

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
ALTOANDINA DE TARMA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo”
distrito de Tarma, 2024**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor:

Bach. Yerson Huaman Noriega

Asesor:

Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas

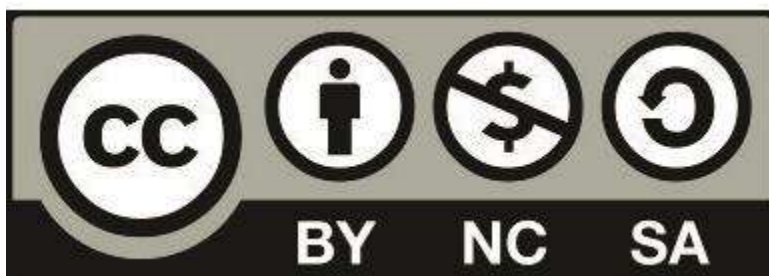
Línea de investigación:

Determinantes en la competitividad de las Mipymes

TARMA — PERÚ

2025

Licencia de acceso.



Metadatos complementarios

Datos del Autor	
Autor	
Nombres y apellidos	Yerson Huaman Noriega
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	72098404
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0003-5014-9583
Datos del Asesor	
Nombres y apellidos	Talita Melvi Cerrón Piñas
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70192586
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0000-4466-1247
Datos de los Miembros del Jurado Evaluador	
Presidente	
Nombres y apellidos	Rober Aníbal Luciano Alipio
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	19692169
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-9555-6690
Secretario	
Nombres y apellidos	Guido Amadeo Fierro Silva
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	19803757
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-2700-7408
Vocal	
Nombres y apellidos	Raúl Gómez Ccora
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	23271971
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-4899-9293
Datos de la investigación	
Línea de investigación	Medianas Empresas
Grupo de investigación	Determinantes en la competitividad de las Mipymes
Agencia de financiamiento	Autofinanciado
Ubicación geográfica de la investigación	Perú – Junín – Tarma – Tarma – Centro médico “El Pueblo”
Año o periodo de la investigación	2024
URL de disciplinas OCDE	5.02.04 – Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00

Conformidad del Asesor

Yo Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas, identificado con DNI N° 70192586 en mi calidad de Asesor de la tesis: Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito Tarma, 2024, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, desarrollado por el bachiller, Yerson Huaman Noriega de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, trabajo que cumple con los requisitos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y en la Directiva para la elaboración, presentación y sustentación de tesis en la Facultad de Ciencias Administrativas. de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante las instancias.

Tarma, 20 de agosto de 2025



Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N° 0008 EPA-FCA-2025

En la Ciudad Universitaria, a los18..... días del mes de NOVIEMBRE del año 2025, siendo las ...11:00 AM... horas, en el Auditorio "Danton Hidalgo Valverde" de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, se reunieron los miembros del Jurado Evaluador, designado con Resolución N° 0083-2025-C-FCA/UNAAT de fecha 11 de noviembre de 2025.

Miembros del Jurado Evaluador:

- Presidente : Dr. Rober Aníbal Luciano Alipio.
- Secretario : Mg. Guido Amadeo Fierro Silva.
- Vocal : Mg. Raúl Gómez Ccora.

Con la finalidad de llevar a cabo el acto académico de sustentación de tesis: "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico "El pueblo", distrito de Tarma, 2024", para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, aprobado mediante Resolución N° 0083-2025-C-FCA/UNAAT, de fecha 11 de noviembre de 2025, donde se programa lugar, fecha y hora para el mencionado acto.

Sustentante:

Bach. Yerson Huaman Noriega.

Asesora:

Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas

Concluida la exposición y absuelto las preguntas, los miembros del Jurado Evaluador procedieron con la deliberación asignando la calificación siguiente:


Escala valorativa:

Excelente Bueno Regular Deficiente

Resultado final.

Aprobado Desaprobado Por: UNANIMIDAD

Para constancia se expide la presente Acta, en la ciudad de Tarma a los23..... días del mes de NOVIEMBRE de 2025.



 Dr. Rober Aníbal Luciano Alipio
 Presidente



 Mg. Guido Amadeo Fierro Silva
 Secretario



 Dr. Raúl Gómez Ccora
 Vocal

Certificado de similitud

Yo, Rober Anibal Luciano Alipio, Responsable de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma (UNAAT), CERTIFICO que la tesis: Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, desarrollado por el Bachiller: Yerson Huaman Noriega, de la Escuela Profesional de Administración, ha cumplido con los parámetros de originalidad y similitud, establecidos en Reglamento de Grados y Títulos de la UNAAT y demás normas universitarias. Según el software de verificación de similitud Turnitin, el documento evaluado cuenta con un 26% de similitud, nivel permitido para que prosiga el interesado con los trámites correspondientes para la publicación del documento académico en el repositorio institucional.

Se emite el presente certificado de acuerdo a lo establecido en la normatividad universitaria vigente, como requisito para la obtención del título profesional correspondiente.


Tarma, 23 de octubre de 2025.



Declaración de autenticidad

Yo, Huaman Noriega Yerson, identificado con DNI N°72098404, Bachiller en Ciencias Administrativas de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma (UNAAT), DECLARO que en el desarrollo de la tesis: Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito Tarma, 2024, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, se ha seguido rigurosamente las normas académicas y administrativas de la Universidad y la Facultad. Dejando constancia de la autenticidad y originalidad de dicho documento; así mismo declaro bajo juramento que he seguido los procedimientos de ética en la investigación, que soy el autor de la redacción, aspectos metodológicos, organización del mismo y la diagramación correspondiente; además, doy garantía que todos los fundamentos teóricos se encuentran debidamente respaldados por la referencias, el porcentaje de similitud o nivel de coincidencias es menor al 30%, que se encuentra dentro de los márgenes establecidos por la universidad.

Tarma, 20 de agosto de 2025



Bach. Yerson Huaman Noriega
DNI. N°72098404



Declaración jurada de originalidad

Yo, Talita Melvi Cerrón Piñas, identificado con DNI N° 70192586, en mi condición de asesor de la Tesis: Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito Tarma, 2024, elaborada y presentada por el Bachiller Yerson Huaman Noriega.

Declaro bajo juramento:

Hago constar que he revisado el informe final de la tesis mencionada líneas arriba, la cual será presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Dejo constancia de la originalidad del trabajo desarrollado y declaro, bajo juramento, que durante la elaboración de dicha investigación se han seguido los procedimientos éticos establecidos para este tipo de estudios. Asimismo, el trabajo cuenta con una base teórica debidamente sustentada mediante citas y referencias apropiadas, y presenta un enfoque metodológico coherente con la naturaleza de la investigación. Los resultados han sido obtenidos de manera veraz y objetiva por los investigadores. Además, certifico que el porcentaje de similitud del documento se encuentra por debajo del 30%, límite máximo permitido por la normativa institucional vigente.

Por lo tanto, autorizo la presentación de la presente declaración jurada ante las instancias correspondientes.



Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas
DNI 70192586
Asesor

Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024

por Yerson Huaman Noriega

Fecha de entrega: 23-oct-2025 11:48a. m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2790256059

Nombre del archivo: INFORME_N_004-2025-UNAAT-FCA-EPA-YHN_-_CORTE.pdf (721.97K)

Total de palabras: 17276

Total de caracteres: 93764

⁵
**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
ALTOANDINA DE TARMA**

²⁹
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo”
distrito de Tarma, 2024.**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor:

Yerson Huaman Noriega

Asesor:

Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas

⁶⁹

Línea de investigación:

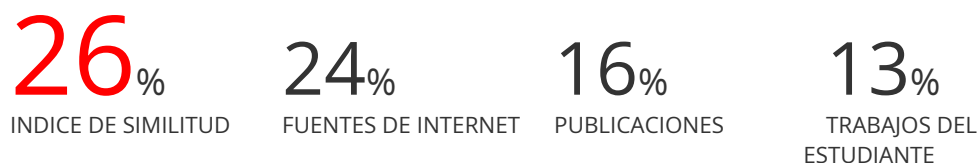
Determinantes en la competitividad de las Mipymes

TARMA — PERÚ

2025

Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico "El Pueblo" distrito de Tarma, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	6%
2	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unaat.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1%
8	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	1%
10	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
11	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	1%

12	Fuente de Internet	1 %
13	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1 %
14	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1 %
15	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
16	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	Flores Aedo, Mery. "La calidad en el servicio de atención al público y su relación en el nivel de satisfacción del usuario en las municipalidades provinciales de la zona norte del departamento de Puno, periodo 2023", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru) Publicación	<1 %
19	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %
20	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.uarm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

25	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	1library.co Fuente de Internet	<1 %
27	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Universidad Privada San Juan Bautista Trabajo del estudiante	<1 %
29	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1 %
31	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
32	Acosta Lopez, Alexander Astudillo Rodriguez, Christian Jesus Garcia Evertsz, Johanna More Ocampo, Jhoao. "Calidad del servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2020 Publicación	<1 %
33	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
34	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
35	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

37	Sergio Alejandro Quijano Duarte, Sonia Carolina Mantilla Toloza, Jaiver Moisés Arregoces Mieles, Claudia Magaly Espinosa Méndez et al. "Nível de atividade física, marcadores antropométricos e estilos de vida em estudantes de fisioterapia", Retos, 2025 Publicación	<1 %
38	repositorio.utelesup.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
39	Problema Anuario de Filosofía y Teoría del Derecho. "Revista completa", Problema. Anuario de Filosofía y Teoría del Derecho, 2021 Publicación	<1 %
40	repositorio.unamba.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
41	Anduaga, Fernando Ocampo. "La Calidad de Servicio en el Canal de Cajeros Corresponsales en Instituciones Financieras en Lima Metropolitana y Callao.", Pontificia Universidad Católica del Perú - CENTRUM Católica (Peru), 2020 Publicación	<1 %
42	dokumen.tips Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
44	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	<1 %
45	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

47 Melissa Sarita, Gómez Loayza Nancy | Joel Percy, Bernuy Navarro | Alfredo Jorge, Campomanes Campomanes | Jonathan Pierre et al. "Modelo Prolab: Jamp, una Propuesta Sostenible Para Mejorar la Atención Médica Oportuna de los Pacientes del 1er Nivel de Atención de Salud en la Ciudad de Lima", Pontificia Universidad Católica del Perú (Peru)
Publicación

<1 %

48 Submitted to North Eastern Regional Institute of Science and Technology
Trabajo del estudiante

<1 %

49 repositorio.ujcm.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %

50 Jessica Tatiana Galindo-Silva, Eddy Wilfredo Silva-Cruz, Monica Elizabeth Accacusi-Kañahuire, Brian Andréé Meneses-Claudio. "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Avicola Mario S.A.C. 2024", AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería, 2025
Publicación

<1 %

51 Quintana Ruidías, Héctor Daniel. "La gestión de calidad en la capacitación y su incidencia en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de Piura cercado 2019", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)
Publicación

<1 %

52 Veliz Rojas, Maria Isabel. "Calidad percibida por los usuarios externos e internos frente a los servicios que reciben en los centros de referencia para infecciones de transmisión sexual (CERITS) de la DISA II Lima Sur (agosto a octubre del 2011).", Pontificia Universidad

<1 %

53 Maria Luisa Nolé Fajardo. "El diseño del aula como facilitador del aprendizaje: el papel de la luz, el color y la dimensión en los procesos cognitivos.", Universitat Politecnica de Valencia, 2024

Publicación

<1 %

54 Percy-Lai-Yin Kwok, William-Wei-Lin Wang. " Entrepreneurial leadership of academic managers in cram schools under double reduction policy in : conceptualizing competencies and resilience () ", Journal for the Study of Education and Development, 2023

Publicación

<1 %

55 Rubio Castillo, Robert Simón. "La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)

Publicación

<1 %

56 Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola

Trabajo del estudiante

<1 %

57 Diego Palacios, Christian Berger. "Are good students desirable friends? Evidence for friendship selection among elementary students / ¿Son los buenos estudiantes amigos deseables? Evidencia para la selección de amistad entre estudiantes de educación primaria", Estudios de Psicología, 2015

Publicación

<1 %

58 core.ac.uk

59 repositorio.upeu.edu.pe:8080

Fuente de Internet

<1 %

60 "Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 37 (2021) (VOLUME IV)", Brill, 2023

Publicación

<1 %

61 Cesar Loo Gil. "Gestión estratégica apoyada en modelo de ecuaciones estructurales para la satisfacción de usuarios hospitalarios", Dataismo, 2021

Publicación

<1 %

62 Mamani Miranda, Rosario Maria. "Calidad de servicio de los alojamientos rurales y su influencia en la demanda turística de la Isla de Amantani - 2016", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru)

Publicación

<1 %

63 Quero Navarro, Beatriz de. "Marketing Systems' Analysis in Intercultural Tension Contexts: Implications for Sustainable Prosperity of Syrian Refugees in Lebanon", Universidad Loyola (Spain), 2023

Publicación

<1 %

64 Rodas Trujillo, Karem Justhin. "Nivel de satisfacción del usuario y calidad de atención brindada en el servicio de farmacia. Centro de salud Miraflores Alto_Chimbote, 2021", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)

Publicación

<1 %

65 Valdez Molina, Elsa Paola | Saca Aquino, Ishair | Guevara Garcia, Jhon Franco | Aybar

<1 %

Galdos, Josue Alcibiades. "Calidad en el servicio al cliente en el transporte publico urbano en la provincia del Cusco.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2020

Publicación

66

repositorio.ulasamericas.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

67

Hallasi Colque, Luz Karem. "Calidad de servicio y satisfacción del usuario/ria del Centro Emergencia Mujer en Comisaría Puno, 2019", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru)

Publicación

<1 %

68

Maza Neyra, Amparo Soledad. "Calidad de atención y satisfacción del usuario externo en el Hospital Regional Eleazar Guzmán Barrón_Nuevo Chimbote, 2019", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)

Publicación

<1 %

69

Pichén León, Yhany Abelina. "Nivel de satisfacción de las usuarias y calidad de la atención en el consultorio de Obstetricia, Puesto de Salud San Juan_Chimbote, 2021", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)

Publicación

<1 %

70

Rafael Marcial Rodríguez Pablos. "Estudio del control ambiental, hormonal y molecular de la pubertad anticipada de la lubina aplicando ventanas de corta duración de luz continua.", Universitat Politecnica de Valencia, 2020

Publicación

<1 %

71

Siccha Tuesta, Victor. "Comunicación en salud y satisfacción del usuario, Microred

<1 %

72

(Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012.

Publicación

<1 %

73

Llanos Abanto, María Josefina. "Satisfacción de las madres de menores de cinco años del Seguro Integral de Salud y Calidad de Atención en el Departamento de Farmacia. Hospital Regional Docente de Trujillo 2017", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)

Publicación

<1 %

74

Martínez Asmad, Manuel Augusto. "Calidad del servicio educativo y satisfacción de los estudiantes en la escuela profesional de Odontología de la universidad alas peruanas Trujillo La Libertad 2015-II", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)

Publicación

<1 %

75

Turpo Aliaga, Bertelly. "Calidad de servicio del personal de salud y la satisfacción del usuario en el área de telemedicina en el Hospital Manuel Núñez Butrón - Puno", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru)

Publicación

<1 %

DEDICATORIA

Yerson Huaman Noriega

Dedico este trabajo a todos aquellos que valoran el esfuerzo y el compromiso con el crecimiento profesional. Este proyecto representa el resultado de mi dedicación y perseverancia en alcanzar los objetivos planteados.

AGRADECIMIENTO

Yerson Huaman Noriega

Expreso mi gratitud a todas las personas que, directa o indirectamente, ofrecieron su apoyo y contribuyeron al desarrollo de este trabajo. Sus aportes fortalecieron cada etapa del proceso investigativo. Del mismo modo, reconozco el compromiso, la disciplina y la dedicación personal que hicieron posible la culminación de este proyecto académico.

PRESENTACIÓN

Yerson Huaman Noriega

El presente trabajo de investigación, titulado "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico 'El Pueblo' del distrito de Tarma, 2024", ha sido desarrollado con el propósito de aportar al proceso de mejora continua en los servicios de salud en el ámbito local. La importancia de este estudio radica en la necesidad de garantizar servicios de salud de alta calidad, que respondan eficazmente a las expectativas y necesidades de los usuarios. En este contexto, la investigación se centra en dos variables fundamentales; la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Para evaluar estas variables, se ha empleado el modelo SERVQUAL, reconocido por su capacidad para medir la percepción de la calidad del servicio a través de cinco dimensiones clave: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

El enfoque cuantitativo adoptado en este estudio permite una medición precisa y objetiva de las percepciones de los pacientes, lo que facilita la identificación de fortalezas y áreas de mejora en los servicios brindados por el centro médico. Mediante la recolección y análisis de datos numéricos, se logró identificar patrones de percepción y correlaciones significativas entre la calidad percibida del servicio y el nivel de satisfacción del cliente. Los hallazgos de esta investigación proporcionan no solo un diagnóstico de la situación actual del centro médico "El Pueblo", sino también recomendaciones prácticas orientadas a optimizar la calidad del servicio. Estas sugerencias buscan impactar positivamente en la experiencia de los pacientes, aumentando su nivel de satisfacción y, en consecuencia, fomentando su confianza y lealtad hacia los servicios de salud ofrecidos en la región. En resumen, el estudio aporta un marco sólido para la toma de decisiones que favorecen la mejora en la gestión y prestación de los servicios de salud en el distrito de Tarma.

El estudio se divide en cuatro capítulos, organizados de manera que cada uno aborde aspectos

clave de la investigación y su desarrollo.

En el Capítulo 1: Introducción, se presenta la situación problemática que da origen a la investigación, junto con la formulación del problema, que incluye tanto el problema general como los problemas específicos. Asimismo, se desarrollan las justificaciones teórica, metodológica y práctica, destacando la relevancia del estudio en diferentes ámbitos. El capítulo también define los objetivos, desglosados en general y específicos, y formula las hipótesis correspondientes, las cuales son fundamentales para guiar el análisis.

El Capítulo 2: Marco Teórico se centra en los antecedentes de la investigación, con una revisión de estudios tanto internacionales como nacionales relacionados con la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Además, se desarrollan las bases teóricas, que incluyen los conceptos, modelos, dimensiones e indicadores para ambas variables. También se incluye un glosario que aclara los términos clave utilizados en la investigación.

En el Capítulo 3: Metodología, se detallan el enfoque y los métodos de investigación, el tipo, nivel y diseño, así como la población, muestra, muestreo y unidad de análisis. También se describen las técnicas e instrumentos de recolección de datos, con énfasis en su validez y confiabilidad, y se abordan los aspectos éticos relacionados con la investigación, como la beneficencia y el respeto a la autonomía.

Finalmente, el Capítulo 4: Resultados y Discusión presenta un análisis detallado de los resultados descriptivos e inferenciales, incluyendo pruebas de normalidad y de hipótesis. Se expone la presentación y discusión de los principales resultados, integrando comparaciones con estudios anteriores, implicancias teóricas y prácticas, limitaciones del estudio, y propuestas para futuras investigaciones. Este capítulo conecta los hallazgos con los objetivos y marcos teóricos planteados inicialmente, ofreciendo una visión integral del fenómeno estudiado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Situación problemática.....	7
1.2. Formulación del problema.	9
1.2.1. Problema general.	9
1.2.2. Problemas específicos.	9
1.3. Justificación.....	10
1.3.1. Justificación teórica.	10
1.3.2. Justificación metodológica.	11
1.3.3. Justificación práctica.	11
1.4. Objetivos.	12
1.4.1. Objetivo general.....	12
1.4.2. Objetivos específicos.	12
1.5. Hipótesis.....	13
1.5.1. Hipótesis general.....	13
1.5.2. Hipótesis específicas.	13
II. CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.	14
2.1. Antecedentes de la investigación.....	14
2.1.1. Antecedentes internacionales	14
2.1.2. Antecedentes nacionales	15
2.2. Bases teóricas.	19
2.2.1. Calidad de servicio.....	19
2.2.1.1. Conceptos.....	19
2.2.1.2. Modelo conceptual de la calidad de servicio.....	21
2.2.1.3. Dimensiones	25
2.2.1.4. Indicadores	27
2.2.2. Satisfacción del cliente.....	28
2.2.2.1. Concepto	28
2.2.2.2. Modelo conceptual para satisfacción del cliente	31
2.2.2.3. Dimensiones	35
2.2.2.4. Indicadores	36
2.3. Glosario.....	37
III. CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....	40
3.1. Enfoque y métodos.	40

3.1.1.	Enfoque de Investigación	40
3.1.2.	Métodos de Investigación.....	40
3.2.	Tipo, nivel y diseño de investigación.	41
3.2.1.	Tipo de investigación	41
3.2.2.	Nivel de investigación.....	42
3.2.3.	Diseño de investigación	42
3.3.	Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.	43
3.3.1.	Población y muestra.	43
3.3.2.	Muestreo.....	44
3.3.3.	Unidad de Análisis	44
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	44
3.4.1.	Técnicas.....	44
3.4.2.	Instrumentos	45
3.5.	Aspectos éticos de la investigación.	49
IV.	CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	51
4.1.	Análisis, interpretación y explicación.....	51
4.2.	Resultados descriptivos.....	51
4.2.1.	Variable 1 / Calidad de servicio.....	52
4.2.2.	Variable 2 / Satisfacción del cliente.....	61
4.3.	Resultados Inferenciales.	66
4.3.1.	Prueba de normalidad.....	66
4.3.2.	Prueba de hipótesis	67
4.4.	Presentación y discusión de resultados	76
4.4.1.	Presentación de los principales resultados	76
4.4.2.	Discusión teórica.....	76
4.4.3.	Comparación con estudios anteriores	77
4.4.4.	Implicancias teóricas y prácticas	78
4.4.5.	Limitaciones	78
4.4.6.	Futuras investigaciones	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Resumen de confiabilidad de instrumento a través de Alfa de Cronbach</i>	47
Tabla 2 <i>Resumen de procesamiento de datos de la Calidad de Servicio.</i>	48
Tabla 3 <i>Resultados de tendencia central de las variables y dimensiones</i>	51
Tabla 4 <i>Resultados descriptivos de la variable Calidad de servicio</i>	52
Tabla 5 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Elemento tangible</i>	53
Tabla 6 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Fiabilidad</i>	55
Tabla 7 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Capacidad de respuesta</i>	56
Tabla 8 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Seguridad</i>	58
Tabla 9 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Empatía</i>	59
Tabla 10 <i>Resultados descriptivos de la variable Satisfacción del cliente</i>	61
Tabla 11 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Valor percibido</i>	62
Tabla 12 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Expectativa</i>	64
Tabla 13 <i>Hipótesis de prueba de normalidad</i>	66
Tabla 14 <i>Correlación de las variables</i>	67
Tabla 15 <i>Correlación de las variables</i>	69
Tabla 16 <i>Correlación de las variables</i>	70
Tabla 17 <i>Correlación de las variables</i>	72
Tabla 18 <i>Correlación de las variables</i>	73
Tabla 19 <i>Correlación de las variables</i>	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Modelo conceptual SERVQUAL de la calidad de servicio</i>	25
Figura 2 <i>Modelo SERVQUAL de calidad de servicio</i>	27
Figura 3 <i>Modelo de Desconfirmación de Expectativas de Oliver (1997)</i>	34
Figura 4 <i>Resultados descriptivos de la variable Calidad de servicio</i>	52
Figura 5 <i>Resultados de la dimensión Elemento tangible en el centro médico “El Pueblo”</i>	54
Figura 6 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Fiabilidad</i>	56
Figura 7 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Capacidad de respuesta</i>	57
Figura 8 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Seguridad</i>	59
Figura 9 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Empatía</i>	60
Figura 10 <i>Resultados descriptivos de la variable Satisfacción del cliente</i>	62
Figura 11 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Valor percibido</i>	63
Figura 12 <i>Resultados descriptivos de la dimensión Expectativa</i>	65

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo”, ubicado en el distrito de Tarma, durante el año 2024. Este estudio se fundamenta en la relevancia de ambos factores dentro de los servicios de salud, considerando su influencia directa en la percepción y fidelización de los pacientes. Se aplicó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, utilizando cuestionarios estructurados con escala tipo Likert, basados en las dimensiones del modelo SERVQUAL. La muestra estuvo conformada por 292 pacientes de una población total de 1,200 usuarios frecuentes del centro médico. El análisis estadístico mediante la prueba de correlación de Spearman ($\rho = 0.589$; $p = 0.000$) evidenció una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, demostrando que a mayor percepción de calidad, mayor será el nivel de satisfacción del paciente. Entre las dimensiones evaluadas, la empatía y la fiabilidad fueron las mejor valoradas, mientras que la capacidad de respuesta presentó oportunidades de mejora relacionadas con la prontitud en la atención médica. Se concluye que fortalecer la empatía, la atención personalizada y la agilidad en el servicio permitirá elevar los niveles de satisfacción y confianza de los pacientes. El estudio contribuye al conocimiento de los factores determinantes en la satisfacción del usuario en el sector salud y ofrece una base para futuras investigaciones orientadas a la mejora continua del servicio.

Palabras claves: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, SERVQUAL, atención médica, percepción del paciente.

ABSTRACT

The present research aimed to determine the relationship between service quality and customer satisfaction at the “El Pueblo” medical center, located in the district of Tarma, during the year 2024. This study is grounded in the relevance of both factors within health services, considering their direct influence on patients’ perception and loyalty. A quantitative, descriptive–correlational approach was applied, using structured questionnaires with a Likert scale based on the SERVQUAL model dimensions. The sample consisted of 292 patients drawn from a total population of 1,200 frequent users of the medical center. Statistical analysis through Spearman’s correlation test ($\rho = 0.589$; $p = 0.000$) revealed a positive and significant relationship between service quality and customer satisfaction, demonstrating that a higher perception of quality leads to greater patient satisfaction. Among the evaluated dimensions, empathy and reliability were the most valued, whereas responsiveness showed opportunities for improvement regarding promptness in medical care. It is concluded that strengthening empathy, personalized attention, and service agility will enhance patient satisfaction and trust. This study contributes to understanding the key factors influencing user satisfaction in the health sector and provides a theoretical and practical basis for future research aimed at continuous improvement in healthcare service quality.

Keywords: Service quality, customer satisfaction, SERVQUAL, healthcare, patient perception.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1.Situación problemática.

La calidad del servicio se ha convertido en una preocupación constante en las diversas industrias a nivel mundial, al ser considerada un elemento esencial para mantener la competitividad empresarial y la fidelización de los clientes. De acuerdo con Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), el éxito de las organizaciones depende cada vez más de su capacidad para ofrecer servicios de alta calidad, especialmente en contextos donde la competencia es elevada y las expectativas del consumidor son cada vez mayores. En su reconocido modelo SERVQUAL, los autores sostienen que la percepción de calidad del servicio influye de manera directa en la satisfacción del cliente, lo que a su vez fortalece su lealtad hacia la organización. Por esta razón, resulta indispensable que las empresas adopten una mejora continua de sus procesos y servicios, evaluando de forma constante la calidad percibida para adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado.

En el ámbito internacional, la globalización ha transformado significativamente el entorno empresarial, generando mercados más competitivos y dinámicos en los cuales las empresas deben ajustarse de forma ágil a las nuevas exigencias de los consumidores. Kotler y Keller (2012) afirman que aquellas organizaciones que priorizan la calidad del servicio logran una mejor posición frente a sus competidores. En su obra *Marketing Management*, destacan que brindar un servicio de excelencia no solo permite satisfacer las necesidades presentes de los clientes, sino también anticiparse a las futuras. Además, una experiencia de servicio positiva fortalece la imagen de marca, generando ventajas competitivas sostenibles en un contexto global. De este modo, la calidad del servicio se convierte en una estrategia clave para garantizar la permanencia y el crecimiento empresarial en un entorno

cada vez más interconectado.

En el caso del Perú, la calidad del servicio dentro del sector salud ha sido objeto de múltiples investigaciones debido a su estrecha relación con la satisfacción del paciente. Un estudio realizado en el Centro de Salud San Felipe, ubicado en Chosica, evidenció una correlación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de 0.958 (Huamani & Rojas, 2018). Este resultado confirma la fuerte conexión existente entre ambas variables. Los investigadores evaluaron dimensiones como la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, concluyendo que a mayores niveles de calidad percibida, los pacientes experimentan mayor satisfacción. Por tanto, mantener estándares elevados en cada una de estas dimensiones es esencial para lograr una percepción favorable del servicio brindado.

A nivel nacional, las empresas peruanas enfrentan desafíos similares respecto a la gestión de la calidad en la atención al cliente. Según ComexPerú (2021), la percepción ciudadana sobre los servicios en sectores clave como la salud suele reflejar descontento, principalmente por los extensos tiempos de espera, la atención poco personalizada y las limitaciones en infraestructura. Asimismo, el 97% de los establecimientos de salud del primer nivel de atención presenta una capacidad instalada deficiente, lo que repercute directamente en la calidad percibida por los usuarios. Estas deficiencias afectan de manera negativa la lealtad y fidelización de los pacientes, reducen la confianza en las instituciones y, en última instancia, impactan en la sostenibilidad y reputación de las organizaciones del sector.

En relación con el contexto particular del centro médico “El Pueblo”, se busca demostrar que los pacientes perciben un servicio de alta calidad en las distintas áreas de

atención. El personal de salud debe evidenciar un alto grado de empatía y capacidad de respuesta, atendiendo con amabilidad y eficiencia las necesidades de los pacientes. La tangibilidad, que incluye las condiciones de las instalaciones, el equipamiento médico y los recursos disponibles, debe alinearse con los estándares esperados, proporcionando seguridad y comodidad a los usuarios. Asimismo, se debe procurar la reducción de los tiempos de espera y un flujo de atención ordenado, factores que contribuyen a fortalecer la percepción positiva de la calidad del servicio ofrecido en la institución.

Por último, respecto a la satisfacción del cliente, se espera que los pacientes del centro médico “El Pueblo” manifiesten altos niveles de conformidad con los servicios recibidos, reflejados en comentarios favorables y en su intención de volver a atenderse en el mismo establecimiento. Las dimensiones de la calidad del servicio, como la fiabilidad y la seguridad en los procedimientos médicos, deberán ser especialmente valoradas, generando confianza en los usuarios. Estos elementos fomentan un entorno profesional y empático, donde los pacientes se sienten escuchados, respetados y atendidos con diligencia. En consecuencia, la evaluación del nivel de satisfacción permitirá identificar la percepción global del servicio y determinar en qué medida la atención brindada cumple con las expectativas de quienes acuden al centro médico “El Pueblo”.

1.2. Formulación del problema.

1.2.1. Problema general.

¿Cuál es la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?

1.2.2. Problemas específicos.

- a. ¿Cuál es la relación de los elementos tangibles y la satisfacción del cliente

- en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?
- b. ¿Cuál es la relación de la fiabilidad y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?
 - c. ¿Cuál es la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?
 - d. ¿Cuál es la relación de la seguridad y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?
 - e. ¿Cuál es la relación de la empatía y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?

1.3. Justificación.

1.3.1. *Justificación teórica.*

La presente investigación se apoyó en marcos conceptuales consolidados dentro de las ciencias administrativas, centrandose su análisis en las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente. Dichas variables han sido desarrolladas en múltiples enfoques teóricos, entre los cuales sobresale el modelo SERVQUAL, que permite reconocer las discrepancias existentes entre las expectativas de los usuarios y su percepción real respecto al servicio recibido. De acuerdo con Kotler y Keller (2012), la valoración que el consumidor hace sobre la calidad del servicio incide de manera directa en su grado de satisfacción, por lo que el estudio conjunto de ambas variables resulta esencial, especialmente en entornos donde la atención al cliente es determinante, como ocurre en los servicios de salud. Por su parte, Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que una investigación posee relevancia teórica cuando contribuye a reforzar, validar o ampliar los modelos existentes. En coherencia con ello, el presente estudio incorporó el modelo SERVQUAL como base

metodológica para examinar la calidad del servicio en un centro médico local, fortaleciendo así su aporte académico. En consecuencia, esta investigación no se limitó a describir resultados empíricos, sino que también generó un aporte conceptual y metodológico, que podrá servir como punto de partida para futuras investigaciones en contextos institucionales similares.

1.3.2. Justificación metodológica.

Desde la perspectiva metodológica, este estudio se enmarcó dentro del enfoque cuantitativo y fue de carácter básico, debido a que su propósito principal consistió en generar conocimiento sobre la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente dentro de un contexto específico, sin modificar las condiciones naturales en las que se desarrollaron los hechos. Se adoptó un diseño descriptivo-correlacional, el cual facilitó examinar el nivel de vínculo entre las variables analizadas. De acuerdo con Creswell (2014), el enfoque cuantitativo resulta pertinente cuando se busca medir de manera objetiva las percepciones, actitudes o comportamientos de los individuos, empleando procedimientos estadísticos para el análisis de los datos obtenidos. Asimismo, Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que el diseño correlacional es idóneo cuando el propósito de la investigación radica en determinar la relación o grado de asociación que puede existir entre dos o más variables en un grupo determinado. Bajo esta metodología, se utilizaron instrumentos estructurados y técnicas de análisis estadístico, lo que permitió formular conclusiones sustentadas en evidencia empírica válida, verificable y replicable.

1.3.3. Justificación práctica.

En términos prácticos, esta investigación busco aportar información valiosa para la

mejora continua de los servicios de salud en el centro médico "El Pueblo", ya que permitió identificar los aspectos del servicio que influyen con mayor intensidad en la satisfacción del paciente. Según Zeithaml, Berry y Parasuraman (1996), mejorar la calidad percibida del servicio no solo incrementa los niveles de satisfacción, sino que también fortalece la fidelización y confianza del usuario. Asimismo, Ávila (2006) señala que una investigación tiene justificación práctica cuando sus resultados puedan aplicarse directamente en la toma de decisiones o en la optimización de procesos organizacionales. En ese sentido, los hallazgos obtenidos en este estudio permitirán a los responsables del centro médico tomar medidas informadas para elevar el nivel de atención, optimizar recursos humanos y mejorar la experiencia del paciente, generando beneficios tanto para la institución como para la comunidad usuaria.

1.4.Objetivos.

1.4.1. *Objetivo general.*

Determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.

1.4.2. *Objetivos específicos.*

- a. Determinar la relación de los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.
- b. Analizar la relación de la fiabilidad y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.
- c. Evaluar la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.
- d. Estimar la relación de la seguridad y la satisfacción del cliente en el Centro

Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.

- e. Interpretar la relación de la empatía y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.

1.5.Hipótesis.

1.5.1. Hipótesis general.

Existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.

1.5.2. Hipótesis específicas.

- a. Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.
- b. La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.
- c. La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.
- d. La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.
- e. La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

2.1.1. *Antecedentes internacionales*

Según Silva (2024), en su investigación titulada "Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del paciente en el servicio de cirugía general del Hospital Provincial General Pablo Arturo Suárez", el objetivo fue examinar la calidad del servicio de cirugía general y el nivel de satisfacción del paciente. Se empleó una metodología mixta que integró enfoques cuantitativos y cualitativos; la parte cuantitativa recopiló datos como tasas de éxito, tiempos de espera y número de reingresos, mientras que la parte cualitativa se basó en entrevistas y grupos focales para conocer las percepciones de los pacientes. La población incluyó usuarios del servicio de cirugía general del hospital, aunque no se especificó un número exacto de participantes en el resumen. Los resultados evidenciaron la necesidad de mejorar diversos aspectos del servicio quirúrgico y resaltaron la importancia de la experiencia del paciente como base para fortalecer la calidad asistencial.

Según Bayas (2024), en su investigación titulada "Calidad de atención percibida y su relación con la satisfacción de los usuarios en el servicio de Medicina Interna del Hospital General Pablo Arturo Suárez, cantón Quito, junio-octubre 2024", el objetivo fue analizar la relación entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios hospitalizados en medicina interna. Se utilizó una metodología cuantitativa basada en el modelo SERVQUAL, evaluando aspectos como la comunicación, la relación médico-paciente, la competencia profesional y el apoyo emocional. La muestra estuvo conformada por 81 pacientes atendidos entre julio y octubre de 2024. Los resultados revelaron deficiencias en la atención personalizada debido a la sobrecarga laboral y escasez de personal, lo cual

impactó negativamente en la percepción de la calidad y el nivel de satisfacción de los usuarios.

Según Álvarez (2021), en su estudio titulado “Calidad de atención y satisfacción en usuarios de Consulta Externa del Hospital General Martín Icaza 2021”, se buscó determinar cómo la calidad del servicio influye en la satisfacción de los pacientes. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un alcance correlacional, sustentado además en un carácter descriptivo, documental, de campo y transversal. Para la recolección de información, se aplicó una encuesta estructurada bajo los lineamientos del modelo SERVQUAL a una muestra de 306 usuarios que asistieron al área de Consulta Externa. Los hallazgos mostraron la existencia de una correlación significativa entre la calidad de la atención y la satisfacción del usuario. Entre las dimensiones evaluadas, la empatía resultó ser la que mantuvo una relación más estrecha con la satisfacción, mientras que la seguridad presentó una menor correspondencia. En conclusión, el nivel de satisfacción general se situó en un rango intermedio, evidenciando una percepción favorable, aunque no del todo elevada, respecto a los servicios brindados.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Según Horna (2024), en su tesis titulada “Calidad de atención y la satisfacción de pacientes en el servicio de Obstetricia en el Centro de Salud Todos los Santos San Borja Lima 2022”, el propósito principal del estudio fue analizar la relación existente entre la calidad del servicio brindado y la satisfacción de los pacientes atendidos en el área de obstetricia. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo-correlacional, no experimental y de corte transversal. Para la recolección de información, se utilizaron la Encuesta de Calidad de Atención y el cuestionario

SERVQUAL adaptado por el Ministerio de Salud (MINSA). La población correspondió a los usuarios atendidos en dicho centro, aunque en el resumen no se precisó el número total de participantes. Los resultados mostraron que el 66% de los encuestados valoró positivamente la calidad de atención, mientras que el 63% manifestó estar satisfecho con los servicios recibidos. Finalmente, se determinó la existencia de una relación significativa entre ambas variables ($p = 0.015$), lo que sugiere que una atención de mayor calidad incide favorablemente en la satisfacción del paciente.

De acuerdo con Quesquén (2024), en su tesis titulada “Calidad de atención y la satisfacción de los pacientes del Seguro Integral de Salud en el servicio de hospitalización en el Hospital Regional Lambayeque, 2022”, el objetivo fue establecer la vinculación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pacientes hospitalizados del Seguro Integral de Salud (SIS). El estudio se realizó con un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con nivel descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. Se empleó un cuestionario SERVQUAL modificado, que permitió valorar las percepciones de los usuarios respecto a la atención recibida. La muestra fue de 279 pacientes dados de alta del Servicio de Cirugía. Los resultados evidenciaron una correlación positiva y significativa entre ambas variables ($r = 0,544/ p = 0,000$), indicando que una mejor calidad del servicio genera mayores niveles de satisfacción en los pacientes atendidos.

Según Cano (2023), en su tesis titulada “Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio de hospitalización de COVID-19 en el Hospital Regional Honorio Delgado Espinoza, Arequipa 2023”, el propósito fue determinar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario hospitalizado por COVID-19. Se aplicó una metodología cuantitativa, no experimental, de tipo descriptivo-correlacional y corte

transversal, utilizando como instrumentos el cuestionario SERVQUAL y otro destinado a medir la satisfacción. La población estuvo conformada por pacientes hospitalizados en el área COVID-19, aunque no se especificó el número exacto de participantes. Los hallazgos mostraron que el 77.6% de los encuestados expresó un nivel alto de satisfacción, sin embargo, no se encontró una relación estadísticamente significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario, según la prueba de correlación de Spearman.

De acuerdo con Gamarra (2023), en su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario atendido en consulta externa Clínica San Juan de Dios Chiclayo”, el objetivo fue analizar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de consulta externa. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño observacional, correlacional, transversal y prospectivo. Se aplicaron dos instrumentos: el cuestionario SERVPERF y el instrumento SUCE, ambos destinados a medir la percepción de los usuarios sobre la calidad y su nivel de satisfacción. La población estuvo compuesta por 193 usuarios y sus acompañantes. Los resultados evidenciaron que el 49.2% consideró que el servicio fue de buena calidad, mientras que el 56.5% manifestó sentirse globalmente satisfecho. Se concluyó que existe una relación directa, fuerte y significativa entre las variables, con un coeficiente de Spearman de 0,736 ($p < 0,05$), lo cual demuestra que una mayor calidad del servicio incrementa la satisfacción del usuario.

Según López (2023), en su tesis titulada “La calidad de servicio en consulta externa y la satisfacción del paciente en un hospital público de Lima Metropolitana, 2023”, el estudio tuvo como finalidad identificar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del paciente en consulta externa. La investigación fue de tipo básico, con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, descriptivo-correlacional y de corte

transversal. Se emplearon encuestas estructuradas como instrumento principal para la recolección de datos. La población total estuvo compuesta por 3010 pacientes, de los cuales se seleccionó una muestra de 304 participantes. Los resultados indicaron una correlación positiva alta entre ambas variables (Rho de Spearman = 0.773; $p = 0.000$), confirmando que la calidad percibida del servicio influye significativamente en la satisfacción del paciente.

Según Caján (2022), en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de emergencia en pandemia en un Hospital de Lima, 2021”, el objetivo central fue analizar cómo se relacionaban la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios durante el contexto de la pandemia. El estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo, de carácter aplicada, con diseño no experimental y corte transversal. La población estuvo constituida por 108 personas que recibieron atención en el área de emergencia del hospital. Los resultados mostraron que el 34.26% de los participantes reportó un nivel bajo de satisfacción con la atención, mientras que únicamente el 21.30% indicó sentirse completamente satisfecho. Los hallazgos permitieron concluir que existe una relación significativa entre la calidad percibida del servicio y la satisfacción de los usuarios, sugiriendo que deficiencias en la atención afectan negativamente la percepción global del servicio recibido.

Parra (2021), en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del paciente de una clínica privada, 2021”, tuvo como propósito principal determinar si existía alguna relación entre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los pacientes en una clínica privada. El estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con un diseño no experimental, transversal y de carácter descriptivo-correlacional. Para la recolección de información se aplicaron dos cuestionarios estructurados: uno de 22 ítems

destinado a evaluar la calidad del servicio y otro de 26 ítems enfocado en la satisfacción del paciente; ambos instrumentos fueron validados mediante juicio de expertos y analizados con SPSS versión 25. La muestra incluyó a 50 pacientes, seleccionados mediante muestreo censal. Los hallazgos indicaron una correlación positiva moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción del paciente (Rho de Spearman = 0.507; $p = 0.001$), lo que evidencia que una atención percibida como más eficiente y completa se vincula con mayores niveles de satisfacción.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. *Calidad de servicio*

2.2.1.1. Conceptos

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), la calidad del servicio se evalúa a partir del contraste entre las expectativas que tienen los clientes antes de recibir el servicio y la percepción que forman después de experimentarlo. Esta concepción plantea que la calidad depende del grado en que el servicio percibido logra cumplir o superar las expectativas iniciales del cliente. Cuando la experiencia del usuario coincide con lo que anticipaba o incluso lo excede, se considera que la calidad del servicio es elevada. En cambio, si la percepción del cliente es inferior a lo que esperaba, la valoración de la calidad tiende a ser negativa. Por ello, la relación entre lo que el cliente espera y lo que finalmente percibe constituye un elemento esencial para comprender cómo se forma su juicio sobre la calidad del servicio recibido.

En su estudio, Grönroos (1984) plantea que la calidad del servicio se entiende como la diferencia que el cliente percibe entre lo que espera y lo que realmente experimenta al recibir la atención. Este enfoque resalta la importancia del vínculo entre el usuario y el

proveedor del servicio, señalando que la experiencia del cliente no solo está determinada por los aspectos materiales o resultados finales, sino también por la manera en que el servicio es ofrecido. Según el autor, la calidad se considera alta cuando la percepción del cliente resulta coherente o superior a sus expectativas, lo cual depende en gran medida de la efectividad y calidez en las interacciones durante la atención. En consecuencia, la actitud, la comunicación y el desempeño del personal son factores esenciales que influyen directamente en la percepción de calidad y en el nivel de satisfacción del cliente.

Según U. Lehtinen y J. R. Lehtinen (1991), la calidad del servicio puede analizarse a través de tres componentes principales: calidad física, calidad de la interacción y calidad corporativa. La primera dimensión, calidad física, abarca los elementos tangibles del servicio, como instalaciones y equipamiento. La calidad de la interacción se centra en la comunicación y el trato entre el proveedor y el cliente, resaltando la relevancia de la experiencia directa del usuario. Por último, la calidad corporativa se relaciona con la imagen institucional y la reputación que proyecta la organización ante el público. Este enfoque integral facilita una comprensión más completa de la calidad del servicio, considerando simultáneamente la percepción del cliente y la gestión del proveedor.

Según Zeithaml, Berry y Parasuraman (1996), la calidad del servicio puede analizarse a través del enfoque de las “brechas”, el cual explica que los desajustes entre lo que los clientes esperan y lo que experimentan se originan por distintas interpretaciones o fallas en la gestión del servicio por parte del proveedor. Este modelo, conocido como el de las cinco brechas, plantea que las diferencias en la percepción del cliente pueden deberse a errores en la comunicación, en la comprensión de las necesidades del usuario o en la forma en que se ejecuta el servicio. Por ello, resulta fundamental que las organizaciones procuren

alinearse sus procesos y la actuación del personal con las expectativas del consumidor. En síntesis, la mejora de la calidad depende de la capacidad de identificar y reducir dichas brechas para lograr una atención más satisfactoria y coherente con lo esperado por el cliente.

Conforme a Brady y Cronin (2001) presentan un modelo jerárquico para evaluar la calidad del servicio, abarcando tres dimensiones fundamentales: la calidad en la interacción, la calidad del entorno físico y la calidad del resultado. Cada una de estas dimensiones está subdividida en aspectos más específicos que permiten una evaluación detallada del servicio prestado. La calidad de la interacción se refiere a la profesionalidad y el comportamiento del personal durante la prestación del servicio. La calidad física del entorno incluye elementos tangibles como instalaciones, equipos y limpieza. Finalmente, la calidad del resultado se centra en la percepción del cliente sobre el cumplimiento de sus expectativas y la resolución de sus necesidades.

Para la realización de este estudio, se adoptó el planteamiento de Zeithaml et al. (1988), quienes consideran que la calidad del servicio se determina a partir de la evaluación que hace el cliente al contrastar sus expectativas previas con la experiencia real recibida durante la atención.

2.2.1.2. Modelo conceptual de la calidad de servicio

El SERVQUAL es ampliamente empleado para evaluar la calidad del servicio. Basado en el contraste entre la percepción y las expectativas del cliente respecto al servicio proporcionado, este modelo se considera un estándar en la medición de la satisfacción del cliente. Parras (2017) destaca la utilidad de SERVQUAL en la determinación de las brechas de calidad, permitiendo a las empresas identificar áreas de mejora. Su aplicación, detallada en un estudio publicado en la Revista de Estudios Empresariales, revela importantes

insights sobre la experiencia del cliente en diversos sectores y su impacto en áreas como la fidelización y la reputación.

El modelo SERVPERF constituye una versión modificada del modelo SERVQUAL, centrada únicamente en la percepción que los clientes desarrollan respecto al desempeño del servicio. A diferencia del modelo original, esta propuesta prescinde de la evaluación de las expectativas, concentrándose exclusivamente en la experiencia real de los usuarios durante la prestación del servicio. Según Cruz (2018), en su investigación publicada en la revista *Innovación y Desarrollo* sobre la aplicación del modelo SERVPERF para medir la calidad del servicio, esta metodología permite obtener una valoración más directa y precisa del nivel de satisfacción del cliente. Al basarse únicamente en la percepción efectiva del usuario, proporciona una visión más objetiva sobre cómo se experimenta la calidad del servicio ofrecido, lo que facilita identificar con mayor claridad los aspectos que requieren mejora dentro de las organizaciones.

El modelo RSQS, conocido como Retail Service Quality Scale, se emplea de manera particular para medir la calidad de los servicios en el ámbito de la venta minorista. Tal como señala Gómez (2019), esta herramienta resulta crucial para la evaluación de la calidad en los servicios de venta al por menor. Su investigación publicada en la revista *Economía y Negocios* analiza el uso del modelo RSQS y su efectividad en la identificación de áreas de mejora y fortalezas en este sector. La escala RSQS se ha convertido en un recurso valioso, ya que permite a los minoristas comprender mejor las expectativas y percepciones de sus clientes, lo que contribuye a ofrecer un servicio más eficiente y satisfactorio.

El modelo Kano se enfoca en ordenar los factores del servicio de acuerdo con la satisfacción del usuario separándolos en categorías distintas como elementos básicos de

rendimiento y de satisfacción. Esta teoría proporciona una perspectiva eficiente para entender cómo ciertos atributos impactan en la percepción del cliente y su nivel de contento con el servicio recibido, la que es crucial para mejorar la calidad y ajustar las ofertas a las necesidades y expectativas del usuario. De acuerdo con el estudio de Martínez (2016), el modelo es una herramienta poderosa para la gestión de calidad, permitiendo identificar qué características deben ser mantenidas y cuáles pueden ser innovadas para aumentar la satisfacción global. A través de este enfoque se obtiene una visión más clara de cómo priorizar las mejoras de servicio de manera efectiva. Este método ha sido ampliamente utilizado en diferentes ámbitos y ha demostrado ser valioso para desarrollar estrategias que maximicen la fidelización del cliente

El Modelo de Brechas se enfoca en detectar las discordancias que existen entre lo que esperan el cliente y cómo ellos perciben el servicio que reciben. Este análisis facilita la identificación de áreas cruciales donde se pueden implementar mejoras significativas (López, 2020) Aplicando este modelo las organizaciones pueden comprender mejor las expectativas del cliente y ajustar sus procesos para cerrar estas brechas, optimizando así la calidad del servicio. La identificación y el entendimiento de estas diferencias es esencial para responder de manera adecuada a las demandas del mercado y mejorar la satisfacción del cliente de manera continuas. Como resultado el uso de esta herramienta se convierte en un factor clave para alcanzar y mantener altos estándares de calidad en el servicio.

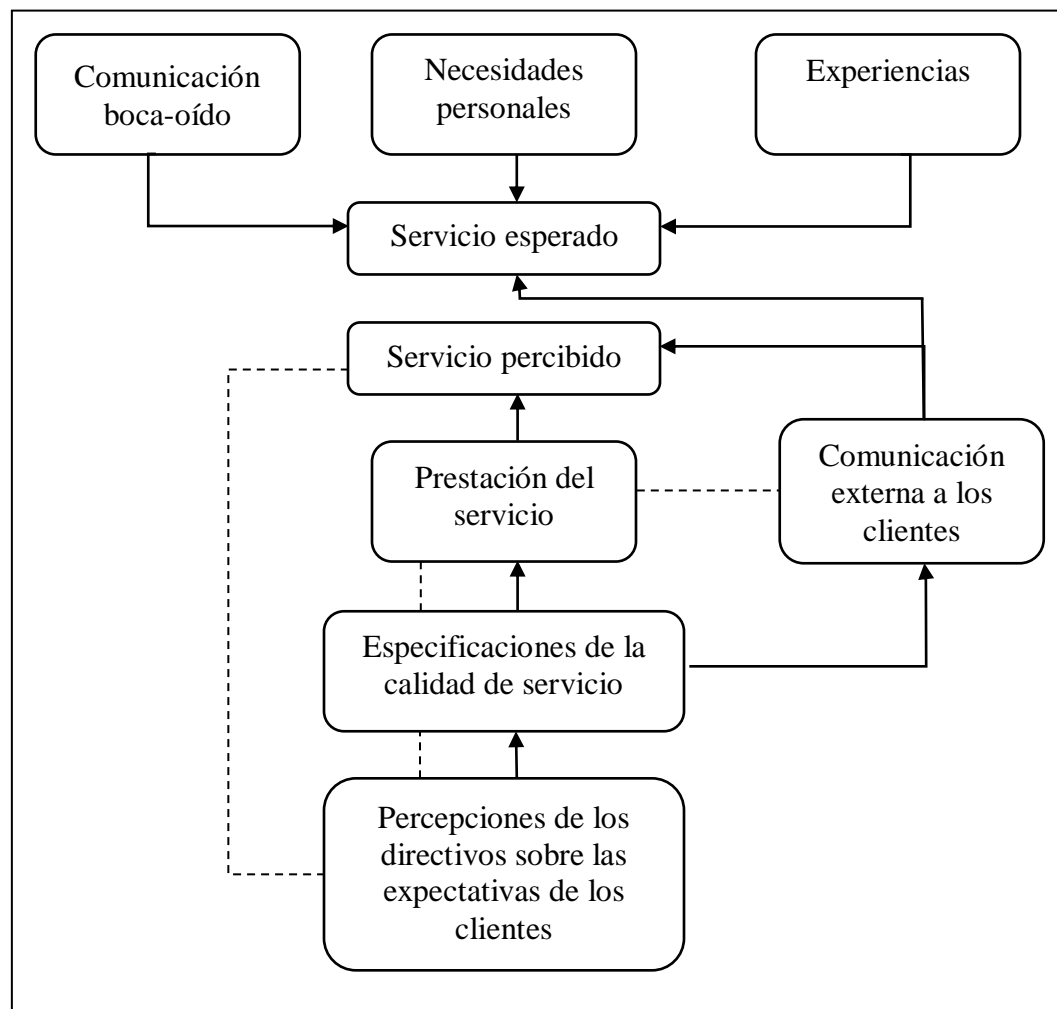
En esta investigación se tomó como base el modelo SERVQUAL, el cual sirvió como fundamento teórico y metodológico para analizar la calidad del servicio y su vínculo con la satisfacción de los pacientes en el centro de salud. Este modelo, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), es ampliamente reconocido a nivel internacional

por su validez y utilidad para evaluar la calidad en distintos sectores, incluido el ámbito sanitario. Su aplicación permitió examinar de manera estructurada las diferencias entre lo que los usuarios esperan recibir y lo que realmente perciben tras la atención, considerando cinco dimensiones clave: aspectos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Gracias a este enfoque, fue posible identificar con mayor precisión las brechas que afectan la percepción del servicio, un elemento determinante en la satisfacción del paciente dentro de los servicios de salud. Aunque existen otros enfoques, como el modelo SERVPERF de Cronin y Taylor (1992), enfocado solo en la percepción, o el RSQS de Dabholkar et al. (1996), diseñado para el sector minorista, el SERVQUAL se consideró más apropiado para esta investigación. Su fortaleza radica en que permite analizar simultáneamente las expectativas y experiencias reales del usuario, lo que resulta especialmente relevante en contextos donde la interacción humana y la atención personalizada son esenciales. Por ello, este estudio adoptó el modelo SERVQUAL como marco conceptual y operativo para evaluar la calidad del servicio y comprender su incidencia en la satisfacción de los pacientes atendidos en el centro de salud.

Zeithaml et al. (1993) plantean un modelo conceptual de la calidad del servicio que busca disminuir la brecha existente entre lo que el cliente espera y lo que realmente percibe. Este enfoque resalta la necesidad de que los directivos comprendan con precisión las expectativas de los usuarios, asegurando que los estándares de calidad se cumplan durante la prestación del servicio. Asimismo, enfatizan la relevancia de fortalecer la comunicación externa con los clientes para mejorar su percepción sobre la calidad ofrecida.

Figura 1

Modelo conceptual SERVQUAL de la calidad de servicio



Nota: En la figura se muestra el modelo planteado por Zeithaml et. al, en 1993. Recuperado de “Calidad total en la gestión de servicios”, de Zeithaml et. al, 1993.

2.2.1.3. Dimensiones

En sus estudios exploratorios iniciales, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) identificaron 10 dimensiones relacionadas con la calidad percibida del servicio. Sin embargo, tras un proceso de validación y refinamiento empírico, en 1988 los autores consolidaron esas dimensiones en cinco principales, que constituyen la base del modelo SERVQUAL. Estas dimensiones son: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.

Para la presente investigación, se adopta esta versión consolidada de cinco dimensiones del modelo SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), ampliamente validada y aplicada en el contexto de servicios de salud. A continuación, se describe brevemente cada una de ellas:

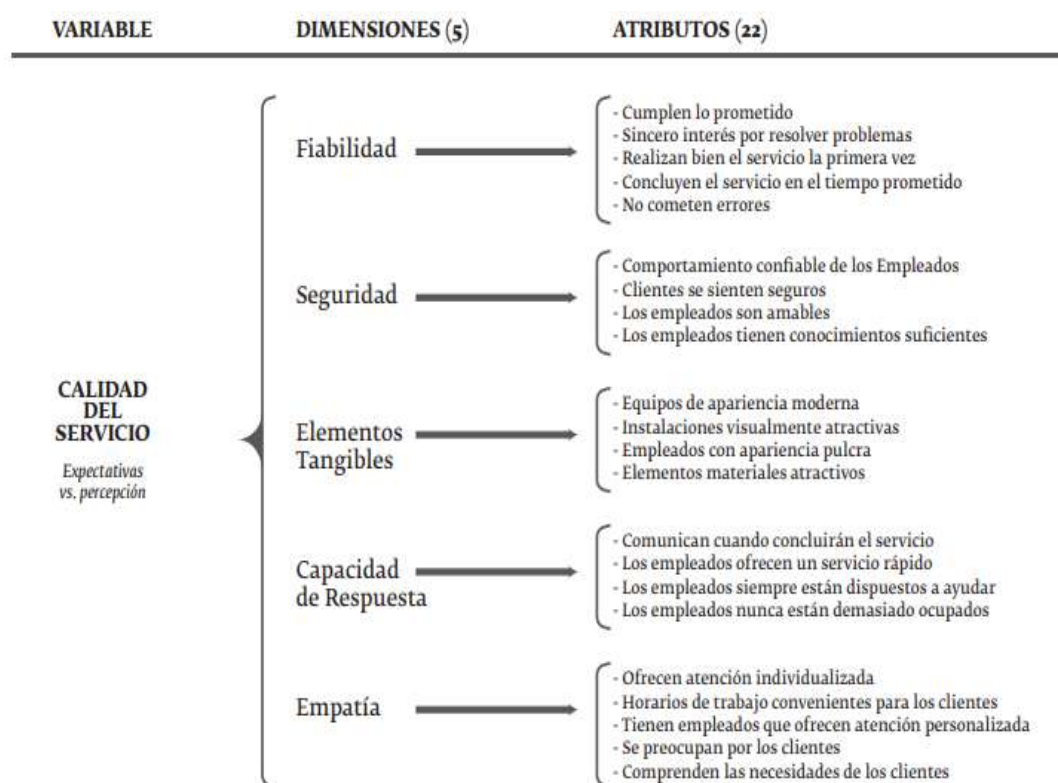
- a. Elementos tangibles. Esta categoría se relaciona con los componentes visibles y materiales del servicio, como el estado de las instalaciones, los equipos utilizados, la apariencia del personal y los recursos informativos o de comunicación. Estos factores conforman la primera percepción que el usuario obtiene del entorno del servicio y pueden incidir significativamente en la valoración global que realiza sobre su calidad (Parasuraman et al., 1988).
- b. Fiabilidad. Se refiere a la capacidad de la organización para cumplir lo prometido de forma precisa, eficiente y consistente. Una atención confiable genera confianza en los usuarios, especialmente en servicios como el de salud, donde los errores pueden tener consecuencias críticas (Parasuraman et al., 1988).
- c. Capacidad de respuesta. Implica la disposición del personal para asistir al cliente de manera rápida y oportuna. Abarca factores como la atención inmediata, la solución de problemas y la actitud proactiva hacia las necesidades del usuario (Parasuraman et al., 1988).
- d. Seguridad. Esta dimensión comprende el conocimiento, cortesía y habilidad del personal para generar confianza y seguridad en el paciente. En el contexto de la salud, implica no solo competencia técnica, sino también una

actitud profesional, ética y empática (Parasuraman et al., 1988).

- e. Empatía. Hace referencia a la atención individualizada y al interés genuino por cada paciente. Incluye aspectos como la comprensión emocional, la amabilidad, el respeto y la capacidad de adaptarse a las necesidades particulares de cada usuario (Parasuraman et al., 1988)-30).

Figura 2

Modelo SERVQUAL de calidad de servicio



Nota: Adaptado de Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–

40

2.2.1.4. Indicadores

Los indicadores representan los elementos observables y medibles que permiten operacionalizar cada una de las dimensiones del modelo SERVQUAL. Estos indicadores

servieron como base para la construcción del instrumento de recolección de datos y permitieron evaluar con mayor precisión la calidad del servicio desde la perspectiva del usuario (Parasuraman et al., 1988).

A continuación, se detallan los indicadores asociados a cada dimensión:

- a. Elementos tangibles: infraestructura física del establecimiento, limpieza de los ambientes, presentación del personal, disponibilidad de equipos médicos, y señalización visible.
- b. Fiabilidad: cumplimiento del servicio prometido, constancia en la atención, entrega correcta de resultados, exactitud en los diagnósticos, y cumplimiento de horarios establecidos.
- c. Capacidad de respuesta: prontitud del personal para atender, atención oportuna ante quejas, solución de problemas en el momento, y disposición para ayudar.
- d. Seguridad: conocimiento técnico del personal, confianza que transmite el equipo de salud, trato respetuoso, y cumplimiento de normas de bioseguridad.
- e. Empatía: trato personalizado, escucha activa, interés por las necesidades del paciente, comprensión de situaciones personales, y flexibilidad en la atención.

2.2.2. Satisfacción del cliente

2.2.2.1. Concepto

Según Kotler y Keller (2012) describen la satisfacción del cliente como el resultado de un proceso comparativo en el que el consumidor evalúa el rendimiento percibido de un

producto o servicio en relación con sus expectativas previas. Si el rendimiento cumple o supera dichas expectativas, el cliente experimenta un estado de satisfacción que puede variar de moderado a elevado; si no es así, el resultado es insatisfacción. Este enfoque destaca que la satisfacción es un estado anímico que resulta de la percepción del cliente y está influenciado por las emociones generadas durante y después de la experiencia de uso. La definición subraya que la satisfacción no es un fenómeno absoluto, sino que depende de la percepción subjetiva y de las expectativas particulares del cliente.

Oliver (1997) conceptualiza la satisfacción del cliente como una respuesta emocional que surge al comparar las expectativas previas con el rendimiento percibido de un producto o servicio. Esta respuesta afectiva es esencialmente un juicio que se forma después de la experiencia de consumo, y puede manifestarse en satisfacción o insatisfacción dependiendo de si el producto cumple, supera o queda por debajo de las expectativas del consumidor. Oliver enfatiza que la satisfacción es un proceso dinámico que refleja la percepción del cliente sobre el valor recibido en relación con lo que esperaba, integrando tanto elementos racionales como emocionales de la experiencia de compra.

Fornell (1992) sostiene que la satisfacción del cliente es un evaluador global que se forma después de la compra y que refleja cómo las expectativas del consumidor han sido satisfechas por el producto o servicio. Esta evaluación es crucial, ya que influye en la percepción general que tiene el cliente sobre la calidad y el valor del producto. Fornell resalta que la satisfacción se relaciona directamente con la lealtad del cliente y con la probabilidad de que repita la compra, así como con la percepción de la marca y su reputación en el mercado. La evaluación de la satisfacción implica un proceso integral que abarca todos los aspectos de la experiencia de compra.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) describen la satisfacción del cliente como una apreciación global derivada de la experiencia completa durante la adquisición y el uso del servicio. Señalan que dicha evaluación surge de la comparación entre las expectativas iniciales del usuario y el desempeño que realmente percibe, generando así una sensación de conformidad o descontento. Además, subrayan que la satisfacción constituye un fenómeno subjetivo y complejo, determinado por la percepción de la calidad, el valor recibido y diversos factores situacionales que influyen en la vivencia del cliente. En ese sentido, consideran la satisfacción como un elemento esencial para medir la calidad percibida y la eficiencia del servicio brindado.

Anderson, Fornell y Lehmann (1994) conceptualizan la satisfacción del cliente como el resultado de comparar lo que el consumidor esperaba antes de la compra con la percepción que obtiene tras experimentar el producto o servicio. Según los autores, este juicio se construye luego del uso o consumo, y está condicionado por la calidad percibida, el valor recibido y el grado en que el bien o servicio cumple con las expectativas iniciales. Asimismo, subrayan que la satisfacción no solo refleja una evaluación inmediata, sino que constituye un factor determinante en la fidelización del cliente y en la sostenibilidad del éxito empresarial a largo plazo (Anderson, Fornell & Lehmann, 1994).

Dutka (1995) sostiene que la satisfacción del cliente depende de la habilidad de la organización para identificar, comprender y atender de manera adecuada las expectativas y necesidades de sus consumidores. De acuerdo con el autor, comprender con precisión lo que el cliente espera permite a la empresa adaptar sus productos y servicios, logrando así una mayor coherencia entre la oferta y las demandas del mercado. En este sentido, la satisfacción refleja la eficacia empresarial para anticiparse a los requerimientos del cliente,

y se potencia cuando la organización logra superar dichas expectativas, generando una experiencia positiva que la diferencia frente a la competencia (Dutka, 1995).

Kotler y Keller (2012) explican que la satisfacción del cliente surge de una valoración emocional que se realiza al comparar lo que el consumidor esperaba con el desempeño real del producto o servicio. Cuando la experiencia recibida iguala o supera las expectativas iniciales, el cliente experimenta satisfacción o incluso entusiasmo; en cambio, si el desempeño está por debajo de lo esperado, se genera una sensación de descontento o insatisfacción.

Esta concepción ha sido ampliamente aceptada en la literatura de marketing y ha servido de base para la creación de modelos que intentan medir de forma objetiva la satisfacción. En esta línea, Zeithaml (1988) sostiene que la percepción de valor juega un papel fundamental en la satisfacción, ya que los clientes evalúan no solo el desempeño del servicio, sino también los beneficios obtenidos frente a los sacrificios realizados. Asimismo, Oliver (1997) refuerza que las expectativas funcionan como un estándar interno con el que el cliente compara su experiencia real.

En base a estos enfoques, la presente investigación asumió que la satisfacción del cliente en servicios de salud puede ser evaluada mediante dos dimensiones fundamentales: valor percibido y expectativas, entendidas como componentes clave del juicio de satisfacción.

2.2.2.2. Modelo conceptual para satisfacción del cliente

El Modelo de Desconfirmación de Expectativas sostiene que la satisfacción del cliente se origina a partir de una comparación entre lo que el cliente espera antes de consumir un producto o servicio y el rendimiento real que percibe después de su uso. Según

este modelo, si el desempeño percibido es igual o supera las expectativas, el cliente experimenta satisfacción; por el contrario, si el rendimiento es inferior a lo previsto, surge la insatisfacción. Oliver (1997) argumenta que este proceso cognitivo implica una evaluación consciente y racional del cliente, en la que la discrepancia entre expectativas y resultados definen el nivel de satisfacción. La desconfirmación positiva (cuando el rendimiento excede las expectativas) se asocia con altos niveles de satisfacción y lealtad, mientras que la desconfirmación negativa puede impactar negativamente la percepción del cliente y su predisposición a repetir la compra o recomendar el servicio.

El modelo SERVQUAL fue creado con el propósito de analizar la calidad del servicio a partir de la diferencia existente entre lo que los usuarios esperan recibir y lo que realmente experimentan durante la prestación del servicio. Este instrumento considera que la evaluación de la calidad se fundamenta en cinco dimensiones principales. La tangibilidad se refiere a los aspectos visibles, como la presentación de las instalaciones, el equipamiento y la apariencia del personal. La fiabilidad comprende la capacidad del proveedor para cumplir sus compromisos con precisión y consistencia. La capacidad de respuesta alude a la prontitud y disposición del personal para atender las solicitudes de los usuarios. La seguridad se asocia con el conocimiento, la cortesía y la confianza que transmite el personal en el trato. Finalmente, la empatía está vinculada con la atención individualizada y la comprensión de las necesidades de cada cliente. Estas cinco dimensiones permiten detectar fallas en el servicio y establecer estrategias de mejora orientadas a incrementar la satisfacción del usuario (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988).

El Índice Americano de Satisfacción del Cliente (ACSI) constituye un modelo estructural orientado a medir la satisfacción del consumidor a partir de la interacción de tres

factores principales: las expectativas previas, la calidad percibida y el valor percibido. En este modelo, las expectativas representan la idea o anticipación que el usuario tiene antes de adquirir un producto o servicio; la calidad percibida corresponde a la valoración que realiza después de experimentarlo; y el valor percibido se asocia con el equilibrio que el cliente percibe entre lo recibido y el costo asumido. De acuerdo con Fornell et al. (1996), la integración de estos componentes posibilita una evaluación más completa y predictiva del nivel de satisfacción, ayudando a las organizaciones a detectar áreas de mejora y fortalecer la fidelización de sus clientes. Este modelo se reconoce internacionalmente por su utilidad en la comprensión de la experiencia del consumidor en distintos sectores económicos.

El Modelo de Kano constituye una metodología que organiza los atributos de un servicio o producto en diversas categorías, con el propósito de analizar cómo cada una incide en el nivel de satisfacción del consumidor. Este enfoque distingue tres clases de atributos: los esenciales, que representan las condiciones mínimas esperadas y cuya ausencia provoca descontento; los de rendimiento, que incrementan la satisfacción en proporción directa a su cumplimiento; y los atractivos, que sorprenden positivamente al cliente al no ser anticipados, generando altos niveles de satisfacción cuando están presentes. Según Kano et al. (1984), reconocer estas categorías permite a las organizaciones enfocar sus esfuerzos en aquellas características que más influyen en la percepción del usuario. Así, este modelo se convierte en una herramienta útil para diseñar estrategias orientadas a fortalecer la experiencia del cliente y mejorar la posición competitiva en el mercado.

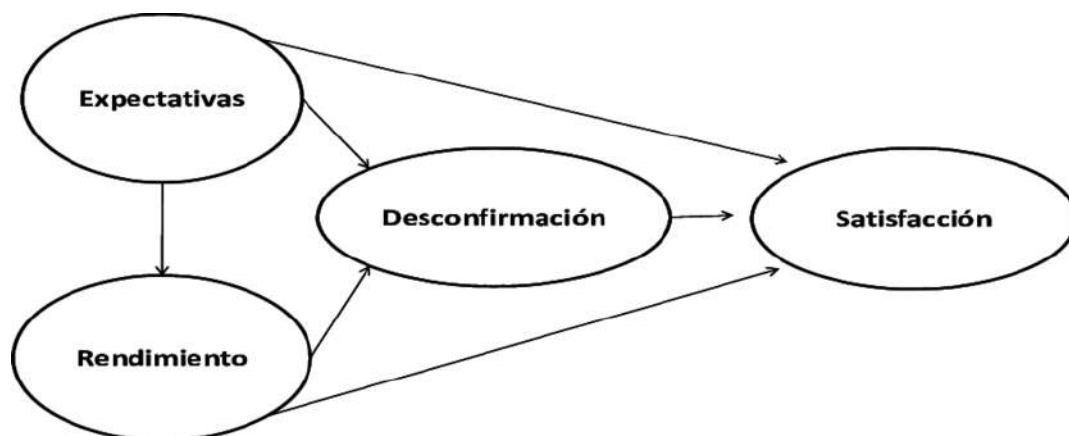
El Net Promoter Score (NPS) es un modelo ampliamente utilizado para evaluar la lealtad del cliente basándose en una única pregunta central: “¿Qué tan probable es que

recomiende nuestro producto o servicio a un amigo o colega?”. Este enfoque, propuesto por Reichheld (2003), clasifica a los clientes en tres categorías: promotores, aquellos que recomiendan activamente y generan un impacto positivo; pasivos, quienes están satisfechos, pero no comprometidos a recomendar; y detractores, quienes muestran insatisfacción y pueden afectar negativamente la percepción de la marca. El NPS se calcula restando el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores, proporcionando una métrica sencilla y efectiva para medir la lealtad y predecir el crecimiento de la empresa. Reichheld (2003) resalta que el NPS es un indicador clave que permite a las organizaciones centradas en mejorar las áreas críticas que fomentan la lealtad y, por ende, el crecimiento sostenible del negocio.

En cuanto al modelo conceptual que respalda esta investigación, se adoptó el enfoque de Oliver (1997), quien propone que la satisfacción del cliente se genera a partir de la comparación entre las expectativas previas y el desempeño percibido. Este modelo, conocido como modelo de desconfirmación de expectativas, plantea que la satisfacción es el resultado de una evaluación subjetiva donde intervienen tanto las expectativas como el valor percibido por el usuario. De esta manera, estas dos dimensiones se consideran fundamentales para medir la satisfacción del cliente en el presente estudio.

Figura 3

Modelo de Desconfirmación de Expectativas de Oliver (1997)



Nota: Adaptado de Chingduang, N. (2019). A study of the impact of green marketing practices in the hypermarket grocery industry on consumer purchasing behavior in Bangkok, Thailand [Tesis de maestría, Universidad de Bangkok].

2.2.2.3. Dimensiones

En esta investigación se incorporaron las dimensiones de valor percibido y expectativas con el propósito de analizar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente. El valor percibido puede entenderse como la apreciación subjetiva que el consumidor realiza al comparar los beneficios que obtiene con los esfuerzos o costos que asume para acceder al servicio. De acuerdo con Kotler y Keller (2012), este concepto trasciende el aspecto económico, ya que incluye elementos como la calidad, el desempeño, la atención recibida y otros factores que influyen en la decisión del consumidor. Cuando el usuario percibe que los beneficios superan los costos, su satisfacción y nivel de fidelidad tienden a incrementarse. En cuanto a las expectativas, estas representan las creencias o estándares que el cliente forma antes de utilizar un producto o servicio, y sirven como parámetro para valorar su experiencia. Según Kotler y Keller (2012), las expectativas funcionan como un punto de comparación subjetivo entre lo esperado y lo experimentado, de modo que su cumplimiento o superación incide directamente en la satisfacción. Ambas dimensiones resultan esenciales para comprender cómo el consumidor evalúa el servicio y

qué factores fortalecen su vínculo con la organización.

2.2.2.4.Indicadores

Para operacionalizar la variable “satisfacción del cliente”, en el presente estudio se han considerado dos dimensiones clave: expectativas y valor percibido. Esta estructura se fundamenta en el modelo de desconfirmación de expectativas propuesto por Oliver (1997), quien sostiene que la satisfacción se genera a partir de la comparación entre lo que el cliente espera recibir y lo que realmente percibe tras la experiencia del servicio. Esta perspectiva es respaldada por Kotler y Keller (2012), quienes definen la satisfacción como el resultado de comparar las expectativas con el desempeño real del servicio, evaluando así el valor total entregado al cliente.

A partir de estas bases teóricas, se han identificado los siguientes indicadores para cada dimensión:

a. Expectativas

- Nivel de servicio esperado: grado de expectativa que tiene el usuario sobre la calidad del servicio antes de recibirlo.
- Claridad de expectativas: precisión y definición de lo que el cliente espera que ocurra durante su atención.
- Origen de las expectativas: fuente de donde provienen las expectativas del usuario (experiencias previas, recomendaciones, publicidad).
- Influencia de experiencias pasadas: efecto de servicios anteriores sobre la formación de expectativas actuales.

b. Valor percibido

- Desempeño percibido del servicio: evaluación del usuario sobre la efectividad del servicio recibido.
- Beneficios recibidos: percepción del valor funcional, emocional o simbólico que obtuvo el paciente.
- Relación calidad–precio: juicio sobre si la calidad del servicio recibido justifica los recursos invertidos.
- Satisfacción con el valor recibido: apreciación general del paciente sobre si valió la pena recibir el servicio en función de lo esperado.

2.3.Glosario.

- Calidad de servicio: Se entiende como la valoración global que realiza el usuario respecto al nivel de excelencia del servicio brindado, la cual se analiza mediante distintas dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, prontitud en la atención, seguridad y empatía (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).
- Satisfacción del cliente: Es una respuesta emocional que surge cuando el usuario contrasta lo que esperaba del servicio con la experiencia efectivamente obtenida, evaluando así si el desempeño percibido cumple o supera sus expectativas (Kotler y Keller, 2012).
- Expectativas: Creencias anticipadas sobre lo que debería ofrecer un servicio, formadas por experiencias previas, recomendaciones o mensajes de marketing. (Oliver, 1997)
- Valor percibido: Evaluación subjetiva del cliente sobre los beneficios totales obtenidos frente a los costos asumidos para recibir el servicio. (Zeithaml,

1988)

- Tangibles: Comprende los aspectos visibles y materiales del servicio, tales como la infraestructura, el estado de los equipos, la presentación del personal y los recursos utilizados para la comunicación con los usuarios (Parasuraman et al., 1988).
- Fiabilidad: Capacidad del servicio para realizar lo prometido con precisión y de manera consistente. (Parasuraman et al., 1988)
- Capacidad de respuesta: Disposición y agilidad del personal para ayudar a los clientes y ofrecer un servicio rápido. (Parasuraman et al., 1988)
- Empatía: Habilidad del personal para proporcionar atención personalizada y comprender las necesidades individuales de cada usuario. (Parasuraman et al., 1988)
- Seguridad: Hace referencia al nivel de preparación y amabilidad del personal, junto con su capacidad para transmitir confianza, credibilidad y tranquilidad a los usuarios durante la prestación del servicio (Parasuraman et al., 1988).
- Relación calidad–precio: Percepción del cliente sobre si el servicio recibido justifica el precio y el esfuerzo invertido. (Kotler & Armstrong, 2004)
- Beneficios percibidos: Valoración positiva de los resultados obtenidos por el usuario tras recibir un servicio. (Zeithaml, 1988)
- Nivel de servicio esperado: Grado de exigencia o estándar mental que tiene el cliente sobre cómo debería ser la atención recibida. (Oliver, 1997)
- Centro médico privado: Institución de salud que ofrece atención a pacientes

mediante financiamiento propio o de terceros, sin administración pública directa. (MINSA, 2020)

- Paciente: Persona que recibe atención médica y participa activamente en la evaluación de la calidad del servicio prestado. (OMS, 2008)
- Percepción del cliente: Interpretación individual y subjetiva que hace el usuario sobre los distintos aspectos del servicio recibido. (Zeithaml & Bitner, 2003)

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Enfoque y métodos.

3.1.1. *Enfoque de Investigación*

La presente investigación adopto un enfoque cuantitativo, ya que se orientará a recolectar y analizar datos numéricos para examinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Este enfoque permite describir fenómenos mediante la medición objetiva de variables, utilizando instrumentos estructurados como cuestionarios y aplicando procedimientos estadísticos para obtener resultados generalizables. Según Creswell (2014), el enfoque cuantitativo permite probar teorías a través de la medición de variables y el análisis estadístico, proporcionando una base empírica para validar o refutar hipótesis planteadas. De igual manera, Hernández et al. (2014) señalan que el enfoque cuantitativo se basa en la recopilación de datos cuantificables, lo que facilita la identificación de patrones, relaciones y asociaciones entre variables en contextos específicos. Además, Babbie (2010) argumenta que este enfoque busca generalizar resultados a partir de muestras representativas, mediante una metodología rigurosa y sistemática que garantiza la objetividad del proceso investigativo. En ese sentido, el presente estudio aplico este enfoque con el propósito de evaluar, mediante métodos estadísticos, la posible correlación existente entre las dimensiones de la calidad del servicio y el nivel de satisfacción del usuario, dentro del contexto del centro de salud "El Pueblo", permitiendo obtener resultados concretos y verificables que contribuyan al conocimiento científico en el ámbito de la gestión de servicios en salud.

3.1.2. *Métodos de Investigación*

La presente investigación empleo el método hipotético y deductivo, ya que partió

de teorías generales y conceptos previamente establecidos sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, para luego contrastarlos con la realidad observada a través de los datos recolectados. Según Kerlinger y Lee (2002), el método deductivo se basa en la lógica de la derivación, en la cual las proposiciones específicas se infieren de principios generales. Este método permite desarrollar investigaciones con mayor grado de objetividad, pues se orienta a comprobar hipótesis formuladas previamente. Hernández et al. (2014) señalan que el método deductivo es característico de estudios cuantitativos, ya que parte de marcos teóricos sólidos para llegar a conclusiones específicas a través del análisis de datos empíricos. Por su parte, Bunge (2000) indica que el razonamiento deductivo es fundamental en las ciencias formales y aplicadas, dado que ofrece conclusiones necesarias siempre que las premisas sean verdaderas. En este estudio, el método deductivo se aplicó al analizar los datos obtenidos de los instrumentos aplicados, con el fin de validar o refutar la hipótesis que plantea una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el centro médico "El Pueblo".

3.2. Tipo, nivel y diseño de investigación.

3.2.1. *Tipo de investigación*

La presente investigación es de tipo básica, ya que su finalidad fue generar conocimiento teórico respecto a la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, sin que se plantee una aplicación inmediata de los resultados. Este tipo de investigación se orienta al desarrollo conceptual y a la comprensión profunda de fenómenos, sin intervenir directamente en la realidad ni buscar una solución inmediata a un problema práctico. Según Mejía (2005), en su obra *Metodología de la investigación* (Editorial San Marcos), la investigación básica tiene como propósito ampliar el conocimiento científico

existente y contribuir al avance teórico de un área determinada, enfocándose en la generación de ideas, modelos y teorías que sustenten futuras investigaciones aplicadas.

3.2.2. Nivel de investigación

El nivel de la presente investigación es correlacional, ya que tiene como propósito identificar y analizar la relación existente entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en un centro de salud. Este enfoque permite observar cómo se asocian ambas variables dentro de un mismo grupo de estudio sin intervenir en ellas. De acuerdo con Hernández et al. (2014), en su obra *Metodología de la investigación* (McGraw-Hill), el nivel correlacional busca establecer si existe una vinculación entre dos o más variables y determinar la intensidad de dicha relación, lo cual es esencial para formular hipótesis o realizar predicciones fundamentadas. En este estudio, se aplica este tipo de diseño con el fin de comprobar estadísticamente si las dimensiones propuestas en el modelo SERVQUAL presentan una relación significativa con la percepción de satisfacción de los usuarios en los servicios de salud.

3.2.3. Diseño de investigación

De acuerdo con el enfoque metodológico propuesto por Hernández et al. (2014), la investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental, de corte transeccional y nivel descriptivo–correlacional. En este caso, el estudio no busca modificar las variables, sino analizar cómo se relacionan en un contexto y momento específicos. Esta estructura metodológica permite observar las asociaciones sin intervenir en los fenómenos, lo que la hace idónea para el propósito del presente trabajo. El modelo de diseño se representa del modo siguiente:



M =

Oy

Donde:

M = Grupo muestral integrado por personas que acudieron al Centro Médico “El Pueblo”, ubicado en el distrito de Tarma, durante el año 2024.

Ox = Registro de la variable Calidad del servicio.

Oy = Registro de la variable Satisfacción del cliente.

↔ = Correlacional

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.

3.3.1. Población y muestra.

La población del estudio está conformada por un total de 1,200 pacientes que recibieron atención médica en el Centro Médico “El Pueblo” durante el año 2024. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la población representa el conjunto total de elementos que comparten una característica en común y sobre los cuales se desea obtener información. En este caso, los pacientes comparten características económicas, al tratarse de usuarios con la capacidad de acceder a servicios de salud privada, y características de experiencia, dado que todos fueron atendidos dentro de las instalaciones del centro médico, recibiendo atención bajo los mismos estándares de servicio y calidad.

Para esta investigación, se determinó una muestra de 292 pacientes, calculada en base a la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y una proporción esperada de respuesta del 50%. Los pacientes seleccionados cumplieron con criterios de inclusión relacionados con variables sociodemográficas, como edad y sexo, con el fin de garantizar la diversidad de perfiles y

obtener resultados representativos respecto a la percepción del servicio.

3.3.2. *Muestreo*

Se empleó un muestreo no probabilístico por disponibilidad aleatoria, dado que los participantes del estudio fueron aquellos que respondieron voluntariamente al cuestionario virtual distribuido a una población total de 1,200 usuarios del centro médico. Este tipo de muestreo resulta útil cuando no se cuenta con un marco muestral completo y se requiere acceder a los sujetos que se encuentran disponibles o dispuestos a participar durante el proceso de recolección de datos (Sampieri, Collado & Lucio, 2014). Además, constituye una técnica frecuentemente empleada en investigaciones desarrolladas en contextos reales, como los servicios de salud, donde se prioriza la viabilidad operativa y la participación voluntaria de los usuarios sin comprometer la validez de los resultados (Hernández et al., 2014).

3.3.3. *Unidad de Análisis*

La unidad de análisis está compuesta por cada paciente individual atendido en el centro médico “El Pueblo” durante el año 2024. De acuerdo con Kerlinger y Lee (2002), la unidad de análisis es la entidad sobre la cual se recogen los datos y se realizan las inferencias estadísticas. En este caso, el paciente representa el sujeto idóneo para evaluar la calidad del servicio recibido y su grado de satisfacción, dado que es el receptor directo de la atención brindada.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1. *Técnicas*

La técnica es una herramienta fundamental en cualquier proceso de investigación, ya que permiten obtener la información necesaria para responder a las preguntas de

investigación y cumplir con los objetivos planteados. Según Hernández et al. (2014), las técnicas de recolección de datos se refieren a los procedimientos y métodos empleados para recopilar la información de forma sistemática y ordenada.

Para obtener la información necesaria, se empleó la encuesta como método de recopilación de datos. Este procedimiento permitió reunir opiniones y percepciones directamente de los usuarios que acudieron al Centro Médico “El Pueblo”, quienes conformaron el grupo considerado dentro de la población analizada en el estudio.

3.4.2. Instrumentos

Los instrumentos de recopilación de información constituyen los medios utilizados para obtener, registrar y organizar los datos necesarios dentro de un proceso investigativo. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), estos instrumentos representan recursos metodológicos que permiten recolectar información de forma ordenada y uniforme, asegurando la obtención de datos pertinentes y consistentes con los objetivos del estudio. Entre los más empleados se encuentran los cuestionarios, las encuestas, las entrevistas y las escalas de observación. La selección del instrumento debe realizarse considerando el tipo de variables que se pretende analizar y el enfoque metodológico adoptado, ya que de ello depende la validez y la confiabilidad de los resultados que se obtengan durante el desarrollo de la investigación.

Los instrumentos utilizados fueron:

El instrumento aplicado para medir la calidad del servicio se sustentó en el modelo SERVQUAL, propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988). Dicho modelo evalúa la percepción del usuario mediante cinco dimensiones fundamentales: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Esta herramienta ha sido

ampliamente validada y adaptada en diferentes investigaciones orientadas a medir la calidad de los servicios, incluidos los del ámbito sanitario (Cronin & Taylor, 1992; Brady & Cronin, 2001). Su estructura metodológica posibilita contrastar las expectativas y percepciones de los usuarios, permitiendo identificar discrepancias en la prestación del servicio.

Por otro lado, el cuestionario de satisfacción del cliente se fundamenta en los principios teóricos propuestos por Oliver (1980, 1997), quien define la satisfacción como una respuesta emocional derivada de la evaluación del consumidor respecto a la experiencia con un servicio. Este instrumento recoge la percepción global del usuario sobre el servicio recibido, y ha sido validado en numerosos estudios en el ámbito sanitario (Anderson, Fornell & Lehmann, 1994).

La aplicación conjunta de ambos cuestionarios permitirá obtener una visión integral que relacione la calidad percibida del servicio con la satisfacción del cliente, lo cual es esencial para identificar áreas de mejora en el centro de salud "El Pueblo".

a. Validez del instrumento

La validez es la capacidad de un instrumento para medir con precisión las variables que se propone evaluar. Entre los principales tipos de validez se encuentran la validez de contenido, de constructo y de criterio, las cuales aseguran la relación entre el instrumento y el fenómeno estudiado (Cohen, Manion, & Morrison, 2018).

En este estudio, se empleó un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, compuesto por 32 ítems, distribuidos en dimensiones asociadas a la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Para garantizar su validez de contenido, se realizó un juicio de expertos con la participación de tres especialistas con trayectoria en investigación científica, quienes evaluaron aspectos como la claridad y redacción de los ítems. Tras recibir sus

observaciones, se procedió a realizar los ajustes pertinentes antes de aplicar el cuestionario en campo.

b. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de un instrumento se refiere al grado en que sus mediciones son consistentes y estables bajo condiciones similares. De acuerdo con Field (2018), un instrumento confiable reduce el error aleatorio y permite que sus resultados sean replicables con precisión.

En esta investigación, la confiabilidad del cuestionario fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, una medida estadística utilizada para estimar la consistencia interna entre los ítems. Para ello, se aplicó una prueba piloto a 22 participantes. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: $\alpha = 0.972$ para la variable Calidad de servicio y $\alpha = 0.961$ para la variable Satisfacción del cliente.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), valores superiores a 0.80 indican un nivel de confiabilidad muy fuerte, lo que respalda la solidez del instrumento aplicado en este estudio para ambas variables.

Tabla 1

Resumen de confiabilidad de instrumento a través de Alfa de Cronbach

Variable/Dimensiones	Alfa de Cronbach
Calidad de servicio	0.972
Elementos tangibles	0.892
Fiabilidad	0.793
Capacidad de respuesta	0.822
Seguridad	0.920
Empatía	0.872
Satisfacción del cliente	0.961
Valor percibido	0.938
Expectativas	0.913

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

La Tabla 1 presenta los resultados del análisis de confiabilidad utilizando el

coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor estimado de 0.967, lo que indica una consistencia interna muy alta del cuestionario. Este valor, cercano a 1, refleja que los ítems presentan una fuerte correlación entre sí, respaldando la solidez del instrumento. El análisis fue realizado sobre un total de 32 ítems, lo que garantiza que el cuestionario posee una estructura confiable para medir de manera precisa las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente consideradas en el estudio.

Tabla 2

Resumen de procesamiento de datos de la Calidad de Servicio.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

La Tabla 2 muestra los resultados del procesamiento de casos de la primera encuesta, donde se registran 22 casos válidos, representando el 100% de la muestra, sin excluidos, lo que indica que todos los participantes fueron considerados para el análisis de confiabilidad.

Para examinar y comprender los datos obtenidos en la investigación, se recurrió al uso de procedimientos estadísticos de tipo descriptivo y correlacional. Como señalan Hair et al. (2014), el empleo de herramientas estadísticas posibilita detectar tendencias y vínculos relevantes entre las variables analizadas, favoreciendo una interpretación más precisa de los resultados. En este estudio se aplicó la prueba de correlación de Spearman con el propósito de determinar la relación existente entre las dimensiones de la calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente (Field, 2013).

Además, según Tabachnick y Fidell (2013), es fundamental verificar la significancia

estadística y la magnitud de las relaciones para validar o refutar las hipótesis planteadas. Los resultados se interpretan de manera objetiva, relacionándolos con el marco teórico y los antecedentes, para sustentar las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Para la organización y registro inicial de los datos se utilizará el programa Microsoft Excel, que permitirá un manejo eficiente y ordenado de la información recopilada. Posteriormente, se empleará el software estadístico SPSS Statistics versión 25 para el procesamiento y análisis de los datos, dada su capacidad para realizar análisis descriptivos, pruebas de normalidad y análisis correlacional. Según Field (2013), SPSS es una herramienta confiable y ampliamente usada en investigaciones sociales para el análisis de datos cuantitativos.

Además, para evaluar la fiabilidad interna de los instrumentos se calculará el coeficiente alfa de Cronbach, método recomendado por Nunnally y Bernstein (1994) para determinar la consistencia de las escalas utilizadas en investigaciones sociales y de salud.

3.5. Aspectos éticos de la investigación.

Esta investigación se desarrolló bajo estrictos principios éticos que garantizan el respeto, la integridad y la protección de los participantes. En línea con la Declaración de Helsinki (World Medical Association, 2013) y las directrices del Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas (CIOMS, 2016), se promovió una conducta ética en todas las fases del estudio.

Previamente a la recolección de datos, se proporcionó a los participantes información clara sobre los objetivos del estudio, asegurando su participación voluntaria mediante la firma del consentimiento informado. Se garantizó la confidencialidad de los datos recopilados y el anonimato de los encuestados, evitando cualquier identificación

personal en los resultados del estudio.

Además, se dejó explícito que los datos recolectados serían utilizados exclusivamente con fines académicos, sin ocasionar daño físico, psicológico ni moral a los participantes. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), los aspectos éticos en la investigación científica implican actuar con responsabilidad, transparencia y respeto hacia los derechos de los involucrados, criterios que fueron cuidadosamente respetados en este estudio.

estándar
de
curtosis

Nota: En la tabla se muestra los resultados de tendencia central y medidas de dispersión obtenidos mediante SPSS.

4.2.1. Variable 1 / Calidad de servicio

Tabla 4

Hallazgos descriptivos de la variable Calidad de servicio

	Conteo	Proporción
Acceptables		
Muy malo	2	,7
Malo	14	4,8
Regular	67	22,9
Bueno	197	67,5
Muy bueno	12	4,1
Total	292	100,0

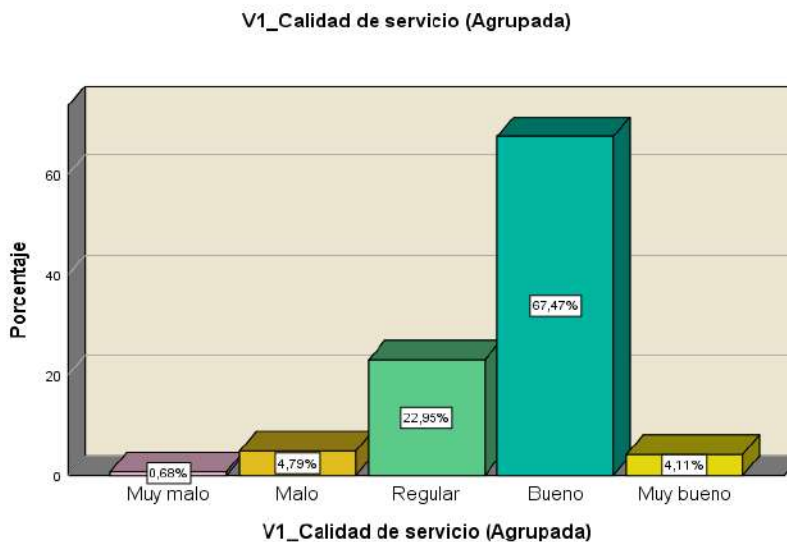
Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

Interpretación y análisis tabla 4

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 67.5% consideran que la calidad de servicio que maneja es buena, seguido de un 22.9% de casos que opinaron que la calidad de servicio que maneja es regular, mientras que el 4.8% de ellos creen que la calidad de servicio que maneja es mala, con un 4.1% que creen que la calidad de servicio es muy buena y tan solo el 0.7% de casos consideran que la calidad de servicio que manejan es muy mala. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a la calidad de servicio como óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 04 y Figura N° 05.

Figura 4

Hallazgos descriptivos de la variable Calidad de servicio



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la variable calidad de servicio utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 5

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde a la calidad de servicio calificada como bueno, con un 67.47%. Le sigue la calidad de servicio considerado regular, con un 22.95%, luego está la calidad de servicio mala con un 4.79%, seguido de la calidad de servicio muy buena con un 4.11% y finalmente, un pequeño porcentaje del 0.68% indica que se percibe la calidad de servicio como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben a la calidad de servicio como apropiados.

Tabla 5

Hallazgos descriptivos de la dimensión Elemento tangible

		Conteo	Proporción
Aceptables	Muy malo	9	3,1
	Malo	13	4,5
	Regular	48	16,4
	Bueno	132	45,2
	Muy bueno	90	30,8

Total	292	100,0
-------	-----	-------

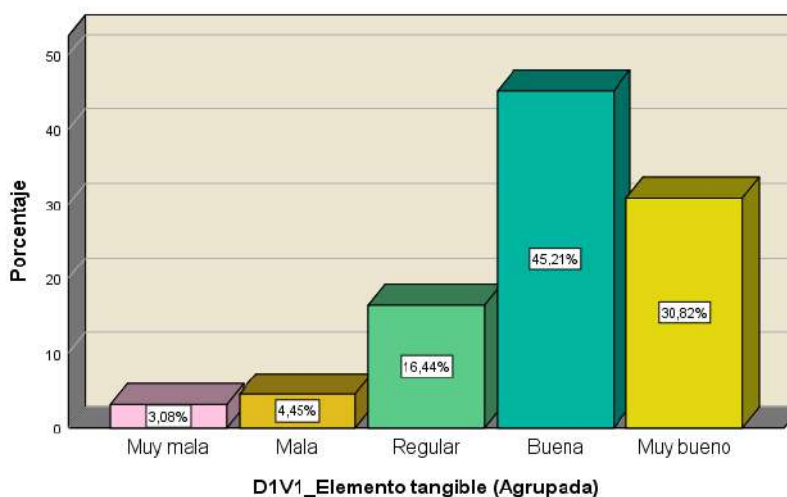
Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

Interpretación y análisis tabla 5

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 45.2% consideran que los elementos tangibles que manejan son buenos, seguido de un 30.8% de casos que opinaron que elementos tangibles son muy buenos, mientras que el 16.4% de ellos creen que los elementos tangibles son regulares, con un 4.5% que creen que los elementos tangibles son malos y tan solo el 3.4% de casos consideran que los elementos tangibles que manejan son muy malos. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a los elementos tangibles como óptimos para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 05 y Figura N° 06.

Figura 5

Hallazgos de la dimensión Elemento tangible en el centro médico “El Pueblo”



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión elemento tangible utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 6

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde al elemento tangible calificado como bueno, con un 45,21%. Le sigue el elemento tangible considerado muy bueno, con un 30,82%, luego está el elemento tangible regular con un 16,44%, seguido del elemento tangible malo con un 4,45% y finalmente, un pequeño porcentaje del 3,08% indica que se percibe el elemento tangible como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben a los elementos tangibles como apropiados.

Tabla 6

Hallazgos descriptivos de la dimensión Fiabilidad

		Conteo	Proporción
Aceptables	Muy malo	9	3,1
	Malo	14	4,8
	Regular	43	14,7
	Bueno	106	36,3
	Muy Bueno	120	41,1
	Total	292	100,0

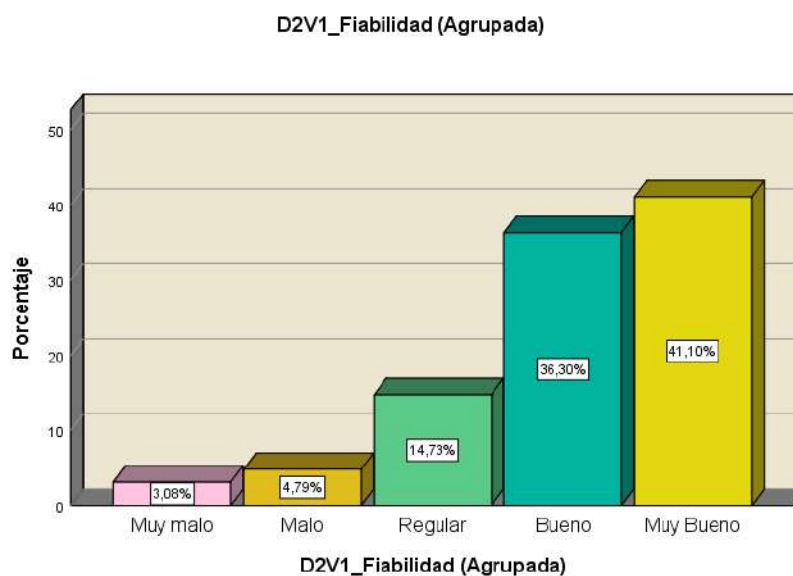
Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

Interpretación y análisis tabla 6

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 41.1% consideran que la fiabilidad que maneja es muy buena, seguido de un 36.3% de casos que opinaron que la fiabilidad que maneja es buena, mientras que el 14.7% de ellos creen que la fiabilidad que maneja es regular, con un 4.8% que creen que la fiabilidad es mala y tan solo el 3.1% de casos consideran que la fiabilidad que manejan es muy mala. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a la fiabilidad como óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 06 y Figura N° 07.

Figura 6

Hallazgos descriptivos de la dimensión Fiabilidad



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión Fiabilidad utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 7

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde a la fiabilidad calificada como muy bueno, con un 41,10%. Le sigue la fiabilidad considerado bueno, con un 36,30%, luego está la fiabilidad regular con un 14,73%, seguido de la fiabilidad mala con un 4,79% y finalmente, un pequeño porcentaje del 3,08% indica que se percibe la fiabilidad como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben a la fiabilidad como apropiada.

Tabla 7

Hallazgos descriptivos de la dimensión Capacidad de respuesta

		Conteo	Proporción
Aceptables	Muy malo	8	2,7
	Malo	59	20,2

Regular	224	76,7
Muy bueno	1	,3
Total	292	100,0

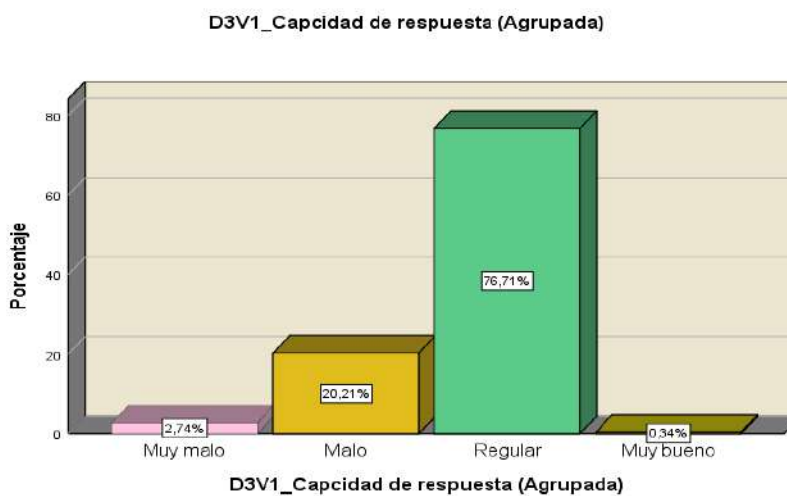
Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

Interpretación y análisis tabla 7

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 76.7% consideran que la capacidad de respuesta que maneja es regular o buena, seguido de un 20.2% de casos que opinaron que la capacidad de respuesta que maneja es mala, mientras que el 2.7% de ellos creen que la capacidad de respuesta que maneja es muy mala y tan solo el 0.3% de casos consideran que la capacidad de respuesta que manejan es muy buena. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a la capacidad de respuesta como óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 07 y Figura N° 08.

Figura 7

Hallazgos descriptivos de la dimensión Capacidad de respuesta



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión capacidad de respuesta utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 8

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde a la capacidad de respuesta calificada como regular o bueno, con un 76.71%. Le sigue la capacidad de respuesta considerado malo, con un 20.21%, luego está la capacidad de respuesta muy mala con un 2.74% y un pequeño porcentaje del 0.34% indica que se percibe la capacidad de respuesta como muy buena. Esto evidencia que los encuestados perciben a la capacidad de respuesta como apropiada.

Tabla 8

Hallazgos descriptivos de la dimensión Seguridad

		Conteo	Proporción
Aceptables	Muy malo	7	2,4
	Malo	7	2,4
	Regular	45	15,4
	Bueno	110	37,7
	Muy bueno	123	42,1
	Total	292	100,0

Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

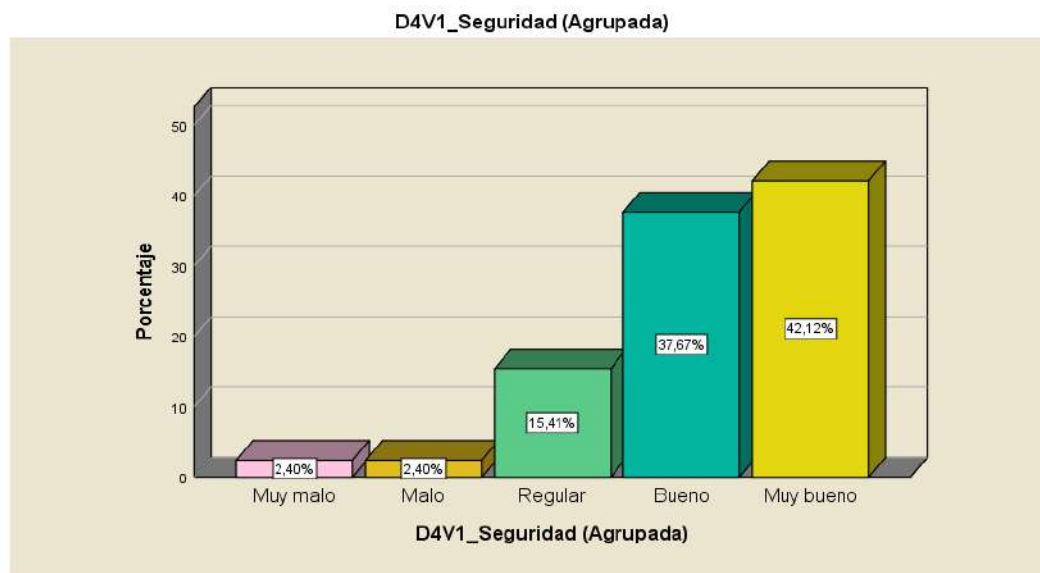
Interpretación y análisis tabla 8

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 42.1% consideran que la seguridad que maneja es muy buena, seguido de un 37.7% de casos que opinaron que la seguridad que maneja es buena, mientras que el 15.4% de ellos creen que la seguridad que maneja es regular, con un 2.4% que creen que la seguridad es mala al igual el 2.4% de casos consideran que la seguridad que manejan es muy mala. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a la seguridad como óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente

tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 08 y Figura N° 09.

Figura 8

Hallazgos descriptivos de la dimensión Seguridad



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión seguridad utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 9

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde a la seguridad calificada como muy bueno, con un 42.12%. Le sigue la seguridad considerado bueno, con un 37.67%, luego está la seguridad regular con un 15.41%, seguido de la seguridad mala con un 2.40% y finalmente, un pequeño porcentaje del 2.40% indica que se percibe la seguridad como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben a la seguridad como apropiada.

Tabla 9

Hallazgos descriptivos de la dimensión Empatía

		Conteo	Proporción
Aceptables	Muy malo	5	1,7

Malo	10	3,4
Regular	46	15,8
Bueno	99	33,9
Muy bueno	132	45,2
Total	292	100,0

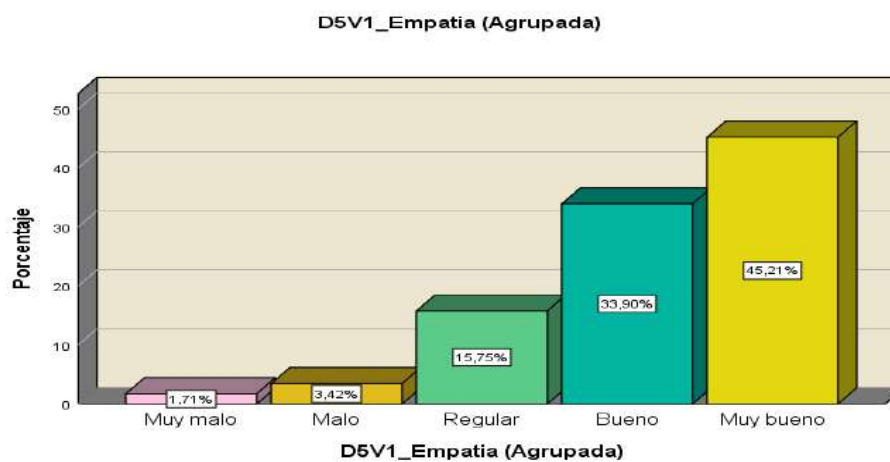
Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

Interpretación y análisis tabla 9

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 45.2% consideran que la empatía que maneja es muy buena, seguido de un 33.9% de casos que opinaron que la empatía que maneja es buena, mientras que el 15.8% de ellos creen que la empatía que maneja es regular, con un 3.4% que creen que la empatía es mala al igual el 1.7% de casos consideran que la empatía que manejan es muy mala. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a la empatía como óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 09 y Figura N° 10.

Figura 9

Hallazgos descriptivos de la dimensión Empatía



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión empatía utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 10

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde a la empatía calificada como muy bueno, con un 45.21%. Le sigue la empatía considerado bueno, con un 33.90%, luego está la empatía regular con un 15.75%, seguido de la empatía mala con un 3.42% y finalmente, un pequeño porcentaje del 1.71% indica que se percibe la empatía como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben a la empatía como apropiada.

4.2.2. Variable 2 / Satisfacción del cliente

Tabla 10

Hallazgos descriptivos de la variable Satisfacción del cliente

	Conteo	Proporción
Aceptables		
Muy malo	4	1,4
Malo	15	5,1
Regular	29	9,9
Bueno	121	41,4
Muy bueno	123	42,1
Total	292	100,0

Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

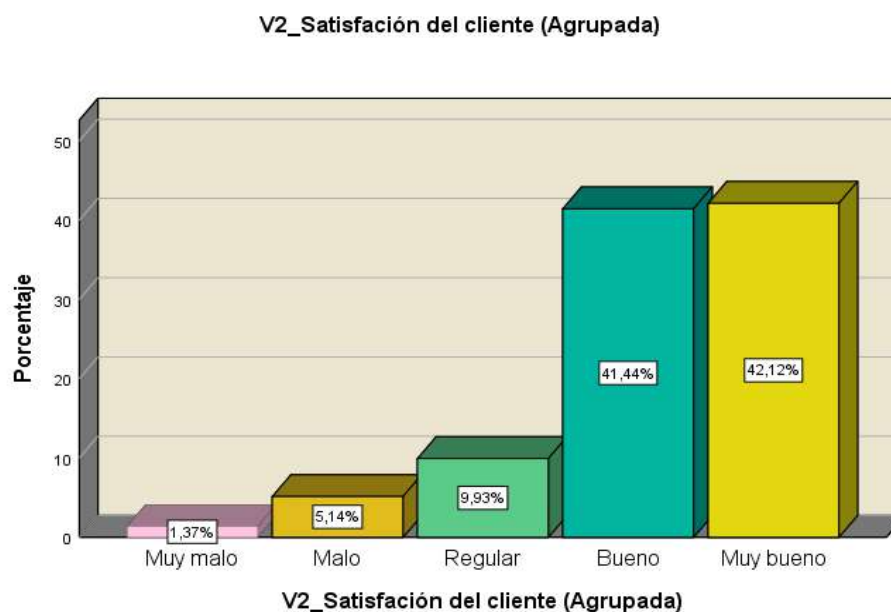
Interpretación y análisis tabal 10

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 42.1% consideran que la satisfacción del cliente que maneja es muy buena, seguido de un 41.4% de casos que opinaron que la satisfacción del cliente que maneja es buena, mientras que el 9.9% de ellos creen que la satisfacción del cliente que maneja es regular, con un 5.1% que creen que la satisfacción del cliente es mala y tan solo el 1.4% de casos consideran que la satisfacción del cliente que manejan es muy mala. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a la satisfacción del cliente como

óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 10 y Figura N° 11.

Figura 10

Hallazgos descriptivos de la variable Satisfacción del cliente



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión satisfacción del cliente utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 11

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde a la satisfacción de la cliente calificada como muy bueno, con un 42.12%. Le sigue la satisfacción del cliente considerado bueno, con un 41.44%, luego está la satisfacción del cliente regular con un 9.93%, seguido de la satisfacción de la cliente mala con un 5.14% y finalmente, un pequeño porcentaje del 1.37% indica que se percibe la satisfacción del cliente como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben la satisfacción del cliente como apropiada.

Tabla 11

Hallazgos descriptivos de la dimensión Valor percibido

	Conteo	Proporción
Aceptables		
Muy malo	7	2,4
Malo	12	4,1
Regular	32	11,0
Bueno	121	41,4
Muy bueno	120	41,1
Total	292	100,0

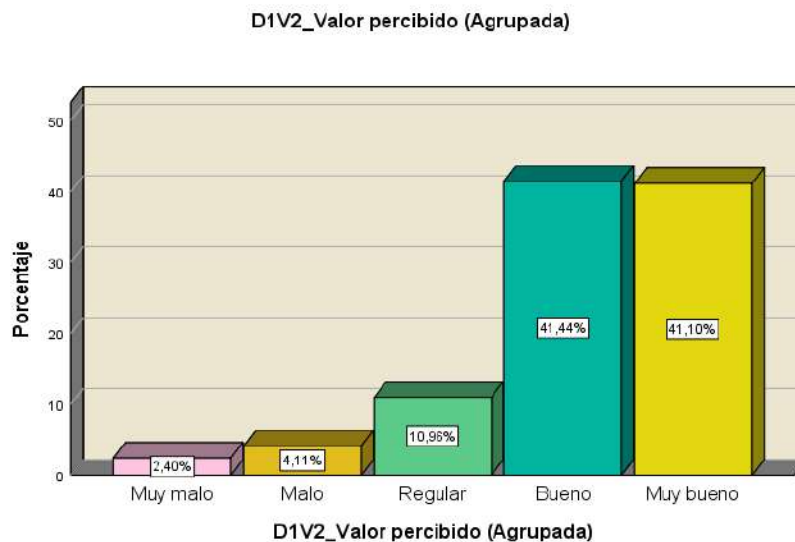
Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

Interpretación y análisis tabla 11

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 41.4% consideran que el valor percibido que maneja es bueno, seguido de un 41.1% de casos que opinaron que el valor percibido que maneja es muy bueno, mientras que el 11% de ellos creen que el valor percibido que maneja es regular, con un 4.1% que creen que el valor percibido es malo y tan solo el 2.4% de casos consideran que el valor percibido que manejan es muy malo. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran al valor percibido como óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 11 y Figura N° 12.

Figura 11

Hallazgos descriptivos de la dimensión Valor percibido



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión valor percibido utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 12

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde al valor percibido calificada como bueno, con un 41.44%. Le sigue el valor percibido considerado muy bueno, con un 41.10%, luego está el valor percibido regular con un 10.96%, seguido del valor percibido mala con un 4.11% y finalmente, un pequeño porcentaje del 2.40% indica que se percibe el valor percibido como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben a el valor percibido como apropiado.

Tabla 12

Hallazgos descriptivos de la dimensión Expectativa

		Conteo	Proporción
Acceptables	Muy malo	5	1,7
	Malo	13	4,5
	Regular	30	10,3
	Bueno	134	45,9

Muy bueno	110	37,7
Total	292	100,0

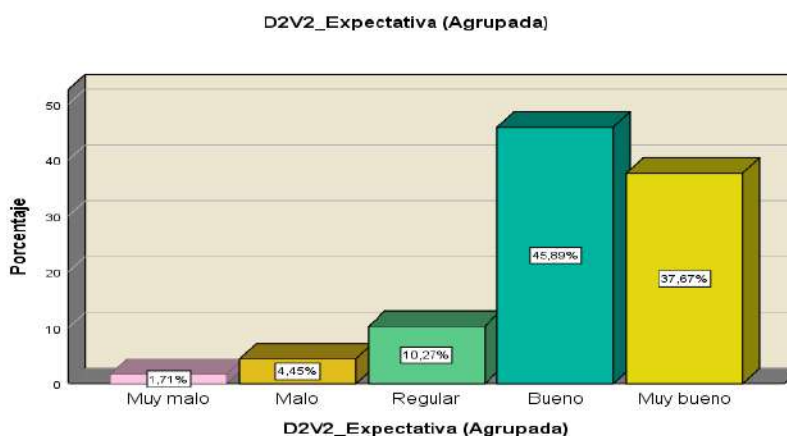
Nota: La tabla refleja los resultados obtenidos utilizando SPSS.

Interpretación y análisis tabla 12

Los encuestados, pacientes del centro médico “El Pueblo”, en un 45.9% consideran que la expectativa que maneja es buena, seguido de un 37.7% de casos que opinaron que la expectativa que maneja es muy buena, mientras que el 10.3% de ellos creen que la expectativa que maneja es regular, con un 4.5% que creen que la expectativa es mala y tan solo el 1.7% de casos consideran que la expectativa que manejan es muy mala. Por lo tanto, se puede afirmar que en su gran mayoría los pacientes del centro médico “El Pueblo” consideran a la expectativa como óptima para su atención, lo que les debería permitir tener un excelente tratamiento. Los resultados se pueden evidenciar en la Tabla N° 12 y Figura N° 13.

Figura 12

Hallazgos descriptivos de la dimensión Expectativa



Nota: La representación gráfica describe los porcentajes obtenidos de la dimensión expectativa utilizado SPSS.

Interpretación y análisis figura 13

Según el gráfico de barras, el porcentaje más alto corresponde a la expectativa calificada como bueno, con un 45.89%. Le sigue la expectativa considerado muy bueno, con un 37.67%, luego está la expectativa regular con un 10.27%, seguido de la expectativa mala con un 4.45% y finalmente, un pequeño porcentaje del 1.71% indica que se percibe la expectativa como muy malo. Esto evidencia que los encuestados perciben a la expectativa como apropiada.

4.3.Resultados Inferenciales.

4.3.1. Prueba de normalidad

Tabla 13

Supuestos para la evaluación de normalidad

VARIABLES Y DIMENSION	Kolmogorov-Smirnov ^a			Distribución normal
	Estadístico	gl	Sig.	
Elemento tangible	,276	292	,000	No
Fiabilidad	,244	292	,000	No
Capacidad de respuesta	,457	292	,000	No
Seguridad	,241	292	,000	No
Empatía	,264	292	,000	No
V.I. Calidad de servicio	,394	292	,000	No
Valor percibido	,263	292	,000	No
Expectativa	,276	292	,000	No
V.II. Satisfacción del cliente	,258	292	,000	No

Nota: En la tabla se muestra la distribución a partir de los datos de la prueba de normalidad.

Hipótesis de prueba de normalidad

Ho: los datos tienen distribución normal

Ha: los datos no tienen distribución normal

Regla de decisión:

- Si $p > 0.05$, se mantiene la hipótesis nula y se descarta la hipótesis alternativa.
- Si $p < 0.05$, se invalida la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa.

En ambas variables, los datos no tienen una distribución normal.

4.3.2. Prueba de hipótesis

a. Hipótesis general

1. Hipótesis estadística

H₀: No existe relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

H_a: Existe relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es del $p = 0.05$. Un nivel de confianza del 95%.

3. Regla de decisión

Si $p > 0.05$, se mantiene la hipótesis nula y se descarta la hipótesis alternativa.

Si $p < 0.05$, se invalida la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa.

4. Prueba estadística

Tabla 14
Interrelación de las variables

		V1_Calidad de servicio	V2_Satisfacción del cliente
Tau_b de Kendall	V1_Calidad de	1,000	,589**
	Parámetro de interrelación		

servicio	Sig.	.	,000
	(simétrica)		
	N	292	292
V2_Satisfa	Parámetro de	,589**	1,000
ción del	interrelación		
cliente	Sig.	,000	.
	(simétrica)		
	N	292	292

Nota: En la tabla se muestra la prueba estadística correlacional entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

5. Decisión

Con un nivel de significancia de 0.000, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando categóricamente que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

a. Hipótesis específica 1

1. Hipótesis estadística

H₀: No existe relación directa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

H_a: Existe relación directa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es del $p=0.05$. Un nivel de confianza del 95%.

3. Regla de decisión

Si $p > 0.05$, se mantiene la hipótesis nula y se descarta la hipótesis alternativa.

Si $p < 0.05$, se invalida la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa.

4. Prueba estadística

Tabla 15

Interrelación de las variables

		D1V1_Elem ento tangible	V2_Satisfaci ón del cliente
Tau_b de Kendall	Parámetro de interrelación Sig. (simétrica)	1,000 .	,488** ,000
	N	292	292
	Parámetro de interrelación Sig. (simétrica)	,488** ,000	1,000 .
N	292	292	

** . La interrelación es notable en el nivel 0,01 (simétrica).

Nota: En la tabla se muestra la prueba estadística correlacional entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

En la Tabla 15, se puede evidenciar que la variable satisfacción del cliente está asociada en un muy alto grado 0,488 con la dimensión elementos tangibles, en el centro médico

5. Decisión

Con un nivel de significancia de 0.000, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando categóricamente que los elementos

tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

b. Hipótesis específica 2

1. Hipótesis estadística

H0: No existe relación directa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

Ha: Existe relación directa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es del $p=0.05$. Un nivel de confianza del 95%.

3. Regla de decisión

Si $p>0.05$, se mantiene la hipótesis nula y se descarta la hipótesis alternativa.

Si $p<0.05$, se invalida la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa.

4. Prueba estadística

Tabla 16

Interrelación de las variables

		D2V1_Fiabilid	V2_Satisfaci
		idad	ón del cliente
Tau_b de Kendall	Parámetro de interrelación	1,000	,544**
	Sig. (simétrica)	.	,000

	N	292	292
V2_Satisfacción del cliente	Parámetro de interrelación Sig. (simétrica)	,544** ,000	1,000 .
	N	292	292

** . La interrelación es notable en el nivel 0,01 (simétrica).

Nota: En la tabla se muestra la prueba estadística interrelación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

En la Tabla 16, se puede evidenciar que la variable satisfacción del cliente está asociada en un muy alto grado 0,544 con la dimensión fiabilidad, en el centro médico

5. Decisión

Con un nivel de significancia de 0.000, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando categóricamente que la fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

c. Hipótesis específica 3

1. Hipótesis estadística

H₀: No existe relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

H_a: Existe relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es del $p=0.05$. Un nivel de confianza del 95%.

3. Regla de decisión

Si $p > 0.05$, se mantiene la hipótesis nula y se descarta la hipótesis alternativa.

Si $p < 0.05$, se invalida la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa.

4. Prueba estadística

Tabla 17

Interrelación de las variables

		D3V1_Capci dad de respuesta	V2_Satisfaci ón del cliente
	Parámetro de interrelación	1,000	,617**
	Sig. (simétrica)	.	,000
Tau_b de Kendall	N	292	292
	Parámetro de interrelación	,617**	1,000
	Sig. (simétrica)	,000	.
	N	292	292

Nota: En la tabla se muestra la prueba estadística interrelación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

En la Tabla 17, se puede evidenciar que la variable satisfacción del cliente está asociada en un muy alto grado 0,617 con la dimensión capacidad de respuesta, en el centro médico

5. Decisión

Con un nivel de significancia de 0.000, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando categóricamente que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

d. Hipótesis específica 4

1. Hipótesis estadística

H0: No existe relación directa entre la seguridad y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

Ha: Existe relación directa entre la seguridad y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es del $p=0.05$. Un nivel de confianza del 95%.

3. Regla de decisión

Si $p>0.05$, se mantiene la hipótesis nula y se descarta la hipótesis alternativa.

Si $p<0.05$, se invalida la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa.

4. Prueba estadística

Tabla 18

Interrelación de las variables

D4V1_Seguridad	V2_Satisfacción del cliente
----------------	-----------------------------

		Parámetro de	1,000	,629**
	D4V1_Segu	interrelación		
Tau_b	ridad	Sig. (simétrica)	.	,000
de		N	292	292
Kendal	V2_Satisfaci	Parámetro de	,629**	1,000
1	ón del	interrelación		
	cliente	Sig. (simétrica)	,000	.
		N	292	292

** . La interrelación es notable en el nivel 0,01 (simétrica).

Nota: En la tabla se muestra la prueba estadística correlacional entre la seguridad y la satisfacción del cliente.

En la Tabla 18, se puede evidenciar que la variable satisfacción del cliente está asociada en un muy alto grado 0,629 con la dimensión seguridad, en el centro médico

5. Decisión

Con un nivel de significancia de 0.000, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando categóricamente que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

e. Hipótesis específica 5

1. Hipótesis estadística

H0: No existe relación directa entre la empatía y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

Ha: Existe relación directa entre la empatía y la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es del $p=0.05$. Un nivel de confianza del 95%.

3. Regla de decisión

Si $p>0.05$, se mantiene la hipótesis nula y se descarta la hipótesis alternativa.

Si $p<0.05$, se invalida la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa.

4. Prueba estadística

Tabla 19

Interrelación de las variables

		D5V1_Empa	V2_Satisfaci
		tia	ón del cliente
Tau_b	D5V1_E	1,000	,754**
	mpatia	.	,000
	Sig. (simétrica)	.	,000
de	N	292	292
	Kendall	,754**	1,000
	V2_Satis	,000	.
fación del	interrelación	,000	.
	Sig. (simétrica)	,000	.
	N	292	292

** . La interrelación es notable en el nivel 0,01 (simétrica).

Nota: En la tabla se muestra la prueba estadística correlacional entre la empatía y la satisfacción del cliente.

En la Tabla 19, se puede evidenciar que la variable satisfacción del cliente está asociada en un muy alto grado 0,754 con la dimensión empatía, en el centro médico.

5. Decisión

Con un nivel de significancia de 0.000, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando categóricamente que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en pacientes del centro médico.

4.4. Presentación y discusión de resultados

4.4.1. *Presentación de los principales resultados*

Los resultados indican que los pacientes del centro médico "El Pueblo" perciben una alta calidad en el servicio. Las dimensiones más valoradas son fiabilidad, con un 41.1% de encuestados que la califican como muy buena y empatía, con un 45.2% de opiniones muy positivas. La seguridad también destaca, con un 42.1% que la considera muy buena. En cuanto a la capacidad de respuesta, se encontró que un 76.7% de los pacientes la consideran regular o buena, lo cual indica que, aunque hay aspectos positivos, esta dimensión requiere atención. Además, la prueba de correlación de Kendall reveló una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente con un coeficiente de 0.589 ($p = 0.000$), lo que confirma una asociación fuerte entre ambas variables.

4.4.2. *Discusión teórica*

Los resultados son consistentes con el modelo SERVQUAL, que destaca la importancia de factores como fiabilidad y empatía en la percepción de la calidad de servicio. Zeithaml et al. (1988) mencionan que los clientes valoran especialmente la capacidad de respuesta y la empatía, lo que también se observa en este estudio. Sin embargo, el hecho de que la capacidad de respuesta sea percibida solo como "regular" por una mayoría de pacientes sugiere que, aunque se cumplen expectativas básicas, existen oportunidades de mejora en cuanto a la agilidad y rapidez en la atención. La relación positiva entre calidad

del servicio y satisfacción del cliente refuerza teorías previas, como la de Grönroos (1984), quien establece que la calidad del servicio percibida impacta directamente en la satisfacción general.

4.4.3. *Comparación con estudios anteriores*

Los resultados obtenidos en esta investigación guardan coherencia con los hallazgos de estudios anteriores que abordaron la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector salud. Por ejemplo, Álvarez (2021) identificó en su estudio que la dimensión de empatía fue la más valorada por los usuarios del servicio, coincidiendo con los resultados del presente estudio, donde también se destaca esta dimensión como una de las mejor evaluadas por los pacientes atendidos. De igual manera, Silva (2024) y Bayas (2024), en investigaciones realizadas en hospitales del Ecuador, concluyeron que una mejora en la calidad del servicio influye de forma significativa en la satisfacción del usuario, lo cual respalda el uso del modelo SERVQUAL en contextos de atención médica. En el ámbito nacional, investigaciones como las de Horna (2024), Quesquén (2024) y Gamarra (2023) también evidenciaron una relación directa entre ambas variables, resaltando principalmente la fiabilidad y la seguridad como dimensiones determinantes para la percepción del usuario. Asimismo, estudios realizados durante la pandemia, como los de Cano (2023) y Caján (2022), reafirmaron la importancia de mantener estándares de calidad, incluso en contextos críticos, para asegurar la satisfacción de los pacientes. En consecuencia, los resultados obtenidos en la presente investigación no solo confirman lo expuesto por investigaciones anteriores, sino que también aportan evidencia reciente sobre la importancia de la calidad del servicio como un factor clave para alcanzar mayores niveles de satisfacción del cliente en centros de salud locales.

4.4.4. *Implicancias teóricas y prácticas*

Los resultados de esta investigación aportan implicancias importantes tanto en el plano teórico como en el práctico. En el aspecto teórico, los hallazgos permiten reafirmar la validez del modelo SERVQUAL como una herramienta útil para analizar la calidad del servicio en contextos de atención en salud, confirmando que sus dimensiones como la empatía, la fiabilidad y la capacidad de respuesta, son relevantes para predecir los niveles de satisfacción de los pacientes. Este aporte fortalece la base conceptual que sostiene la relación entre calidad percibida y satisfacción del cliente, permitiendo futuras investigaciones replicar o profundizar este vínculo en otros servicios similares.

En el ámbito práctico, los resultados permiten identificar de manera objetiva cuáles son los aspectos del servicio que deben ser priorizados para mejorar la atención en el centro médico “El Pueblo”. Las dimensiones más valoradas pueden ser reforzadas para mantener el nivel de satisfacción actual, mientras que aquellas con menor valoración representan oportunidades claras de mejora. Esto servirá como insumo para la toma de decisiones por parte del personal directivo y operativo del centro de salud, promoviendo una atención más eficiente, cercana y alineada a las expectativas de los pacientes. Asimismo, los resultados podrían ser considerados por otras instituciones similares interesadas en evaluar o fortalecer la calidad de sus servicios.

4.4.5. *Limitaciones*

El estudio presenta algunas limitaciones que deben tenerse en cuenta. La muestra estuvo compuesta exclusivamente por pacientes del centro médico "El Pueblo", lo que limita la generalización de los resultados a otros centros de salud con características diferentes. Además, la recolección de datos a través de encuestas puede introducir sesgos

de respuesta, ya que los pacientes pueden sentirse influenciados por sus interacciones más recientes o por la naturaleza de la pregunta.

4.4.6. Futuras investigaciones

Se recomienda que futuros estudios incluyan una muestra más diversa, abarcando diferentes centros médicos y regiones para obtener resultados más generalizables. Además, sería valioso realizar estudios longitudinales para evaluar la evolución de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo, y analizar cómo factores externos como cambios en la administración o recursos, pueden afectar estas percepciones. También sería útil investigar cómo el uso de nuevas tecnologías y la digitalización de servicios podría impactar en la capacidad de respuesta.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que la calidad de servicio se relaciona de manera directa y significativa con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” del distrito de Tarma, 2024. Esta relación fue validada estadísticamente con un valor $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.653, lo que indica una relación positiva fuerte entre ambas variables. Por tanto, se concluye que, a mayor calidad del servicio percibido por los pacientes, mayor será su nivel de satisfacción con la atención recibida.
2. Se determinó que los elementos tangibles se relacionan de manera directa y significativa con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” del distrito de Tarma, 2024. Esta relación fue validada estadísticamente con un valor $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.488, lo que indica una relación positiva moderada entre ambas variables. Por tanto, se concluye que, a mejores condiciones físicas del establecimiento, mayor será la percepción positiva del servicio y la satisfacción del usuario.
3. Se determinó que la fiabilidad se relaciona de manera directa y significativa con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” del distrito de Tarma, 2024. Esta relación fue validada estadísticamente con un valor $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.544, lo que indica una relación positiva moderada entre ambas variables. Por tanto, se concluye que, a mayor cumplimiento, precisión y consistencia del servicio, mayor será la satisfacción del paciente.
4. Se determinó que la capacidad de respuesta se relaciona de manera directa y

significativa con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” del distrito de Tarma, 2024. Esta relación fue validada estadísticamente con un valor $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.617, lo que indica una relación positiva fuerte entre ambas variables. Por tanto, se concluye que, a mayor disposición del personal para brindar atención oportuna, mayor será la satisfacción del cliente.

5. Se determinó que la seguridad se relaciona de manera directa y significativa con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” del distrito de Tarma, 2024. Esta relación fue validada estadísticamente con un valor $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.629, lo que indica una relación positiva fuerte entre ambas variables. Por tanto, se concluye que, a mayor percepción de seguridad, conocimiento y profesionalismo del personal, mayor será la confianza y satisfacción del usuario.
6. Se determinó que la empatía se relaciona de manera directa y significativa con la satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” del distrito de Tarma, 2024. Esta relación fue validada estadísticamente con un valor $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.754, lo que indica una relación positiva muy fuerte entre ambas variables. Por tanto, se concluye que, a mayor atención personalizada y comprensión hacia el paciente, mayor será su satisfacción con el servicio recibido.

RECOMENDACIONES

1. Fortalecer la calidad del servicio integral: Dado que se evidenció una relación fuerte y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente ($\rho = 0.653$; $p = 0.000$), se recomienda implementar planes de mejora continua en todos los procesos de atención del centro médico “El Pueblo”, priorizando la formación del personal en atención humanizada, el monitoreo de estándares de calidad y el uso eficiente de recursos para elevar la percepción general de los pacientes.
2. Mejorar los elementos tangibles del establecimiento: Con base en la correlación positiva moderada entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente ($\rho = 0.488$), se sugiere renovar o mantener en óptimas condiciones las instalaciones, equipos y señalética del centro médico. Además, se debe reforzar la presentación del personal con indumentaria adecuada, transmitiendo limpieza y profesionalismo.
3. Fortalecer la fiabilidad en el servicio médico: Debido a la relación significativa encontrada entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente ($\rho = 0.544$), se recomienda garantizar el cumplimiento de horarios, entregas de resultados a tiempo, diagnósticos precisos y procedimientos médicos coherentes, fortaleciendo así la confianza del paciente en el servicio recibido.
4. Optimizar la capacidad de respuesta del personal: La correlación fuerte entre la capacidad de respuesta y la satisfacción ($\rho = 0.617$) pone en evidencia la necesidad de reducir los tiempos de espera, atender las solicitudes de los pacientes con prontitud y resolver incidencias en el momento. Se sugiere

implementar protocolos ágiles de atención y reforzar el entrenamiento del personal en situaciones de alta demanda.

5. Reforzar la percepción de seguridad en la atención médica: Dado que la dimensión de seguridad presentó una correlación positiva fuerte con la satisfacción ($\rho = 0.629$), se recomienda capacitar constantemente al personal en normas de bioseguridad, ética profesional y comunicación efectiva, transmitiendo así conocimiento, profesionalismo y confianza a los pacientes.
6. Promover la empatía en el trato al paciente: Con un coeficiente de correlación muy fuerte ($\rho = 0.754$), la empatía resultó ser la dimensión más influyente en la satisfacción del cliente. Por ello, se aconseja promover una cultura organizacional centrada en el paciente, que incluya prácticas de atención personalizada, escucha activa y comprensión emocional, creando vínculos de confianza y satisfacción duradera.

REFERENCIAS

- Álvarez Izquierdo, L. L. (2021). *Calidad de atención y satisfacción en usuarios de Consulta Externa del Hospital General Martín Icaza 2021* [Tesis de maestría, Universidad Estatal de Milagro].
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53–66. <https://doi.org/10.1177/002224299405800304>
- Ávila Baray, J. M. (2006). *Metodología de la investigación científica*. McGraw-Hill Interamericana.
- Babbie, E. (2010). *The practice of social research* (12th ed.). Wadsworth.
- Bayas Poma, R. (2024). *Calidad de atención percibida y su relación con la satisfacción de los usuarios en el servicio de Medicina Interna del Hospital General Pablo Arturo Suárez, cantón Quito, Junio-Octubre 2024* [Tesis de maestría, Universidad Internacional del Ecuador].
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.
- Bunge, M. (2000). *La investigación científica: Su estrategia y su filosofía*. Siglo XXI Editores.
- Caján Rocca, S. J. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de emergencia en pandemia en un Hospital de Lima, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte].
- Cano Alarcón, J. E. (2023). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio de hospitalización de COVID-19 en el Hospital Regional Honorio Delgado Espinoza, Arequipa 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María].
- CIOMS. (2016). *Pautas éticas internacionales para la investigación relacionada con la salud con*

- seres humanos*. Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research methods in education* (8th ed.). Routledge.
- ComexPerú. (2021). *El 97% de los establecimientos de salud del primer nivel de atención cuenta con capacidad instalada inadecuada*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-97-de-los-establecimientos-de-salud-del-primer-nivel-de-atencion-cuenta-con-capacidad-instalada-inadecuada>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, *56*(3), 55–68.
- Cruz Medina, J. (2018). Medición de la calidad en el servicio utilizando el modelo SERVPERF. *Innovación y Desarrollo*, *15*(3), 13–27.
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *24*(1), 3–16. <https://doi.org/10.1007/BF02893933>
- Dutka, A. F. (1995). *AMA Handbook for Customer Satisfaction: A Complete Guide to Research, Planning, and Implementation*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, *56*(1), 6–21.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, *60*(4), 7–

18.

- Gamarra Muñoz, S. D. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario atendido en consulta externa Clínica San Juan de Dios Chiclayo* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán].
- Gómez Salazar, M. (2019). Evaluación de la calidad en servicios de venta al por menor mediante el modelo RSQS. *Economía y Negocios*, 30(1), 91–106.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Horna Vigil de Vásquez, Y. N. (2024). *Calidad de atención y la satisfacción de pacientes en el servicio de Obstetricia en el Centro de Salud Todos los Santos San Borja Lima 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].
- Huamani Pozo, R. R., & Rojas Velásquez, I. T. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Centro de Salud San Felipe del distrito de Chosica, Lima, 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPeU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1603>
- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Hinshitsu: The Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 39–48.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Foundations of behavioral research* (4th ed.). Harcourt College Publishers.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Fundamentos de marketing* (8.^a ed.). Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (14.^a ed.). Pearson Educación.
- Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1991). Two approaches to service quality dimensions. *The Service Industries Journal*, 11(3), 287–303.
- López Gallegos, J. M. (2023). *La calidad de servicio en consulta externa y la satisfacción del paciente en un hospital público de Lima Metropolitana, 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].
- López Gómez, R. (2020). Modelo de brechas: Una herramienta para mejorar la calidad del servicio. *Calidad y Satisfacción*, 12(5), 59–73.
- Martínez Reyes, J. (2016). Aplicación del modelo Kano en la mejora de la calidad de servicio. *Gestión y Calidad*, 22(4), 33–47.
- Mejía Mejía, E. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- MINSA. (2020). *Normativa de establecimientos de salud privados en el Perú*. Ministerio de Salud del Perú.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- OMS. (2008). *Marco conceptual de calidad en los servicios de salud*. Organización Mundial de la Salud.
- Parra Ferreyra, F. M. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del paciente de una clínica privada, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].

- Parras Ortega, T. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la evaluación de la calidad de servicio. *Revista de Estudios Empresariales*, 23(2), 45–60.
- 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(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Quesquén Millones, M. M. (2024). *Calidad de atención y la satisfacción de los pacientes del Seguro Integral de Salud en el servicio de hospitalización en el Hospital Regional Lambayeque, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán].
- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46–54.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2014). *Metodología de la investigación* (5.^a ed.). McGraw-Hill.
- Silva Peláez, E. A. (2024). *Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del paciente en el servicio de cirugía general del Hospital Provincial General Pablo Arturo Suárez* [Tesis de maestría, Universidad de las Américas].
- World Medical Association. (2013). *Declaración de Helsinki: principios éticos para las investigaciones médicas en seres humanos*.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the*

firm (3rd ed.). McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicio*.

Díaz de Santos.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TITULO: Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.

AUTOR(A): Huaman Noriega Yerson

ASESOR: Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
P.G.: ¿Cuál es la relación de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?	O.G.: Determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	H.G.: Existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	VI: calidad de servicio	D1: Elementos tangibles	Enfoque: Cuantitativo Método: Hipotético y deductivo. Tipo: Básica Nivel: Correlacional Diseño: No experimental, transeccional $M = \begin{matrix} \uparrow \\ \text{Ox} \\ \downarrow \\ \text{Oy} \end{matrix}$ Donde: M = “Muestra” Ox = Observación de la variable calidad de servicio. Oy = Observación de la variable satisfacción del cliente. \longleftrightarrow = Correlacional
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETICO ESPECIFICO	HIPOTESISIS ESPECIFICAS		D2: Fiabilidad	
P.E.1: ¿Cuál es la relación de los elementos tangibles en la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?	O.E.1: Determinar la relación de los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	H.E.1: Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.		D3: Capacidad de respuesta	
P.E.2: ¿Cuál es la relación de la fiabilidad en la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?	O.E.2: Determinar la relación de la fiabilidad y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	H.E.2: La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.		D4: Seguridad	
P.E.3: ¿Cuál es la relación de la capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?	O.E.3: Determinar la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	H.E.3: La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.		D5: Empatía	
P.E.4: ¿Cuál es la relación de la seguridad en la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?	O.E.4: Determinar la relación de la seguridad y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	H.E.4: La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	VD: satisfacción del cliente	D1: Valor percibido	Población: 1200 Muestra: 292 Muestreo: No probabilístico – por conveniencia. Unidad de análisis: Estadística descriptiva: Mediante tablas y figuras. Estadística inferencial: Mediante la prueba de normalidad, prueba de hipótesis y prueba de significancia. Técnicas / instrumentos: Técnicas: La encuesta Instrumentos: El Cuestionario, para la calidad de servicio y cuestionario para la satisfacción del cliente. Ética de la investigación: Respetar las normas directivas de la universidad, respetar el formato APA, respetar los protocolos de la investigación.
P.E.5: ¿Cuál es la relación de la empatía en la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024?	O.E.5: Determinar la relación de la empatía y la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.	H.E.5: La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024.		D2: Expectativas	

Anexo 02: Matriz de operacionalización

TÍTULO: Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024.

AUTOR: Huaman Noriega Yerson

ASESOR: Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos	Escala de medición
V.I: Calidad del servicio	“La calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (Zeithaml et al., 1993, p. 21)	La variable será medida a través de un cuestionario de 22 ítems (5 para la Dimensión fiabilidad, 4 para la dimensión capacidad de respuesta, 4 para la dimensión seguridad, 5 para la dimensión empatía, 4 para los elementos tangibles).	D1: Elementos tangibles	Infraestructura	1-4	Cuestionario	Escala de medición ordinal Escala de Likert 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Indiferente 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
				Apariencia del personal			
			D2: Fiabilidad	Cualidad	5-6		
				Precisión	7		
			D3: Capacidad de respuesta	Nivel de conocimiento	8		
				Tiempo de espera	9-10		
			D4: Seguridad	Generación de confianza	11-12		
				Credibilidad	13-14		
			D5: Empatía	Comprensión	15-16		
				Interés por el cliente	17-18		
V.D: Satisfacción del cliente	“La satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían” (Kotler & Keller, 2012, p. 128)	La variable será medida a través de un cuestionario de 14 ítems (2 para la Dimensión fiabilidad, 4 para la dimensión capacidad de respuesta, 4 para la dimensión seguridad, 5 para la dimensión empatía, 4 para los elementos tangibles).	D1: Valor percibido	Desempeño percibido	19-20	Cuestionario	Escala de medición ordinal Escala de Likert 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Indiferente 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
				Beneficios recibidos	21		
				Relación calidad-precio	22		
				Satisfacción con el valor recibido	23-25		
			D2: Expectativas	Nivel de servicio esperado	26-27		
				Origen de las expectativas	28		
				Claridad de expectativas	29-30		
				Influencia de experiencias previas	31-32		

Anexo 03: Instrumento(s) de recolección de datos

CUESTIONARIO

Nº de encuesta	_____
Fecha	__/__/____

1. Introducción:

Estimado encuestado:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el desarrollo de la tesis profesional de la carrera de Administración, titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024”. Por ello el único requisito para responder la encuesta es:

- Haber sido tratado en el Centro Médico el Pueblo perteneciente al distrito de Tarma, al menos una vez.

Le aseguramos que la información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha resuelto el cuestionario. Además, que al participar usted ha sido informado y lo hace de manera voluntaria.

2. Datos del encuestado:

Completar según considere.

Género:

Masculino.

Femenino.

¿Cuál es tu rango de edad?

18 - 35 años

36 - 45 años

46 - 55 años

56 años o más

3. Variable Independiente:

La escala de valores de respuesta corresponde a:

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

Marque con un aspa (X) sólo una opción:

VI: Calidad de servicio						
Dimensión 1: Elementos Tangibles						
ET1	Considero que la apariencia de los equipos del centro médico es moderna	1	2	3	4	5
ET2	Las instalaciones físicas del centro médico se me hacen visualmente atractivas	1	2	3	4	5
ET3	Considero que la apariencia de los colaboradores es pulcra	1	2	3	4	5
ET4	Los materiales como folletos, banner y similares, que me ofreció el centro médico es visualmente atractivo	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Fiabilidad						
F1	Si tengo una queja y/o reclamo, el personal muestra un sincero interés en darme una solución	1	2	3	4	5
F2	El centro médico cumple con las promociones que me ofrece	1	2	3	4	5
F3	El personal del centro médico realizo correctamente el servicio que solicite	1	2	3	4	5
Dimensión 3: Capacidad De Respuesta						
CR1	Considero que el personal cuenta con el suficiente conocimiento para atenderme	1	2	3	4	5
CR2	Considero que el personal me brinda un servicio con prontitud	1	2	3	4	5
CR3	El personal actúa de inmediato ante alguna dificultad	1	2	3	4	5
Dimensión 4: Seguridad						
S1	El comportamiento del personal del centro médico me inspira confianza	1	2	3	4	5
S2	Me siente seguro dentro de las instalaciones del centro médico	1	2	3	4	5
S3	Considero que los equipos del centro médico se encuentran en buen estado	1	2	3	4	5
S4	Opino que el establecimiento cuenta con una excelente limpieza	1	2	3	4	5
Dimensión 5: Empatía						
EM1	Considero que el personal del centro médico se preocupa por mi interés y servicio	1	2	3	4	5
EM2	El personal del centro médico comprende mis necesidades específicas	1	2	3	4	5
EM3	Considero que el personal del centro médico siempre se muestra dispuesto a ayudarme	1	2	3	4	5
EM4	El personal del centro médico siempre me demuestra cortesía	1	2	3	4	5

4. Variable Dependiente:

La escala de valores de respuesta corresponde a:

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

Marque con un aspa (X) sólo una opción:

VD: Satisfacción del cliente						
Dimensión 1: Valor Percibido						
VP1	El personal soluciona mis problemas con su prestación de servicio	1	2	3	4	5
VP2	Existe compromiso por parte del centro médico por satisfacer mis necesidades	1	2	3	4	5
VP3	El personal del centro médico me brinda las explicaciones e informaciones dadas de manera clara	1	2	3	4	5
VP4	Se siente satisfecho con el desempeño de los empleados del centro médico	1	2	3	4	5
VP5	Está de acuerdo con los resultados obtenidos por el servicio	1	2	3	4	5
VP6	Considera que el desempeño que realiza el personal del centro médico es importante	1	2	3	4	5
VP7	Me siento cómodo con el ambiente físico que ofrece la clínica	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Expectativas						
EX1	Considero que el profesionalismo del personal del centro médico es el que espero	1	2	3	4	5
EX2	De acuerdo con mi experiencia con el servicio, me siento satisfecho, tanto, que frecuentaría el centro médico	1	2	3	4	5
EX3	El centro médico cumple con el servicio que esperaba	1	2	3	4	5
EX4	Considero que en el centro médico existen las comodidades para tener una experiencia agradable	1	2	3	4	5
EX5	Recomendaría a mis amistades acudir al centro médico	1	2	3	4	5
EX6	Me satisface que el personal esté predispuesto a atenderme	1	2	3	4	5
EX7	Me siento satisfecho con el horario de atención establecido	1	2	3	4	5

Gracias por su apoyo.

Anexo 04: Ficha técnica de instrumento

Variable calidad de servicio

Ficha técnica	
Nombre:	Cuestionario para medir la calidad de servicio
Autor:	Yerson Huaman Noriega
Año de edición:	2020
Adaptación:	Adaptado del modelo SERVQUAL
Dimensiones:	Explora las dimensiones: D1: Elementos tangibles D2: Fiabilidad D3: Capacidad de respuesta D4: Seguridad D5: Empatía
Ámbito de aplicación:	Centro médico “El Pueblo”
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos (aproximadamente)
Objetivo:	Evaluar la variable calidad de servicio
Validez:	Respecto a la validez del instrumento los datos de los 3, 5 o (distinto), expertos, esto indica que el cuestionario es válido en su contenido (Claridad, Relevancia y Pertinencia) en todos sus reactivos.
Confiabilidad:	Análisis de confiabilidad con la prueba estadística alfa de Cronbach.
Aspectos a evaluar:	El cuestionario está constituido por 18 ítems distribuidos en cinco dimensiones. A continuación, se detalla: D1: 1-4 D2: 5-7 D3: 8-10 D4: 11-14 D5: 15-18

Variable satisfacción del cliente

Ficha técnica	
Nombre:	Cuestionario para medir la satisfacción del cliente
Autor:	Yerson Huaman Noriega
Año de edición:	2020
Adaptación:	Adaptado de Anaya et al.
Dimensiones:	Explora las dimensiones: D1: Atención médica D2: Atención administrativa
Ámbito de aplicación:	Centro médico "El Pueblo"
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos (aproximadamente)
Objetivo:	Evaluar la variable calidad de servicio
Validez:	Respecto a la validez del instrumento los datos de los 3, 5 o (distinto), expertos, esto indica que el cuestionario es válido en su contenido (Claridad, Relevancia y Pertinencia) en todos sus reactivos.
Confiabilidad:	Análisis de confiabilidad con la prueba estadística alfa de Cronbach.
Aspectos a evaluar:	El cuestionario está constituido por 14 ítems distribuidos en cinco dimensiones. A continuación, se detalla: D1: 19-25 D2: 26-32

Anexo 05: Validación de instrumento(s).

1.1. VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

1. Datos generales:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante : **Fierro Silva Guido A**
- 1.2. Grado académico del Informante : **Magister**
- 1.3. Institución donde labora : **Facultad en Ciencias Administrativas -UNAAAT**
- 1.4. Título de la investigación : **Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico "El Pueblo" distrito de Tarma**
- 1.5. Tipo del instrumento : **Cuestionario**
- 1.6. Autor del instrumento : **Huamán Noriega Yerson**

2. Aspectos de validación:

Nº	Indicadores	Criterios	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.	Claridad	Está formalizado con lenguaje claro.				X	
2.	Objetividad	Revela propiedades realmente existentes en los objetos materia de investigación					X
3.	Actualidad	Adecuado al estado del arte.				X	
4.	Organización	Existe coherencia en el manejo de la información				X	
5.	Suficiencia	Relación de cantidad y calidad de la información.					X
6.	Intencionalidad	La intención del investigador es objetividad propia de la ciencia y de la técnica				X	
7.	Consistencia	La estructura de la investigación es sólida y verificable					X
8.	Coherencia	Entre el problema, la hipótesis, variables e indicadores					X
9.	Metodología	Es un conjunto formalizado de preguntas.					X
10.	Pertinencia	Es oportuno, adecuado y conveniente al propósito de la investigación					X
		TOTAL					X

Opinión de aplicabilidad:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

3. Promedio de valoración: 92%

Tarma, **15** de junio, de 2025


Experto Informante

Anexo 05: Validación de instrumento(s).

1.1. VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

1. Datos generales:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante : Rojas Huilco Gary Francis
- 1.2. Grado académico del Informante : Maestro
- 1.3. Institución donde labora : Facultad de Ciencias Administrativas -UNSAAT
- 1.4. Título de la Investigación : Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico "El Pueblo" distrito de Tarma
- 1.5. Tipo del instrumento : Cuestionario
- 1.6. Autor del instrumento : Bluzman Nativaga Yerson

2. Aspectos de validación:

Nº	Indicadores	Criterios	Deficiente 06-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.	Claridad	Está formulado con lenguaje claro.				X	
2.	Objetividad	Revela propiedades realmente existentes en los objetos materia de investigación				X	
3.	Actualidad	Adecuado al Estado del arte.				X	
4.	Organización	Existe coherencia en el manejo de la información.					X
5.	Suficiencia	Relación de cantidad y calidad de la información.					X
6.	Intencionalidad	La intención del investigador la objetividad propia de la ciencia y de la técnica.				X	
7.	Consistencia	La estructura de la investigación es sólida y verificable.					X
8.	Coherencia	Entre el problema, la hipótesis, variables e indicadores.				X	
9.	Metodología	Es un conjunto formalizado de preguntas.				X	
10.	Fertilecia	Es oportuno, adecuado y conveniente al propósito de la investigación.				X	
TOTAL						6	

Opinión de aplicabilidad:

- (X) El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

3. Promedio de valoración: 86%

Tarma, 16 de junio de 2023

Experto Informante

Anexo 05: Validación de instrumento(s).

1.1. VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

1. Datos generales:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante : *García Alvarado Rubén*
 1.2. Grado académico del Informante : *Maestro*
 1.3. Institución donde labora : *Facultad en Ciencias Administrativas -UNSAT*
 1.4. Título de la Investigación : *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico "El Pueblo" distrito de Tarma*
 1.5. Tipo del Instrumento : *Cuestionario*
 1.6. Autor del Instrumento : *Humberto Noriega Yerson*

2. Aspectos de validación:

N°	Indicadores	Criterios	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 40-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.	Claridad	Está formulado con lenguaje claro.				X	
2.	Objetividad	Revela propiedades realmente existentes en los objetos materia de investigación.				X	
3.	Actualidad	Adecuado al Estado del arte.				X	
4.	Organización	Existe coherencia en el manejo de la información.					X
5.	Suficiencia	Relación de cantidad y calidad de la información.					X
6.	Intencionalidad	La intención del investigador es la objetividad propia de la ciencia y de la ingeniería.				X	
7.	Consistencia	La estructura de la investigación es sólida y verificable.					X
8.	Coherencia	Entre el problema, las hipótesis, variables e indicadores.					X
9.	Metodología	Es un conjunto formalizado de preguntas.				X	
10.	Pertinencia	Es oportuno, adecuado y conveniente al propósito de la investigación.				X	
TOTAL						X	

Opinión de aplicabilidad:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

3. Promedio de valoración: *88%*

Tarma, *16* de *Junio* de 2025


 Experto Informante

Anexo 06: Confiabilidad con prueba piloto

Tabla 1

Resumen de confiabilidad de instrumento a través de Alfa de Cronbach

Variable/Dimensiones	Alfa de Cronbach
Calidad de servicio	0.972
Elementos tangibles	0.892
Fiabilidad	0.793
Capacidad de respuesta	0.822
Seguridad	0.920
Empatía	0.872
Satisfacción del cliente	0.961
Valor percibido	0.938
Expectativas	0.913

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 2

Resumen de procesamiento de datos de la Calidad de Servicio.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 3

Resumen de confiabilidad de la variable Calidad de Servicio.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,972	19

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 4

Resumen de procesamiento de datos de la Satisfacción del Cliente.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	22	100,0

Excluido	0	,0
Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 5

Resumen de confiabilidad de la variable Satisfacción del Cliente.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,961	13

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 6

Resumen de procesamiento de datos de la Dimensión Elementos Tangibles.

Resumen de procesamiento de casos			
	N	%	
	Válido	22	100,0
Casos	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 7

Resumen de confiabilidad de la Dimensión Elementos Tangible.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,892	4

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 8

Resumen de procesamiento de datos de la Dimensión Fiabilidad.

Resumen de procesamiento de casos			
	N	%	
	Válido	22	100,0
Casos	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 9

Resumen de confiabilidad de la Dimensión Fiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,793	3

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 10*Resumen de procesamiento de datos de la Dimensión Capacidad de Respuesta.*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 11*Resumen de confiabilidad de la Dimensión Capacidad de Respuesta.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,822	3

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 12*Resumen de procesamiento de datos de la Dimensión Seguridad.*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 13*Resumen de confiabilidad de la Dimensión Seguridad.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,920	4

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 14*Resumen de procesamiento de datos de la Dimensión Empatía.*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.**Tabla 15***Resumen de confiabilidad de la Dimensión Empatía.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,872	4

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.**Tabla 16***Resumen de procesamiento de datos de la Dimensión Valor Percibido.*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.**Tabla 17***Resumen de confiabilidad de la Dimensión Valor Percibido.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,938	7

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.**Tabla 18***Resumen de procesamiento de datos de la Dimensión Expectativa.*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%

	Válido	22	100,0
Casos	Excluido	0	,0
	Total	22	100,0

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Tabla 19

Resumen de confiabilidad de la Dimensión Expectativa.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	7

Nota: Obtenido a partir de resultados de encuesta piloto utilizando SPSS.

Anexo 07: Solicitud para aplicación de instrumento(s) o declaración jurada de aplicación de instrumento(s)

SOLICITO PERMISO PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.

SEÑOR GERENTE TITULAR.

Ing. Dayana Medina Amaro

Yo, Huaman Noriega Yerson, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 72098404, Código de Estudiante N°: 20148A, Celular N°: 900954539, Correo Institucional: 72098404@unaat.edu.pe, estudiante bachiller de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, me presento ante Usted, con el debido respeto y expongo:

Que, teniendo la necesidad de desarrollar la Tesis:

Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito Tarma, 2024, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, acudo a su digno despacho a fin de solicitarle autorización correspondiente para la aplicación de los instrumentos de investigación, a fin de lograr los objetivos planteados.

Adjunto al presente:

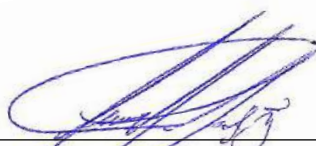
✓ Copia de DNI.

POR LO EXPUESTO:

Solicito a Usted, acceder a mi petición por ser justo, que espero alcanzar.

Tarma, 21 de junio de 2025

Atentamente,



Yerson Huaman Noriega
DNI. N° 72098404

C.c./Arch.

Anexo 08: Documento de aceptación para recolección de datos**CARTA DE ACEPTACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.**

Tarma, 22 de junio 2025

SEÑOR Huaman Noriega Yerson. Bachiller de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma

De mi consideración:

A través de la presente carta, le comunico la aceptación para la realización del trabajo de investigación en la empresa Medical Service S&s e.I.R.L. | Centro Médico el Pueblo de la tesis: Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico “El Pueblo” distrito de Tarma, 2024, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, por lo que declaro que los datos obtenidos y presentados en el informe de investigación son veraces.

Sin otro en particular, me despido cordialmente, no sin antes expresarle las muestras de mi mayor consideración y estima.

Atentamente,



Dayana Medina Amaro
GERENTE TITULAR.

Anexo 09: Base de datos (Excel y/o programa estadístico)

The image displays two screenshots of an Excel spreadsheet titled 'BASE DE DATOS FINAL - Excel'. The spreadsheet contains a data table with the following structure:

- Columns:** A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z, AA, AB, AC, AD, AE, AF, AG, AI, AJ, AK, AL, AM, AN, AO, AP, AQ, AR, AS, AT, AV.
- Rows:** 1 to 32.
- Column Headers:**
 - Row 1: YC, D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, V1, D11, D12, D13, D14, D15, V2, D21, D22.
 - Row 2: N°, Sexo, Edad.
- Data:** The table contains numerical values for each cell, representing demographic and statistical data. The 'V1' and 'V2' columns appear to be summary or calculated values.

The screenshots show the Excel interface with the ribbon (Inicio, Insertar, etc.) and the data grid. The data is organized into columns labeled D1 through D32, followed by V1 and V2, and then a series of columns labeled D11 through D22. The rows represent individual data points, with columns 1 through 32 containing numerical values for each variable.

YHM_SPSS.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1: VAR00001 5 Viste: 52 de 52 variables

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4
3	4	5	4	5	3	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
6	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	2	2	3	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3
9	5	4	4	5	4	5	5	6	4	4	6	5	6	5	5	4	6
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
12	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	3	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	2	3	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
17	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4
18	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
19	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
20	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
21	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	4	3	5	3
26	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
27	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

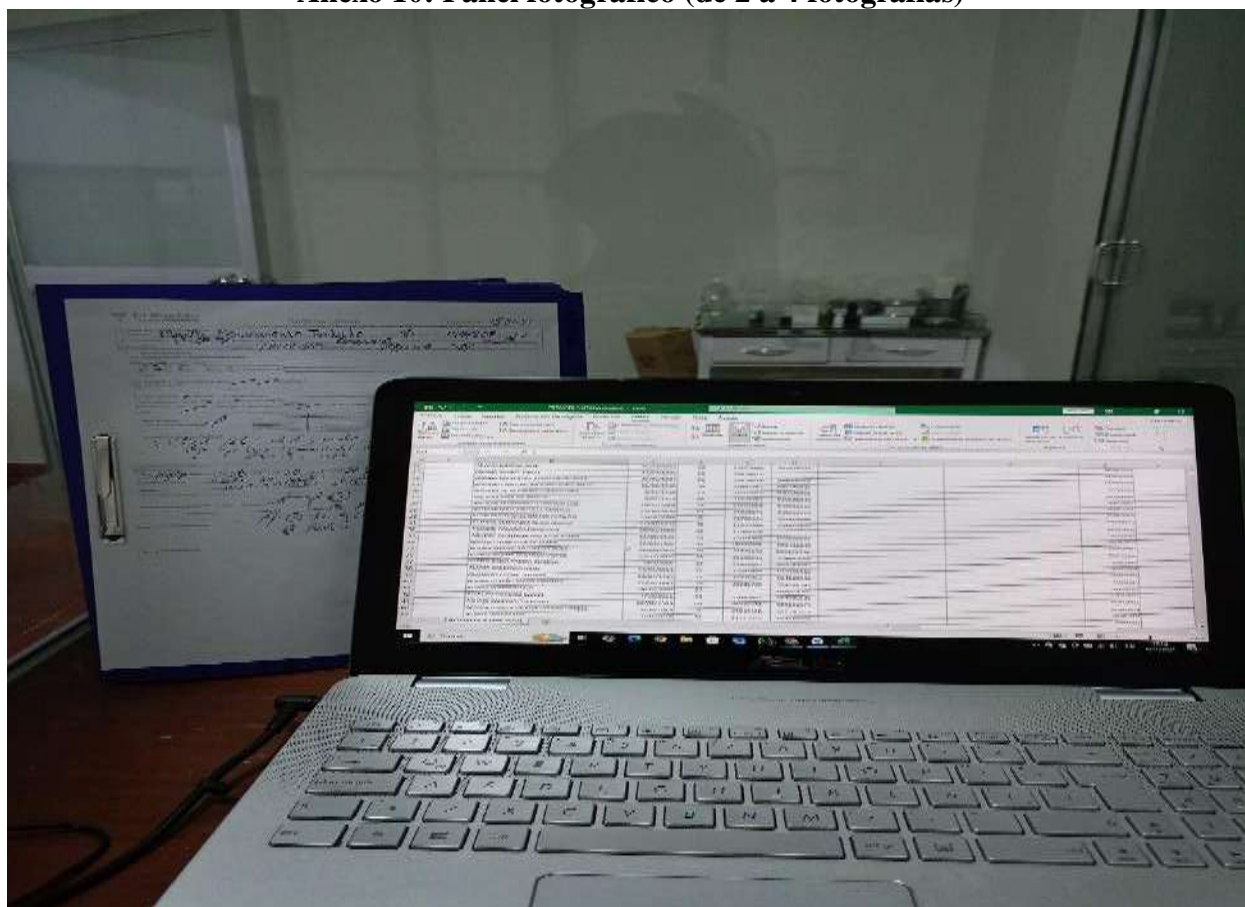
IBM SPSS Statistics Processor está lista | Unicode ON | 11:44 6/16/2025

YHM_SPSS.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	VAR00001	Numérico	8	0	P1_D1_V1_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	VAR00002	Numérico	8	0	P2_D1_V1_Las...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	VAR00003	Numérico	8	0	P3_D1_V1_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	VAR00004	Numérico	8	0	P4_D1_V1_Los...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	VAR00005	Numérico	8	0	P1_D2_V1_Si L...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	VAR00006	Numérico	8	0	P2_D2_V1_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	VAR00007	Numérico	8	0	P3_D2_V1_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	VAR00008	Numérico	8	0	P1_D3_V1_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	VAR00009	Numérico	8	0	P2_D3_V1_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	VAR00010	Numérico	8	0	P3_D3_V1_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	VAR00011	Numérico	8	0	P1_D4_V1_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	VAR00012	Numérico	8	0	P2_D4_V1_Me...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	VAR00013	Numérico	8	0	P3_D4_V1_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	VAR00014	Numérico	8	0	P4_D4_V1_Opl...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	VAR00015	Numérico	8	0	P1_D5_V1_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	VAR00016	Numérico	8	0	P2_D5_V1_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	VAR00017	Numérico	8	0	P3_D5_V1_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	VAR00018	Numérico	8	0	P4_D5_V1_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	VAR00019	Numérico	8	0	P1_D1_V2_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	VAR00020	Numérico	8	0	P2_D1_V2_Exi...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	VAR00021	Numérico	8	0	P3_D1_V2_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	VAR00022	Numérico	8	0	P4_D1_V2_Me...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	VAR00023	Numérico	8	0	P5_D1_V2_Est...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	VAR00024	Numérico	8	0	P6_D1_V2_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	VAR00025	Numérico	8	0	P7_D1_V2_Me...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	VAR00026	Numérico	8	0	P1_D2_V2_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	VAR00027	Numérico	8	0	P2_D2_V2_De...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
28	VAR00028	Numérico	8	0	P3_D2_V2_El...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
29	VAR00029	Numérico	8	0	P4_D2_V2_Co...	[1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

Anexo 10: Panel fotográfico (de 2 a 4 fotografías)

El Pueblo

Centro Médico

CUESTIONARIO: *“Calidad en el Servicio y su influencia en la Satisfacción del Cliente en el centro médico “El Pueblo” del distrito de Tarma”.*

Estimado cliente,
Muy buenos días/tardes/noches.

Actualmente estamos llevando a cabo una encuesta importante que nos permitirá obtener identidad sobre el mundo de Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente dentro del centro médico “El Pueblo”.

Es importante destacar que esta encuesta es completamente anónima, estas en completa libertad de brindar tus opiniones sinceras.

Queremos asegurarte que:

- Tu participación en esta encuesta es completamente voluntaria.
- Esta encuesta se realiza con consentimiento informado.
- Los datos recopilados solo serán utilizados con fines académicos.

Te agradecemos de antemano por tu colaboración. Esta encuesta te tomará aproximadamente de 5 a 10 min.

Muchas gracias por el tiempo que ha invertido.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA

Creada por Ley N° 29652 y Ley N° 30139

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0028-2024-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 24 de octubre de 2024

VISTO:

El solicitud S/N (23.10.2024), PROVEÍDO N° 633-2024 (123.10.2024), INFORME N° 19-2024-UNAAT/VA/FCA-UI-WFYV (24.10.2024), PROVEÍDO N° 639-2024 (24.10.2024); sobre la designación de Asesor de proyecto de tesis, y;

CONSIDERANDO:

Que, según Ley N° 29652, modificada por la Ley N° 30139, se creó la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, como persona jurídica de derecho público interno;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 5, numeral 5.14, se establece *"El interés superior del estudiante"*;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 8, se establece que *"El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico"*;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 32, se establece que *"Las Facultades son las unidades de formación académica, profesional y de gestión. Están integradas por docentes y estudiantes"*;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en el artículo 8, se establece que *"(...) la UNAAT se rige por el principio de autonomía universitaria que se sustenta en el autogobierno, la autogestión, la facultad de autorregulación, la libertad académica, de investigación e innovación, sobre la base de una universidad pública y gratuita, sin injerencia de intereses que distorsionen sus principios y fines, en armonía con la Constitución Política del Perú y la Ley Universitaria N° 30220"*;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en el artículo 47, literal c), se establece como Atribuciones del Decano *"Dirigir académicamente la Facultad, a través de las direcciones de los departamentos Académicos, Escuelas Profesionales, Unidad de Investigación y Unidad de Posgrado"*;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en el artículo 57, se establece que *"Las Facultades son las unidades de formación profesional y de gestión, están integradas por docentes y estudiantes. La UNAAT para su funcionamiento institucional cuenta con las siguientes Facultades: a) Facultad de Ciencias Administrativas (...)"*;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en la primera Disposición Complementaria y Transitoria, se establece que *"La UNAAT, por estar en proceso de constitución, el gobierno lo ejerce la Comisión Organizadora"*;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0141-2024-UNAAT (09.05.2024), en la octava Disposición Complementaria y Transitoria, se establece que *"La Comisión Organizadora, en tanto no se constituyan los órganos de gobierno, puede designar un Coordinador de Facultad, un Responsable de Escuela Profesional, y un Responsable de Departamento Académico, de manera provisional y mediante un acto resolutorio, que harán las veces de Decano de Facultad, Director de Escuela Profesional y Director de Departamento Académico, respectivamente. Los designados deben cumplir con los requisitos establecidos en los artículos 33°, 36° y 69° de la Ley Universitaria. Excepcionalmente, de no contar con docentes ordinarios en el número y categoría suficiente y especialidad correspondiente, se podrá encargar a un docente ordinario Asociado o Auxiliar o a un docente contratado, de la especialidad, con Grado de Doctor o Maestro. Estas decisiones deberán ser informadas oportunamente a la DICOPRO como máximo a los tres (3) días de haberse emitido el acto resolutorio"*;

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0006-2024-UNAAT, (11.01.2024), en el artículo primero se resuelve *"RATIFICAR la designación del docente ordinario Willian Perez Sulcaray como secretario docente de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNAAT, dispuesta con la Resolución de Comisión Organizadora N° 0357-2023-UNAAT"*;

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0196-2024-UNAAT, (27.06.2024), en el artículo tercero se resuelve *"AMPLIAR la encargatura de funciones de COORDINADOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, del docente ordinario en la categoría de Principal ROBER ANIBAL LUCIANO ALIPIO, hasta 31 de diciembre de 2024"*;



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA
Creada por Ley N° 29652 y Ley N° 30139
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0028-2024-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 24 de octubre de 2024

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0208-2024-UNAAT, (09.07.2024), en el artículo quinto se resuelve "AMPLIAR, al 31 de diciembre de 2024, la vigencia de la designación de los responsables de las Áreas y Unidades de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma (...) WILFREDO FERNANDO YUPANQUI VILLANUEVA, Unidad de Investigación (...)";

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0227-2024-UNAAT, (25.07.2024), en el artículo primero se resuelve "Aprobar el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma";

Que, en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0227-2024-UNAAT (25.07.2024), en la cuarta Disposición Complementaria y Transitoria, se establece que "Las especificaciones y detalles de los procedimientos y documentos relacionados a la tesis y trabajo de suficiencia profesional de cada escuela profesional se consignan en las Directivas de cada facultad, la cual no debe contravenir el presente reglamento";

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0241-2024-UNAAT, (09.08.2024), en el artículo primero se resuelve "Otorgar al Coordinador de la Facultad de Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias de la Salud y Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma la facultad de emitir acto resolutorio, enmarcado en las atribuciones de Decano de Facultad, establecidas en la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la UNAAT";

Que, en la Resolución de Coordinación de Facultad N° 0006-2024-C-FCA/UNAAT, (13.08.2024), en el artículo primero se resuelve "Aprobar la Directiva para la elaboración, presentación y sustentación de tesis en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Versión: 0001, que en fojas setenta y ocho (78) forma parte de la presente resolución";

Que, con solicitud S/N (23.10.2024), Yerson Huaman Noriega estudiante del X Ciclo de la Escuela Profesional de Administración solicita al Coordinador de Facultad "Designación de Asesor";

Que, mediante PROVEÍDO N° 633-2024 (23.10.2024) el Coordinador de la Facultad dispone al Responsable de la Unidad de Investigación, trámite correspondiente;

Que, mediante INFORME N° 19-2024-UNAAT/VA/FCA-UI-WFYV (24.10.2024), el Dr. Wilfredo Fernando Yupanqui Villanueva Responsable de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas remite al Coordinador de Facultad "Propuesta de Asesor" en el mismo documento en las conclusiones señala "Recibido la solicitud se propone a la Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas como Docente Asesor, del proyecto de tesis denominado: "Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024", (...)";

Que, mediante PROVEÍDO N° 639-2024 (24.10.2024) el Coordinador de la Facultad dispone al Secretario Docente, la proyección del acto resolutorio;

Estando las consideraciones que anteceden, y de conformidad con la Ley N° 30220, Ley Universitaria, Estatuto de la UNAAT, y otras disposiciones internas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- Designar a la **Mg. Talita Melvi Cerrón Piñas** como **Asesor** del proyecto de tesis: **Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, presentado por el **estudiante del X Ciclo Yerson Huaman Noriega** de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Encargar a la Unidad de Investigación adoptar las acciones correspondientes.

ARTÍCULO TERCERO.- Elevar la presente resolución a Presidencia de la Comisión Organizadora, para su conocimiento y demás fines.

ARTÍCULO CUARTO.- Notificar la presente resolución a los interesados, para su conocimiento y demás fines.

ARTÍCULO QUINTO.- Notificar la presente resolución a la Oficina de Tecnologías de la Información para la publicación en el portal de transparencia.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA
Creada por Ley N° 29652 y Ley N° 30139
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0028-2024-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 24 de octubre de 2024



DR. ROBER ANIBAL LUCIANO ALIPIO
COORDINADOR



MG. WILLIAN PEREZ SULLCARAY
SECRETARIO DOCENTE

CFCA.
Archivo.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA

Creada por LEY N° 29652 Y LEY N° 30139

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN**

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0036-2025-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 10 de junio de 2025

VISTO

Solicitud S/N (09.06.2025). Proveído N° 225-2025-FCA (09.06.2025). Informe N° 021-2025-UNAAT/VA/FCA/UI-RALA (10.06.2025). Proveído N° 333-2025-FCA (10.06.2025); sobre Aprobación e inscripción de proyecto de investigación, y

CONSIDERANDO:

Que, según Ley N° 29652, modificada por la Ley N° 30139, se creó la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, como persona jurídica de derecho público interno;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 5, numeral 5.14, se establece que “El interés superior del estudiante”;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 8, se establece que “El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico”;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 32, se establece que “Las Facultades son las unidades de formación académica, profesional y de gestión. Están integradas por docentes y estudiantes”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en el artículo 8, se establece que “(...) la UNAAT se rige por el principio de autonomía universitaria que se sustenta en el autogobierno, la autogestión, la facultad de autorregulación, la libertad académica, de investigación e innovación, sobre la base de una universidad pública y gratuita, sin injerencia de intereses que distorsionen sus principios y fines, en armonía con la Constitución Política del Perú y la Ley Universitaria N° 30220”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en el artículo 47, literal c), se establece como Atribuciones del Decano “Dirigir académicamente la Facultad, a través de las direcciones de los departamentos Académicos, Escuelas Profesionales, Unidad de Investigación y Unidad de Posgrado”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, en el artículo 57, se establece que “Las Facultades son las unidades de formación profesional y de gestión, están integradas por docentes y estudiantes. La UNAAT para su funcionamiento institucional cuenta con las siguientes Facultades: a) Facultad de Ciencias Administrativas (...)”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, en la primera Disposición Complementaria y Transitoria, se establece que “La UNAAT, por estar en proceso de constitución, el gobierno lo ejerce la Comisión Organizadora”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, en la octava Disposición Complementaria y Transitoria, se establece que “La Comisión Organizadora, en tanto no se constituyan los órganos de gobierno, puede designar un Coordinador de Facultad, un Responsable de Escuela Profesional, y un Responsable de Departamento Académico, de manera provisional y mediante un acto resolutorio, que harán las veces de Decano de Facultad, Director de Escuela Profesional y Director de Departamento Académico, respectivamente. Los designados deben cumplir con los requisitos establecidos en los artículos 33°, 36° y 69° de la Ley Universitaria. Excepcionalmente, de no contar con docentes ordinarios en el número y categoría suficiente y especialidad correspondiente, se podrá encargar a un docente ordinario Asociado o Auxiliar o a un docente contratado, de la especialidad, con Grado de Doctor o Maestro. Estas



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA
Creada por LEY N° 29652 Y LEY N° 30139
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0036-2025-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 10 de junio de 2025

decisiones deberán ser informadas oportunamente a la DICOPRO como máximo a los tres (3) días de haberse emitido el acto resolutivo”;

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0427-2024-UNAAT, (26.12.2024), en el artículo segundo se resuelve “ENCARGAR las funciones de COORDINADOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, al docente ordinario en la categoría de Principal DAVID RAÚL HURTADO TIZA, DEL 01 de enero hasta el 31 de junio de 2025”;

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0010-2025-UNAAT, (09.01.2025), en el artículo cuarto se resuelve “DESIGNAR al docente ordinario FREDY ORLANDO SOTO CÁRDENAS como SECRETARIO DOCENTE de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma a partir del 10 de enero de 2025”;

Que con Resolución de Comisión Organizadora N° 0241-2024-UNAAT, (09.08.2024), se otorga al Coordinador de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNAAT la facultad de emitir acto resolutivo, enmarcado en las atribuciones del Decano de Facultad, establecidas en la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la UNAAT;

Que, en la Resolución de la Coordinación de Facultad N° 0001-2025-C-FCA/UNAAT, (16.01.2025), en el artículo primero se resuelve “DESIGNAR, al 30 de junio de 2025, a los responsables de las Unidades y Áreas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNAAT, (...) ROBER ANÍBAL LUCIANO ALIPIO, Unidad de Investigación (...)”,

Que, en la Resolución de la Comisión Organizadora N° 0227-2024-UNAAT, (25.07.2024), en el artículo primero se resuelve “Aprobar el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma”;

Que, el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0227-2024-UNAAT, (25.07.2024), en la cuarta Disposición Complementaria y Transitoria se establece que “Las especificaciones y detalles de los procedimientos y documentos relacionados a la tesis y trabajo de suficiencia profesional de cada escuela profesional se consignan en las Directivas de cada facultad, la cual no debe contravenir al presente reglamento”;

Que, en la Resolución de Coordinación de Facultad N° 0006-2024-C-FCA/UNAAT, (13.08.2024), en el artículo primero se resuelve “Aprobar la Directiva para la elaboración, presentación y sustentación de tesis en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Versión: 0001, que en fojas setenta y ocho (78) forma parte de la presente resolución”;

Que, con solicitud S/N (09.06.2025), Yerson Huaman Noriega bachiller de la Escuela Profesional de Administración solicita al Coordinador de la Facultad de Ciencias Administrativas “Aprobación e inscripción de proyecto de investigación”.

Que, mediante INFORME N° 021-2025-UNAAT/VA/FCA/UI-RALA (10.06.2025), el Dr. Rober Anibal Luciano Alipio responsable de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias administrativas remite al Coordinador de la Facultad la “Aprobación de proyecto de tesis”. En el mismo documento de las conclusiones señala “De acuerdo a lo solicitado, se opina de manera favorable la **APROBACIÓN** del proyecto de tesis “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024**” solicitado por el bachiller Yerson Huaman Noriega;

Que, mediante PROVEÍDO N° 333-2025-FCA (10.06.2025), el Coordinador de la Facultad dispone al Secretario Docente, la proyección del acto resolutivo;



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA
Creada por LEY N° 29652 Y LEY N°30139
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0036-2025-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 10 de junio de 2025

Estando las consideraciones que anteceden y de conformidad con la Ley N° 30220, Ley Universitaria, Estatuto de la UNAAT, y otras disposiciones internas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – **APROBAR E INSCRIBIR** el proyecto de tesis: “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Centro Médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024**”, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración presentado por el **bachiller Yerson Huaman Noriega** de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma.

ARTÍCULO SEGUNDO. – **ENCARGAR** a la Unidad de Investigación adoptar las acciones correspondientes.

ARTÍCULO TERCERO. – **ELEVAR** la presente resolución a Presidencia de la Comisión Organizadora, para su conocimiento y demás fines.

ARTÍCULO CUARTO. – **NOTIFICAR** la presente resolución a los interesados, para su conocimiento y demás fines.

ARTÍCULO QUINTO. – **NOTIFICAR** la presente resolución a la Oficina de Tecnologías de la Información para la publicación en el portal de transparencia.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE.



[Handwritten signature of David Raúl Hurtado Tiza]

DR. DAVID RAÚL HURTADO TIZA
COORDINADOR



[Handwritten signature of Fredy Orlando Soto Cárdenas]

DR. FREDY ORLANDO SOTO CÁRDENAS
SECRETARIO DOCENTE

CFCA.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA
Creada por LEY N° 29652 Y LEY N°30139
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0071-2025-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 23 de setiembre de 2025

VISTO

Solicitud S/N (15.09.2025), Proveído N° 548-2025-FCA (15.09.2025). Informe N° 0047-2025-UNAAT/VA/FCA/UI-RALA (16.09.2025), Proveído N° 550-2025-FCA (16.09.2025); sobre designación miembros del jurado evaluador para revisión de informe de tesis, y

CONSIDERANDO:

Que, según Ley N° 29652, modificada por la Ley N° 30139, se creó la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, como persona jurídica de derecho público interno;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 5, numeral 5.14, se establece que “El interés superior del estudiante”;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 8, se establece que “El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico”;

Que, en la Ley N° 30220, Ley Universitaria, en el artículo 32, se establece que “Las Facultades son las unidades de formación académica, profesional y de gestión. Están integradas por docentes y estudiantes”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en el artículo 8, se establece que “(...) la UNAAT se rige por el principio de autonomía universitaria que se sustenta en el autogobierno, la autogestión, la facultad de autorregulación, la libertad académica, de investigación e innovación, sobre la base de una universidad pública y gratuita, sin injerencia de intereses que distorsionen sus principios y fines, en armonía con la Constitución Política del Perú y la Ley Universitaria N° 30220”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0249-2024-UNAAT (12.08.2024), en el artículo 47, literal c), se establece como Atribuciones del Decano “Dirigir académicamente la Facultad, a través de las direcciones de los departamentos Académicos, Escuelas Profesionales, Unidad de Investigación y Unidad de Posgrado”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, en el artículo 57, se establece que “Las Facultades son las unidades de formación profesional y de gestión, están integradas por docentes y estudiantes. La UNAAT para su funcionamiento institucional cuenta con las siguientes Facultades: a) Facultad de Ciencias Administrativas (...)”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, en la primera Disposición Complementaria y Transitoria, se establece que “La UNAAT, por estar en proceso de constitución, el gobierno lo ejerce la Comisión Organizadora”;

Que, en el Estatuto de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, en la octava Disposición Complementaria y Transitoria, se establece que “La Comisión Organizadora, en tanto no se constituyan los órganos de gobierno, puede designar un Coordinador de Facultad, un Responsable de Escuela Profesional, y un Responsable de Departamento Académico, de manera provisional y mediante un acto resolutorio, que harán las veces de Decano de Facultad, Director de Escuela Profesional y Director de Departamento Académico, respectivamente. Los designados deben cumplir con los requisitos establecidos en los artículos 33°, 36° y 69° de la Ley Universitaria. Excepcionalmente, de no contar con docentes ordinarios en el número y categoría suficiente y especialidad correspondiente, se podrá encargar a un docente ordinario Asociado o Auxiliar o a un docente contratado, de la especialidad, con Grado de Doctor o Maestro. Estas



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA
Creada por LEY N° 29652 Y LEY N°30139
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0071-2025-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 23 de setiembre de 2025

decisiones deberán ser informadas oportunamente a la DICOPRO como máximo a los tres (3) días de haberse emitido el acto resolutivo”;

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0240-2025-UNAAT, (26.06.2025), en el artículo tercero se resuelve “encargar al Mg. Guido Amadeo Fierro Silva, profesor Asociado ordinario, las funciones de Coordinador de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, a partir del 01 de julio hasta el 30 de setiembre de 2025”;

Que, en la Resolución de Comisión Organizadora N° 0010-2025-UNAAT, (09.01.2025), en el artículo cuarto se resuelve “designar al docente ordinario Fredy Orlando Soto Cárdenas como secretario docente de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma a partir del 10 de enero de 2025”;

Que con Resolución de Comisión Organizadora N° 0241-2024-UNAAT, (09.08.2024), se otorga al Coordinador de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNAAT la facultad de emitir acto resolutivo, enmarcado en las atribuciones del Decano de Facultad, establecidas en la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la UNAAT;

Que, en la Resolución de la Coordinación de Facultad N° 0039-2025-C-FCA/UNAAT, (09.07.2025), en el artículo primero se resuelve “RATIFICAR, a partir del 01 de julio de 2025, a los responsables de las Unidades y Áreas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNAAT, (...) Rober Aníbal Luciano Alipio, Unidad de Investigación (...)”;

Que, en la Resolución de la Comisión Organizadora N° 0227-2024-UNAAT, (25.07.2024), en el artículo primero se resuelve “Aprobar el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma”;

Que, el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 0227-2024-UNAAT, (25.07.2024), en la cuarta Disposición Complementaria y Transitoria se establece que “Las especificaciones y detalles de los procedimientos y documentos relacionados a la tesis y trabajo de suficiencia profesional de cada escuela profesional se consignan en las Directivas de cada facultad, la cual no debe contravenir al presente reglamento”;

Que, en la Resolución de Coordinación de Facultad N° 0006-2024-C-FCA/UNAAT, (13.08.2024), en el artículo primero se resuelve “Aprobar la Directiva para la elaboración, presentación y sustentación de tesis en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Versión: 0001, que en fojas setenta y ocho (78) forma parte de la presente resolución”;

Que, con solicitud S/N (11.08.2025) Yerson Huaman Noriega bachiller de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, solicita al Coordinador de la Facultad de Ciencias Administrativas “Designación miembros del jurado evaluador para la revisión de informe de tesis.”

Que, mediante proveído N° 548-2025-FCA (15.09.2025), el Coordinador de la Facultad dispone al responsable de la Unidad de Investigación, el trámite correspondiente;

Que, mediante informe N° 0047-2025-UNAAT/VA/FCA/UI-RALA (16.09.2025), el Dr. Rober Aníbal Luciano Alipio responsable de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias administrativas remite al Coordinador de la Facultad la “Propuesta de jurados para revisión de informe de tesis”, en el mismo documento de las conclusiones señala de acuerdo con lo solicitado se propone los siguientes miembros del Jurado evaluador.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA ALTOANDINA DE TARMA
Creada por LEY N° 29652 Y LEY N°30139
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN

RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN DE FACULTAD N° 0071-2025-C-FCA/UNAAT

Acobamba, 23 de setiembre de 2025

Como presidente al Dr. Rober Aníbal Luciano Alipio, secretario Mg. Guido Amadeo Fierro Silva, vocal Mg. Raúl Gómez Ccora y como accesitario al Mg. Gary Francis Rojas Hurtado del informe de tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024" para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, presentado por el bachiller Yerson Huaman Noriega de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la UNAAT;

Que, mediante proveído N° 550-2025-FCA (16.09.2025). El Coordinador de la Facultad dispone al secretario docente, la proyección del acto resolutorio;

Estando las consideraciones que anteceden y de conformidad con la Ley N° 30220, Ley Universitaria, Estatuto de la UNAAT, y otras disposiciones internas de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – **DESIGNAR** miembros del Jurado evaluador y es como sigue:

Presidente : Dr. Rober Aníbal Luciano Alipio.
Secretario : Mg. Guido Amadeo Fierro Silva.
Vocal : Mg. Raúl Gómez Ccora.
Accesitario : Mg. Gary Francis Rojas Hurtado.

Del informe de tesis titulada: "**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el centro médico El Pueblo distrito de Tarma, 2024**" para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, presentado por el **bachiller Yerson Huaman Noriega** de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la UNAAT.

ARTÍCULO SEGUNDO. – **ENCARGAR** a la Unidad de Investigación adoptar las acciones correspondientes.

ARTÍCULO TERCERO. – **ELEVAR** la presente resolución a Presidencia de la Comisión Organizadora, para su conocimiento y demás fines.

ARTÍCULO CUARTO. – **NOTIFICAR** la presente resolución a los interesados, para su conocimiento y demás fines.

ARTÍCULO QUINTO. – **NOTIFICAR** la presente resolución a la Oficina de Tecnologías de la Información para la publicación en el portal de transparencia.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE.



MG. GUIDO AMADEO FIERRO SILVA
COORDINADOR



DR. FREDY ORLANDO SOTO CÁRDENAS
SECRETARIO DOCENTE

CFCA.