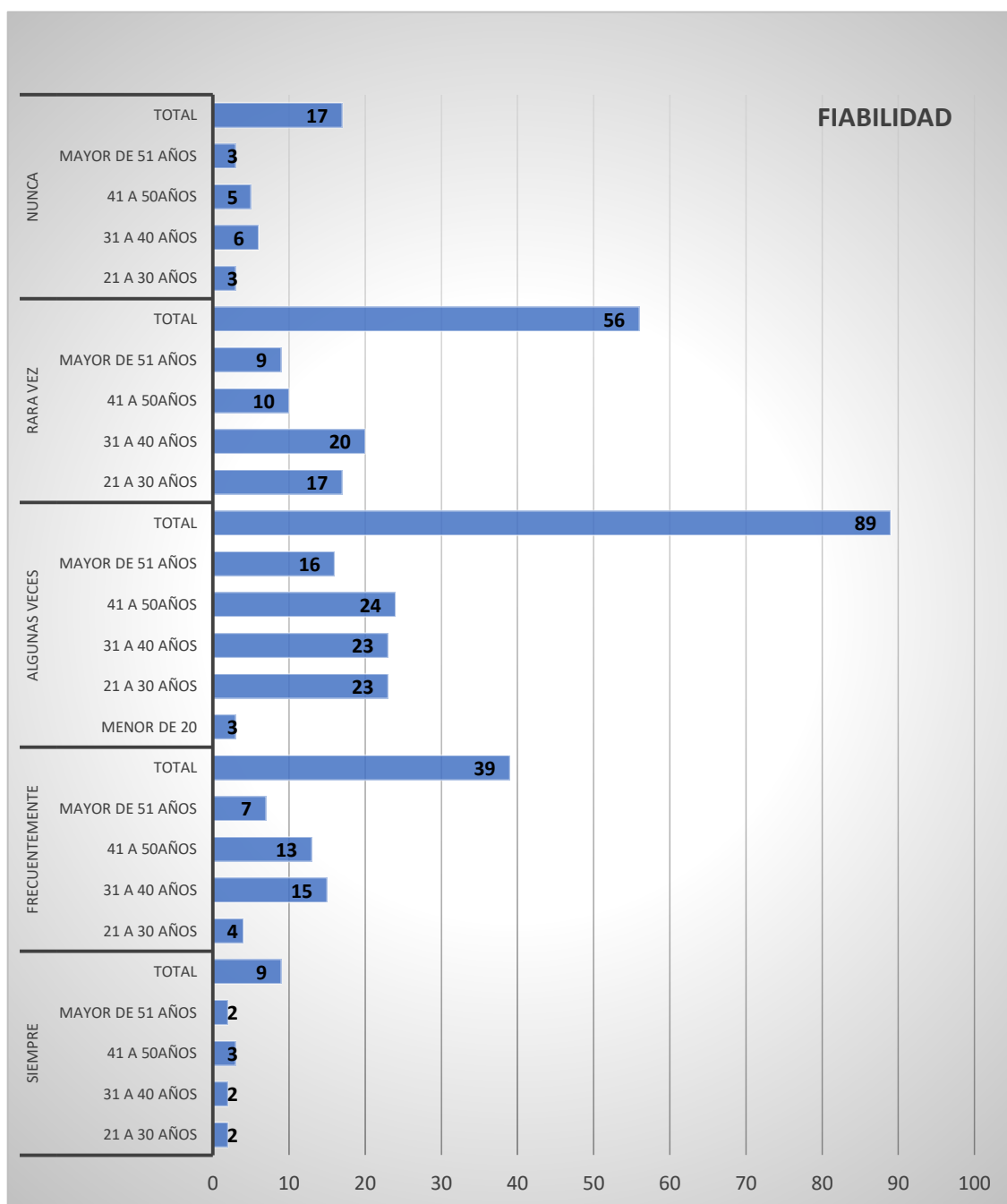
Además, el análisis de los datos demuestra porcentualmente que la edad del encuestado índice en cada una de las dimensiones de la calidad de servicio a través de su percepción y expectativa detallándose en las siguientes figuras:

En la figura 9, se puede observar que la dimensión de tangibilidad es percibida en gran proporción por el grupo etario que esta entre 21 a 30 años de edad los mismo que indican que algunas veces la apariencia del hospital y la de los trabajadores que proporciona el servicio es incidente al momento de generar una buena percepción de la calidad del servicio.



**Figura 9. Dimensión de la calidad de servicio – Tangibilidad respecto a la edad del encuestado.**

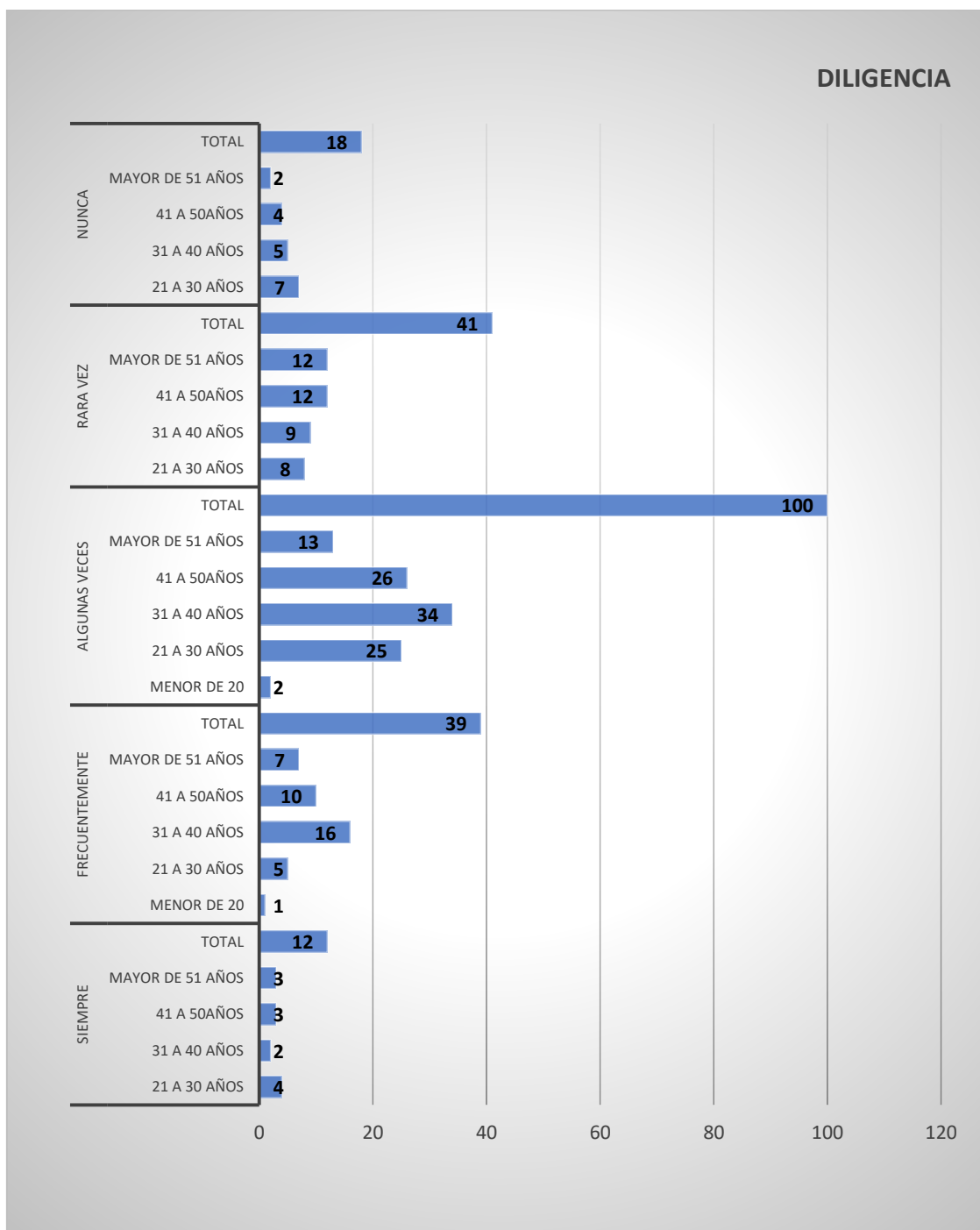
En la figura 10; con respecto a la dimensión fiabilidad es evidente que el grupo etario que percibe la fiabilidad como la capacidad de respuesta y la prevención de errores esta entre las edades de 41 a 50 años en mayor proporción de los encuestado, su incidencia radicaría en que los usuarios algunas veces observan que el personal demuestra la habilidad para realizar el servicio prometidos en forma fiable y cuidadosa.



**Figura 10. Dimensión de la calidad de servicio – Fiabilidad respecto a la edad del encuestado.**

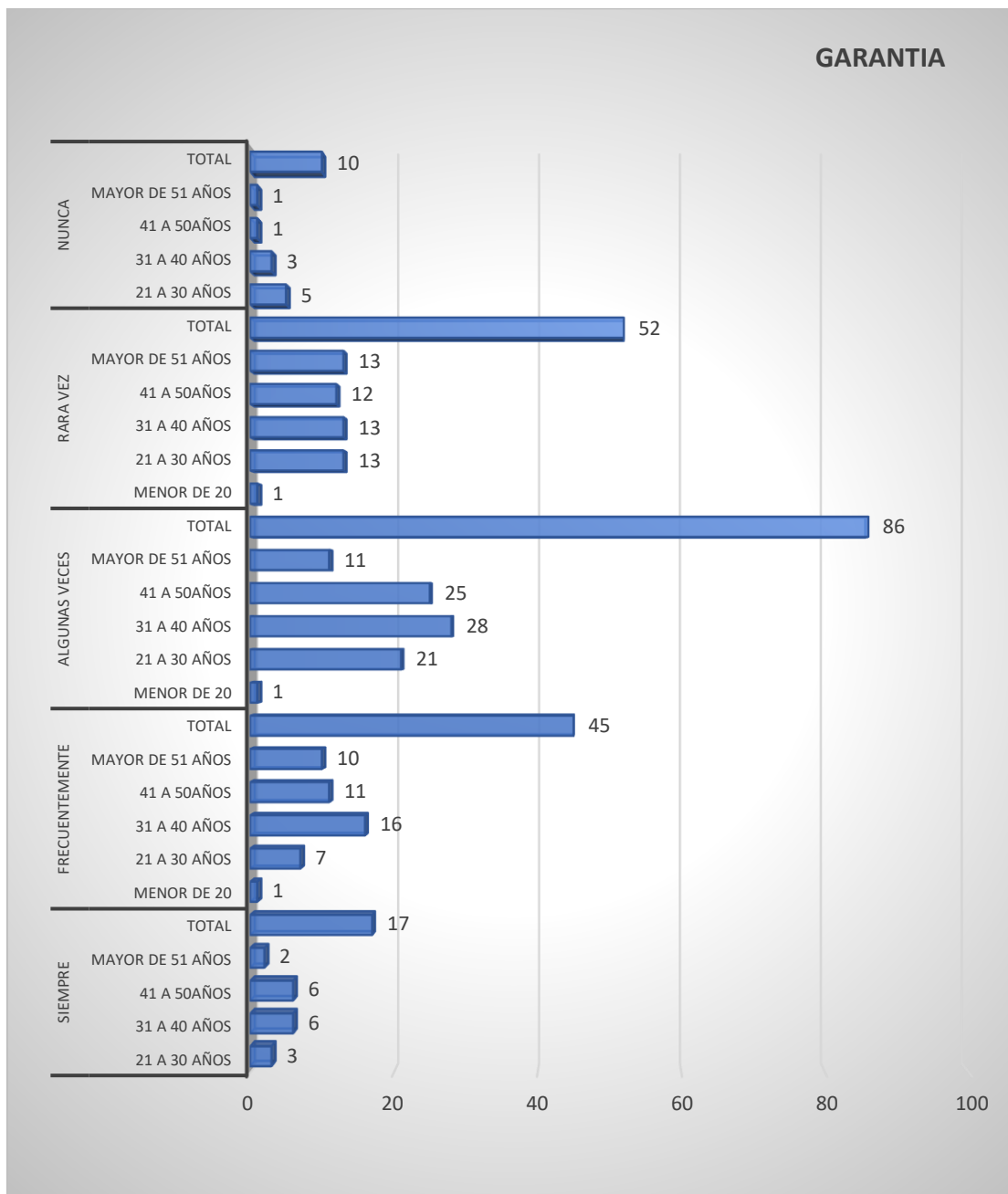


En la figura 11, se pone en evidencia que la mayor proporción obtenido en la dimensión diligencias esta entre el grupo etario de 31 a 40 años de edad lo que demuestra que los usuarios perciben solo algunas veces que el personal que labora el hospital demuestra disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar servicio rápido.



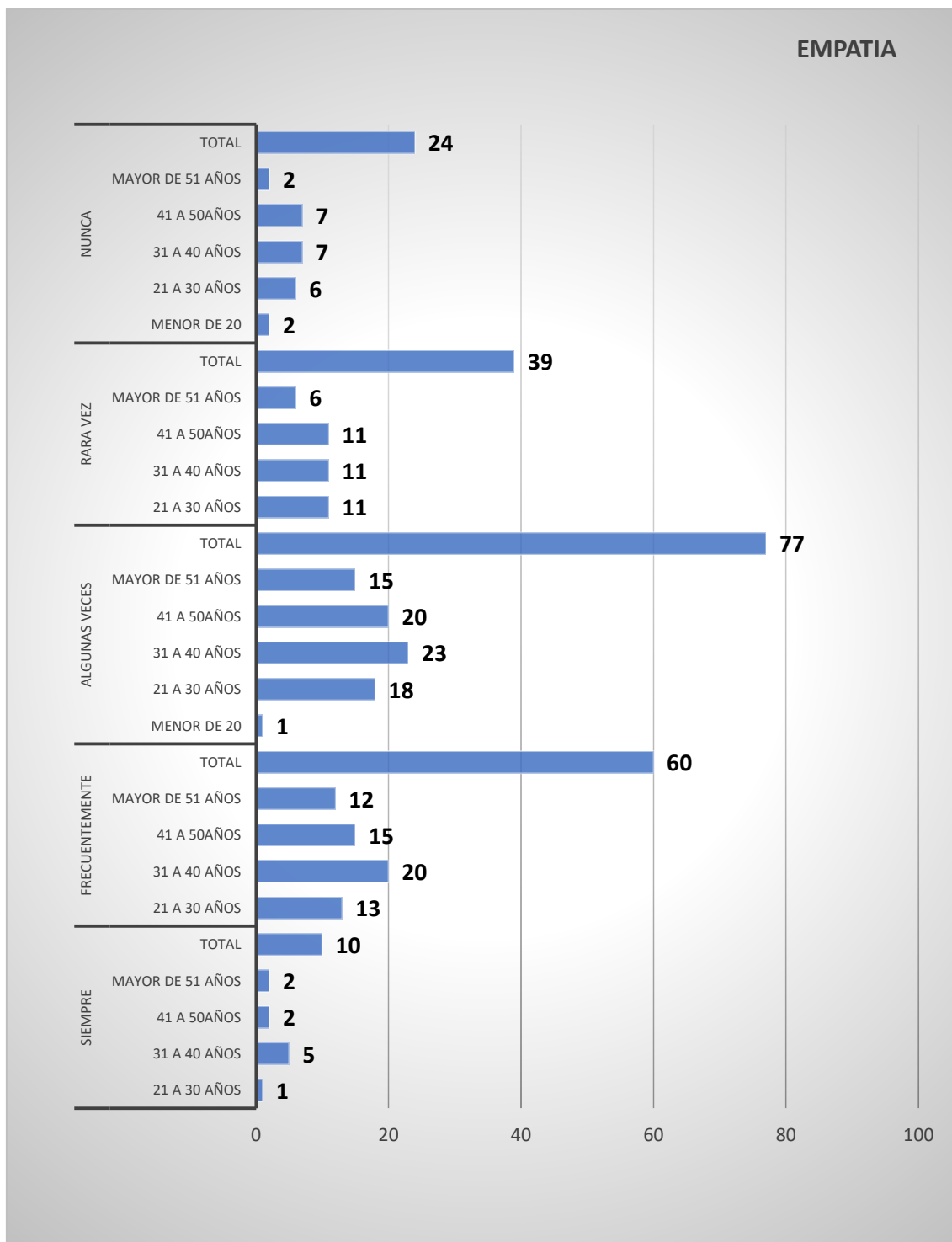
**Figura 11. Dimensión de la calidad de servicio – Diligencia respecto a la edad del encuestado.**

En la figura 12; la dimensión de la calidad del servicio garantía esta percibida solo en algunas veces entre los encuestados entre las edades de 31 a 40 años, considerando que al momento de recibir el servicio es evidente que la seguridad y conocimientos en la atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza es demostrado algunas veces lo que dificulta garantizar un servicio adecuado.



**Figura 12. Dimensión de la calidad de servicio – Garantía respecto a la edad del encuestado.**

En la figura 13, se puede observar que el grupo etario que esta entre 31 a 40 años percibe la dimensión de la empatía solo algunas veces considerando que el personal que labora en el hospital demuestra atención individualizada y comprensión de cliente se da solo algunas veces.

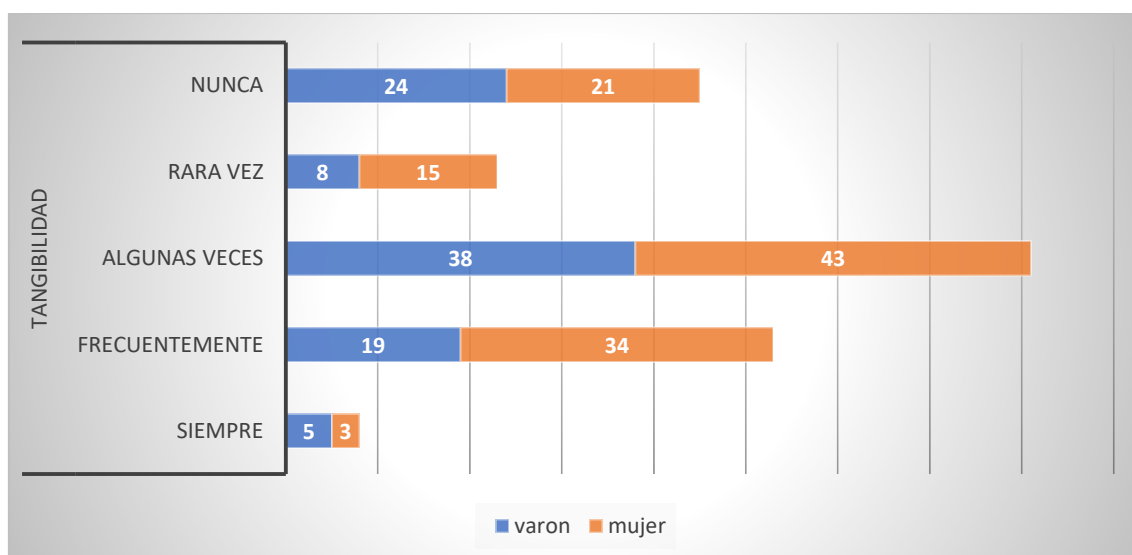


**Figura 13. Dimensión de la calidad de servicio – Empatía respecto a la edad del encuestado.**

#### 4.4.4. Hipótesis Específica: Las diferencias entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a los varones y mujeres son significativas.

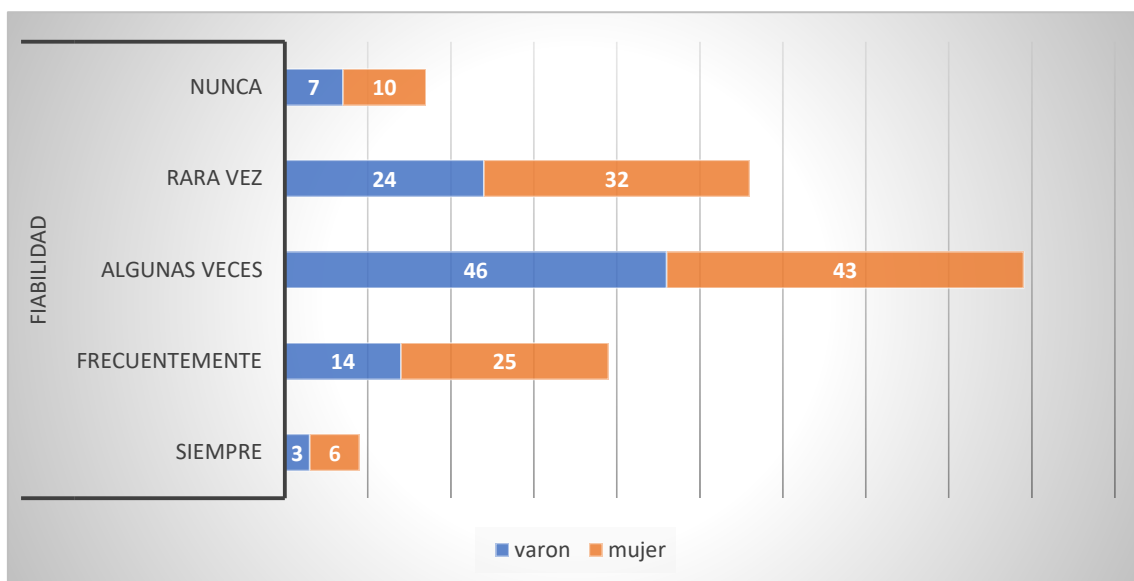
Las estimaciones porcentuales para identificar las diferencias entre Calidad de Servicio que brinda el hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca respecto a los varones y mujeres.

Estas dos variables sexo y calidad del servicio son independientes el Chi cuadrado sig. = 0,000 <0,05, y  $r_{xy} = 0.501$  lo que muestra es una correlación positiva y relativamente fuerte lo que hace aceptar la hipótesis específica por ser significativa.



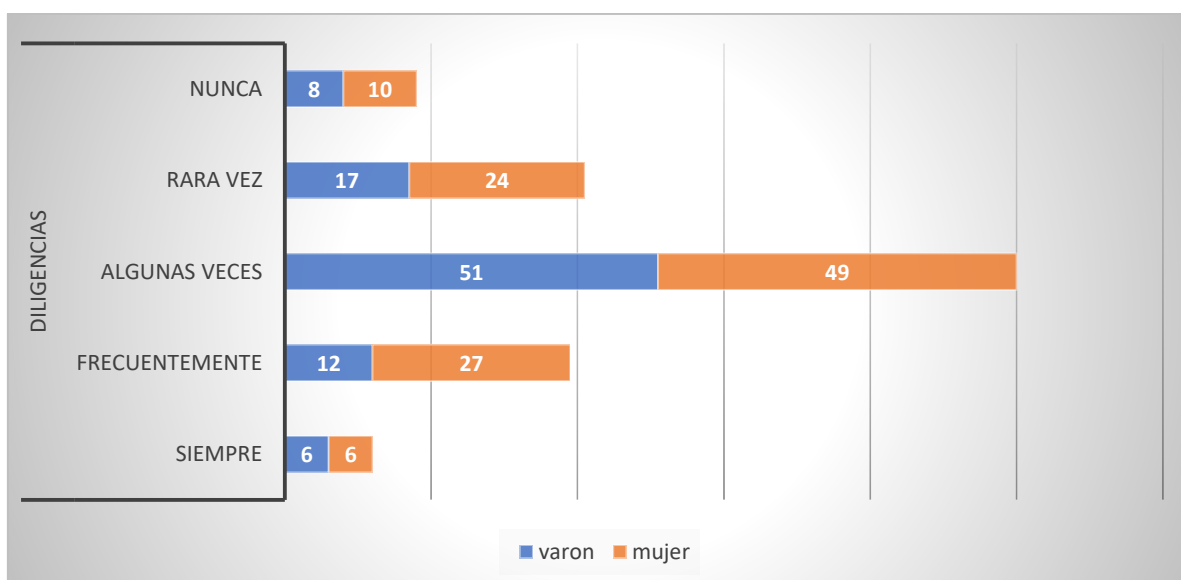
**Figura 14. Dimensión de la calidad de servicio – Tangibilidad respecto al sexo del encuestado.**

En la Figura 14, se puede observar que en la dimensión tangibilidad los encuestados indican que algunas veces forma parte de su percepción al momento de considerar un criterio de calidad del servicio en mujeres con un 43% respecto a los varones con un 38%.



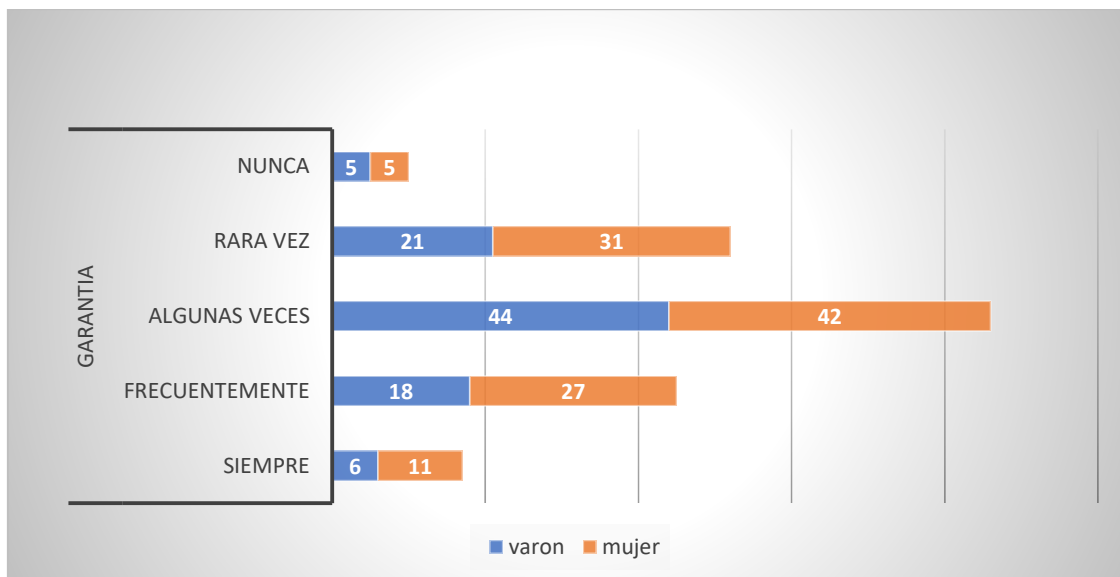
**Figura 15. Dimensión de la calidad de servicio – Fiabilidad respecto al sexo del encuestado.**

En la Figura 15, se pone en evidencia la diferencia entre un porcentaje bastante pequeño en reconocer que la fiabilidad es decir la capacidad de respuesta que se observa para no cometer errores es solo algunas veces los varones con un porcentaje de 46% y las mujeres en un 43%.



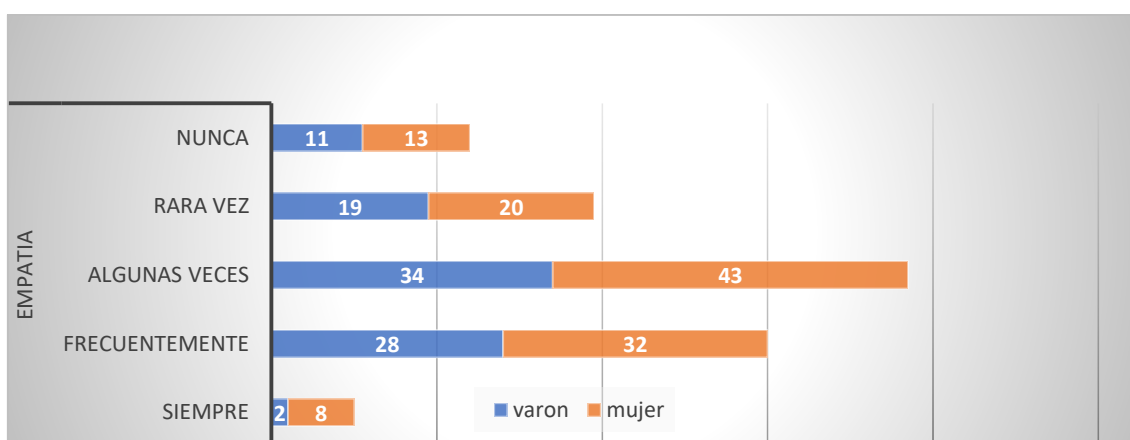
**Figura 16. Dimensión de la calidad de servicio – Diligencias respecto al sexo del encuestado.**

En la Figura 16, con respecto a las diligencias en la efectividad, disponibilidad, y profesionalidad demostrada al momento de recibir el servicio en el hospital Carlos Monge Medrano de Juliaca, se encuentra en la valoración de algunas veces en un 51% percibido por varones respecto a un 49% de mujeres.



**Figura 17. Dimensión de la calidad de servicio – Garantía respecto al sexo del encuestado**

En la Figura 17, con lo que respecta a la dimensión garantía son los varones que con un 44% y con un 42% de las mujeres consideran que algunas veces han percibido que el servicio garantizado con conocimientos y atención mostrados por los trabajadores del hospital y sus habilidades inspirara credibilidad y confianza.



**Figura 18. Dimensión de la calidad de servicio – Empatía respecto al sexo del encuestado.**

El la Figura 18, la dimensión de empatía es percibida por un 43% respecto a las mujeres y solo en un 34% varones solo algunas veces consideran este resultado que demuestra que tanto la atención personalizada y comprensión del cliente no es una constante en la atención y solo es percibida algunas veces.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

---

Los encuestados de este estudio fueron 210 personas que fueron el público usuario de los servicios del Hospital Carlos Monge Medrano de la ciudad de Juliaca de los cuales 45% eran varones y el 55% eran mujeres. La edad de los encuestados oscila entre Menor de 20 con 1,4%, 21 a 30 años con 23,3%, 31 a 40 años con 31,4%, 41 a 50 años con 26,2% Mayor de 51 años 17,6%.

La evaluación de los niveles de las diferentes dimensiones de la calidad de servicio en el mismo que se comparan las expectativas y percepciones que son relativamente aceptables, las expectativas de los encuestados estiman la media, lo que es importante subrayar es que, a pesar de las expectativas en promedio, los usuarios han evaluado positivamente casi todos los aspectos de la calidad del servicio que se refleja en los valores positivos de la brecha en casi todas las dimensiones.

El resultado revela que los usuarios resultaron satisfechos en cierta medida en toda dimensión de servicio (brecha positiva), los valores porcentuales son relativamente bajos con 0,51 entre Expectativa - Percepción; debido a que el servicio brindado al usuario es todo un proceso bastante engorroso el mismo que es cuestionado por una serie de falencias ya evidenciadas en algunas dimensiones como en la Diligencia y Empatía. Es evidente que a partir de las declaraciones de los usuarios se notaron cierta molestia a la hora de la valoración del servicio prestado por el hospital afirmando que la situación necesita mejoras.

La edad es un factor que índice relativamente significativo en la percepción y expectativa de la calidad de servicio, en la dimensión de Tangibilidad, en forma porcentual las edades entre 21 a 30 años (26%). algunas veces consideran que la apariencia del hospital y la de los trabajadores que proporciona el servicio es incidente al momento de generar una buena percepción de la calidad del servicio. Mientras que entre las edades menores de 20 años (01 %) rara vez consideran que la apariencia del hospital y la de los trabajadores que proporciona el servicio es incidente al momento de brindar el servicio.



Las cinco dimensiones muestran un mensaje importante para los responsables de la dirección del hospital, que deben dirigir todos sus esfuerzos para mejorar en las dimensiones en forma necesaria en referencia a los equipos, empatía, diligencia con el usuario para que en el futuro se mejore la imagen. Este resultado también tiene que ver mucho con las expectativas y la experiencia de los usuarios, ya que la exigencia y las observaciones siempre estarán presentes mientras no se haga el esfuerzo de mejorar el servicio en el hospital.

Dando la respuesta al tercer objetivo específico, se conoce y concluye, que el sexo es un factor que índice relativamente significativa en la percepción y expectativa de la calidad de servicio. La estimación de la calidad del servicio con respecto al sexo del encuestado, indican que a través de los ojos de los usuarios entre el varón con cuales 45% son varones y el 55% son mujeres, difiere considerablemente en las siguientes dimensiones:

Tangibilidad, el 43% de mujeres consideran que algunas veces forma parte de su percepción al momento de considerar el servicio prometidos en forma fiable y cuidadosa y el 24% de varones consideran que rara vez el servicio brindado es de forma fiable y cuidadosa y en la Fiabilidad, el 46% de varones algunas veces consideran la capacidad de respuesta que se observa para no cometer errores por parte de los empleados del hospital y el 32% de mujeres rara vez consideran la importancia para no cometer errores por parte de los empleados del hospital en una intervención médica.

Es necesario también indicar que las mujeres son el público usuario más recurrente al hospital por una serie de motivos sean estos vacunas y controles a sus menores hijos, planificación familiar y otros a pesar de la relativa significancia de la percepción y expectativa la estimada en forma porcentual donde las dimensiones están en una relativa aceptación volverían de nuevo a este hospital por contar con recursos financieros limitados para asistir a instituciones de salud privadas.

Finalmente se concluye que los usuarios consideran en general como aceptables la imagen de los médicos y enfermeras a higiene, sin embargo, la mayoría muestra y coincide que a veces no son escuchados y atendidos adecuadamente. En cuanto a los equipos de atención la mayoría de los

encuestados califican de defectuoso para la atención necesaria como los equipos de monitores de signos vitales, lámparas quirúrgicas, cardiotocógrafos, ecógrafos, radiofrecuencias, tomógrafos, etc. Finalmente, los resultados de la investigación evidencian un gran reto que debe asumir el Hospital Carlos Monge Medrano de Juliaca con el objetivo de mejorar un derecho básico reconocido universalmente como es la salud, el estado debe considerar en forma integral y progresiva que los servicios médicos deben reflejar una alta calidad.

## CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

---

A las autoridades del Gobierno Regional y Central fortalecer en los elementos tangibles; infraestructura y materiales y equipos nuevos, básicos y necesarios para garantizar una buena calidad de atención y satisfacción de la usuaria que acuden a los servicios y a la institución Hospital Carlos Monge Medrano.

Para mejorar la percepción de la dimensión resultado, los directivos deben tener en cuenta y consideración las necesidades laborales de los profesionales de salud y las observaciones escritas por los usuarios en el libro de reclamaciones, a la vez mejorar la calidad de información que se brinda a los usuarios en relación a la enfermedad, evolución, procedimientos, diagnóstico, tratamiento del malestar. Generando así una confianza del usuario hacia el profesional de salud y en la institución

Se recomienda ampliar el estudio de calidad del servicio en función a otras variables como el grupo etario, modalidades de contratos por los funcionarios que laboran en el hospital para relacionar y obtener como resultado un estudio más holístico de la realidad de una entidad pública.

Se recomienda incorporar metodología cualitativa comparativa correlacionales en función a la fenomenología, para generar datos referentes a las percepciones y expectativas del usuario más detalladas y completas.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

---

Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, L. (2006). Metodología de la Investigación. Cuarta edición. Edit. McGraw-Hill. DF, México

Hernández, Roberto, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2003). Metodología de la Investigación. 3° edición. Edit. McGraw-Hill. México

Albretch, K. (1994). Todo el poder al cliente: el nuevo imperativo de la calidad del servicio. Barcelona: Editorial Paidós.

Berry, L. L. (1996). Un buen servicio ya no basta. Cuatro principios del servicio excepcional al cliente. Bogotá, Edit. Norma. Colombia.

Becker, H. S. (1960). Notes on the concepts of commitment. American Journal of Psychology, 66, 32-62.

Cabrera Rioja, Luis Alberto (2007). "Lineamientos de un plan estratégico para el mejoramiento de la calidad del servicio brindado en el Hospital Militar Central de Lima". Facultad de Farmacia y Bioquímica. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Programa Cybertesis PERÚ. Email: [lucariodoc@yahoo.com](mailto:lucariodoc@yahoo.com). Perú.

Castro Pulcha, Bernardo Elías (2007). "La Calidad del servicio tercerizado en la banda ancha de Telefónica del Perú SAA", Facultad de Ciencias Administrativas Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Programa Cybertesis PERÚ. Email: [bcastro@tp.com.pe](mailto:bcastro@tp.com.pe). Perú.

Pelaes León, Oswaldo Clemente (2005). "Hacia la calidad de los servicios de las empresas contratistas de Telefónica del Perú", Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Programa Cybertesis PERÚ. Email: [oswaldo.pelaes@t-empresas.com.pe](mailto:oswaldo.pelaes@t-empresas.com.pe). Perú.

Cristina Bayona Sáez, Salomé Goñi Legaz, Cristina Madorrán García (2000) "Compromiso organizacional: *implicaciones para la gestión estratégica de los recursos humanos*". Revista europea de dirección y economía de la empresa, ISSN 1019-6838, Vol. 9, N° 1, 2000, págs. 139-149

Cohen, A., Lowenberg, G. (1990): "A re-examination of the Side-Bet theory as applied to Organizational Commitment: a meta-analysis". Human Relations, Vol. 43, N° 10, pág. 1.015-1.050.

Robbins, S. (1996). Comportamiento organizacional. Teoría y práctica. Edit. McGraw-Hill. México

Stoner, Joseph; Hughes, Charles y Tight, Marlon (1996), Administración. 6° Edición. Pearson Educación Edit. Prentice-Hall Hispanoamericana. Prentice-Hall Hispanoamericana. México.

Carmen Salvador Ferrer, Rubén Hernández Vaquero (2006) Participación y Compromiso en la Calidad de los Servicios Paraguayos. Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology - 2006, Vol. 40, Num. 3 pp. 363-370. Universidad de Almería. España

Grönroos, C. (1994). Marketing y gestión de servicios. La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Madrid, Edit. Díaz de los Santos. España.

Muñoz Meza, José Luis, (2003) "Desarrollo de métodos de medición para evaluar la calidad de servicio en el acceso a Internet". . Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Programa Cybertesis PERÚ. Facultad de Ingeniería Electrónica y Eléctrica Email: jmunoz@inictel.gob.pe

Marcos Pascual S., Juan Pascual L., María D. Frías N. y Jesús Rosel R. (2006) Calidad de servicio en supermercados: una propuesta de medición. Universitat de València y Universitat. Jaume I de Castelló, Inmerco Marketing (Valencia), Psicothema 2006. Vol. 18, nº 3, pp. 661-667 ISSN 0214 - 9915 CODEN PSOTEG web: www.psycothema.com Copyright © 2006 Psicothema.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49, 41-50.

Roxana Huamán H; Karen Alfaro M.; Carlos Vílchez R. (2008) Evaluación de la calidad del servicio de una biblioteca universitaria: la experiencia del LibQUAL+ en cinco facultades de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Biblios ISSN 1562-4730 *versión on-line*

- Ruiz Olalla, C. (2001): "Gestión De La Calidad Del Servicio". México: Limusa.
- Vázquez Casielles, R. (1996) Estructura Multidimensional De La Calidad De Servicio. Documento de Trabajo 119/96. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Oviedo.
- Cerezo, Pedro (1996) La Calidad Del Servicio Como Elemento Estrategico Para Fidelizar Al Cliente. Edit. Omega. Buenos Aires
- Reboloso, E. (1999). La evaluación de la calidad como estrategia de supervivencia y futuro de la universidad. Universidad de Almería. Edit. Servicio de publicaciones. España.
- Reichers, A. E. (1985). A review and reconceptualization of organizational commitment. *Academy of Management Review*, 10(3), 465-476.
- E. Babakus, G.W. Boller. (1992) An empirical assessment of the SERVQUAL scale *Journal of Business Research*, 24 (3) (1992), pp. 253-268 [http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963\(92\)90022-4](http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963(92)90022-4).
- E. Babakus, W.G. Mangold (1992) Adapting the SERVQUAL scale to hospital services: An empirical investigation *Health Services Research*, 26 (6) (1992), pp. 767-786
- Parasuraman, V.A. Zeithaml, L.L. Berry (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1) (1988), pp. 12-40
- Taylor S.A., T.L. Baker (1994) An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions *Journal of Retailing*, 70 (2) (1994), pp. 163-178
- Karl Albrecht (1994) Vocación de servicio, ISSN 0328-9117, Vol. 4, N°. Extra 1, 1999, págs. 65-75
- Cevallos, J. (2015). Medición de la calidad del servicio de un comedor universitario utilizando SERVQUAL y desarrollo de un modelo de ecuaciones

estructurales. Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial 18(1): 31-39 (2015) UNMSM ISSN: 1560-9146 (Impreso) / ISSN: 1810-9993 (Electrónico)

Leyzeaga, M.; Azuaje, J.; Mejías, A.. La calidad de los servicios médicos asistenciales: estudio de caso en una institución privada. revista de la Facultad de Ingeniería Industrial 17(1): 16-23 (2014) UNMSM ISSN: 1560-9146 (Impreso) / ISSN: 1810-9993 (Electrónico)

## VIII. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA

CREADA POR LEY N° 29074

Semilleros en investigación "CEINGEP"

### ENCUESTA



Estimado Usuario, la encuesta que usted gentilmente va a contestar y que es de carácter Anónimo, está orientada a una investigación sobre aspectos relevantes de la calidad del servicio, Esta investigación pertenece al programa de Semilleros en Investigación "CEINGEP" de la Universidad Nacional de Juliaca de la Carrera Profesional "GESTION PUBLICA Y DESARROLLO SOCIAL" . Tus respuestas son de gran importancia, estamos consiente que el grado veracidad y honestidad que aplicará en esta encuesta son el reflejo de la realidad.

No hay respuestas correctas ni incorrectas; sólo que nos interesa que nos indique un número que refleje con precisión lo que piensa del servicio.

Muy en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo. ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Muy de acuerdo	5

ÍTEMS	Muy en desacuerdo	Muy de Acuerdo
1. El Hospital Carlos Monge Medrano tienen equipos de apariencia moderna.	1	2 3 4 5
2. Las instalaciones físicas del El Hospital Carlos Monge Medrano son visualmente llamativas	1	2 3 4 5
3. Los trabajadores del Hospital Carlos Monge Medrano tienen apariencia encantador(a).	1	2 3 4 5
4. En el Hospital Carlos Monge Medrano los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, y pancartas, etcétera) son visualmente atractivos.	1	2 3 4 5
5. Los trabajadores del el Hospital Carlos Monge Medrano prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	1	2 3 4 5
6. Cuando el usuario tiene un problema, los trabajadores del el Hospital Carlos Monge	1	2 3 4 5



Medrano muestran un sincero interés en solucionarlo.	
7 Los trabajadores del el Hospital Carlos Monge Medrano realizan bien el servicio a la primera vez.	1 2 3 4 5
8. En el Hospital Carlos Monge Medrano concluyen el servicio al usuario en el tiempo prometido.	1 2 3 4 5
9. En el Hospital Carlos Monge Medrano insisten en mantener registros exentos de errores.	1 2 3 4 5
10. En el Hospital Carlos Monge Medrano, los trabajadores comunican a los usuarios cuándo concluirá la realización del servicio.	1 2 3 4 5
11. En el Hospital Carlos Monge Medrano, los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.	1 2 3 4 5
12. En el Hospital Carlos Monge Medrano, los trabajadores siempre están dispuestos a dar su servicio.	1 2 3 4 5
13. En el Hospital Carlos Monge Medrano, los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los usuarios.	1 2 3 4 5
14. El comportamiento de los trabajadores del Hospital Carlos Monge Medrano los transmiten con confianza a sus usuarios.	1 2 3 4 5
15. Los usuarios del Hospital Carlos Monge Medrano, se sienten seguros en sus trámites con el hospital.	1 2 3 4 5
16. En el Hospital Carlos Monge Medrano, los trabajadores son siempre amables con los usuarios.	1 2 3 4 5
17. En el Hospital Carlos Monge Medrano, los trabajadores tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios.	1 2 3 4 5
18. El Hospital Carlos Monge Medrano da a sus usuarios atención individualizada.	1 2 3 4 5
19. En el Hospital Carlos Monge Medrano, tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.	1 2 3 4 5
20. El Hospital Carlos Monge Medrano, tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios.	1 2 3 4 5
21. En el Hospital Carlos Monge Medrano, se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	1 2 3 4 5
22. En el Hospital Carlos Monge Medrano, comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	1 2 3 4 5