



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“PEDRO RUIZ GALLO”**



ESCUELA DE POST GRADO

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL**

TESIS

**“ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE INFLUYEN
EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS DEL ÁREA DE
EMERGENCIA - SERVICIO DE GINECOLOGÍA DEL HOSPITAL DOCENTE BELÉN
DE LAMBAYEQUE: UNA PROPUESTA DE MEJORA”**

**PRESENTADA PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO
EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN
GERENCIA EMPRESARIAL**

AUTOR:

Lic. Adm. CABREJOS GARCIA GUILLERMO ERNESTO

ASESOR:

Mg. JORGE HERNAN ATOCHE PACHERRES

LAMBAYEQUE – PERÚ

2019

“ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS DEL ÁREA DE EMERGENCIA - SERVICIO DE GINECOLOGÍA DEL HOSPITAL DOCENTE BELÉN DE LAMBAYEQUE: UNA PROPUESTA DE MEJORA”

Lic. Adm. GUILLERMO ERNESTO CABREJOS GARCIA

AUTOR

Mg. JORGE HERNAN ATOCHE PACHERRES

ASESOR

Presentada a la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Para optar el Grado de: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL

APROBADO POR EL JURADO INTEGRADO POR:

Dr. José Foción Echeverría Jara
PRESIDENTE DEL JURADO

M.Sc. Aurelio Sánchez Gamarra
SECRETARIO DEL JURADO

M.Sc. Juan Francisco Zentner Alva
VOCAL DEL JURADO

DEDICATORIA

A la memoria de mi abuela, por ser la persona que me
enseño a nunca claudicar y luchar por mis sueños .

A mi esposa Miluska y mi hija Maria Grazia quienes
son mi guía y fuente de inspiración para seguir adelante
y a mi querida madre por estar siempre a mi lado
acompañándome.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento al asesor de esta tesis Jorge Hernan Atoche Pacherras, por todo el apoyo brindado en el desarrollo del presente trabajo.

A todas las personas que me acompañaron y contribuyeron de para la elaboracion de este trabajo de investigacion.

Al Hospital Provincial Docente Belen de Lambayeque por darme las facilidades y el apoyo para la realizacion del trabajo de investigacion.

INDICE

	Pag.
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Resumen.....	IX
Abstract.....	X
Introduccion	1
I. Problema de la investigación.....	4
1.1. Planteamiento del Problema.....	4
1.2. Formulación del Problema.....	6
1.3. Delimitaciones.....	6
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1 objetivo general.....	6
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
1.5. Justificación de la Investigación.....	7
1.5.1. Justificación práctica.....	7
1.5.2. Justificación metodológica.....	8
1.5.3. Justificación teórica.....	9
II. Fundamentación Teórica.....	10
2.1. Antecedentes teóricos.....	10
2.1.2. A nivel internacional.....	10
2.1.2. A nivel nacional.....	12

2.1.3 A nivel local	13
2.2. Marco teórico conceptual.....	15
2.2.1. Modelo de calidad en el servicio al cliente.....	15
2.2.2. Proceso de atención al cliente.....	16
2.2.3. Modelo de “Nieves” de calidad de atención al cliente.....	19
2.2.4. Los Molelos.....	27
III. Metodología.....	32
3.1 Hipótesis.....	32
3.1.1. Hipótesis general.....	32
3.1.2. Hipótesis específicas.	32
3.2 Variables.....	32
3.2.1 Identificación de Variables.....	32
3.2.2 Definición conceptual.....	33
3.2.3 Definición operacional.....	33
3.3 Metodología.....	33
3.4 Población y muestra.....	34
3.4.1 Población.....	34
3.4.2 Muestra.....	34
3.5 Método de investigación.....	35
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
3.7 Métodos de análisis.....	36
3.8 resultados del instrumento que mide la satisfacción del usuario.....	36
3.9 Criterios éticos.....	37

IV. Presentación y discusión de resultados.....	38
4.1. Análisis e interpretación de la contrastación de la hipótesis general.....	38
4.2. Presentación de resultados.....	39
4.2.1. Datos generales de la encuesta.....	40
4.2.1.1. Edad.....	41
4.2.1.2. Nivel de estudio.....	41
4.2.1.3. Tipo de seguro.....	42
4.2.1.4 Tipo de usuario.....	43
4.2.2. Análisis de los resultados entre los factores y la satisfacción del usuario del	44
Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque	
4.2.2.1. Resultados de la relación entre la atención brindada y la	44
satisfacción del usuario externo.....	44
a) Descripción de la variable.....	44
b) Contrastación de hipótesis.....	45
4.2.2.2. Resultado de la relación entre la eficiencia de los tiempos y la	46
satisfacción del usuario externo.....	46
a) Descripción de la variable.....	46
b) Contrastación de hipótesis.....	47
4.2.2.3. Resultado de la relación entre la actitud de los servidores públicos y	
la satisfacción del usuario externo.....	48
a) Descripción de la variable.....	48
b) Contrastación de hipótesis.....	49

4.2.2.4. Resultado de la relación entre la información brindada y la satisfacción del usuario externo.....	50
a) Descripción de la variable.....	50
b) Contrastación de hipótesis.....	51
4.2.2.5. Resultado de la relación entre el grado de satisfacción de los servicios prestados y la satisfacción del usuario externo.....	52
a) Descripción de la variable.....	52
b) Contrastación de hipótesis.....	53
4.2.3. Propuesta para mejorar el nivel de satisfacción del usuario externo en el área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.....	55
4.2.3.1. Propuesta para mejorar la visión del área de emergencia del servicio del servicio de ginecología.....	55
a) Visión y propuesta de visión.....	55
b) Misión y propuesta de misión.....	56
c) Estrategias para mejorar la calidad de servicio.....	60
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES.....	68
BIBLIOGRAFIA.....	70
ANEXOS.....	72

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad poder llegar a determinar los factores de calidad de servicio que influyen en la satisfacción del usuario externo – servicio de ginecología del Hospital Provincial Belén de Lambayeque en los meses de setiembre y octubre del 2018. Para la obtención de la información se realizó una encuesta llevada a cabo en el Hospital Provincial Docente - Belén de Lambayeque mediante un estudio descriptivo no experimental a un total de 134 encuestados, empleando una escala de Likert con un rango de 1 a 5, siendo la 1 de menor calificación y la 5 de mayor calificación.

Para poder elaborar el cuestionario de manera correcta que ayude a poder cumplir con nuestros objetivos de estudio se tomaron los 5 factores que influyen en la satisfacción del usuario externo y se distribuyeron en las 20 preguntas de la encuesta. Para el procesamiento de la información se utilizó la herramienta estadística SPSS22, aplicando el alfa de Cronbach para la validación del instrumento empleado y para la contratación de hipótesis utilizando el coeficiente de Spearman.

Las conclusiones obtenidas en el trabajo de investigación fue que los factores si influyen en la satisfacción del usuario externo – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque y que según nuestra escala de Likert viene presentando una mala satisfacción en los factores relacionados con la atención brindada y eficiencia en los tiempos de espera, es en estos factores donde se plantea una propuesta de mejora buscando lograr una mejora continua para la institución.

Palabras clave: Satisfacción del usuario, calidad de servicio.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to determine the quality of service factors that influence the satisfaction of the external user - gynecology service of Belén de Lambayeque Provincial Hospital in the months of September and October 2018. To obtain The information was carried out a survey carried out in the Provincial Teaching Hospital - Belén de Lambayeque through a non-experimental descriptive study to a total of 134 respondents, using a Likert scale with a range of 1 to 5, being the 1 of lowest rating and the 5 highest rating.

To be able to elaborate the questionnaire in a correct way that helps to be able to fulfill our study objectives, we took the five factors that influence the satisfaction of the external user and were distributed in the 20 questions of the survey. For the processing of information, the statistical tool SPSS21 was used, applying Cronbach's alpha for the validation of the instrument used and for contracting hypotheses using the Spearmen coefficient.

The conclusions obtained in the research work was that the factors do influence the satisfaction of the external user - gynecology service of Belén de Lambayeque Provincial Teaching Hospital and that according to our Likert scale has presented a bad satisfaction in the factors related to the care provided and efficiency in waiting times where an improvement proposal is proposed to improve these factors and seek continuous improvement.

Key word: User satisfaction, quality of service.

INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, durante los últimos años el mundo ha revolucionado a gran velocidad, los retos y las oportunidades se han incrementado con el transcurso del tiempo. Es donde las instituciones son parte fundamental para el movimiento económico de un país ya que en la actualidad se encuentran en constante competencias entre sí para ser reconocidas como los mejores y obtener resultados esperados que permitan ofrecer los mejores productos y servicio en beneficio de los usuarios. Por ello la necesidad de toda organización enfrentar la necesidad de brindar calidad en sus servicios para obtener resultados favorables.

La baja calidad de la atención constituye actualmente uno de los mayores obstáculos para enfrentar con éxito los problemas sanitarios reconocidos como prioridades nacionales principalmente la mortalidad materna, la mortalidad neonatal y la desnutrición infantil, las que, a diferencia de otros problemas de salud, requieren una adecuada capacidad resolutive y fundamentalmente intervenciones de calidad.

A pesar que la calidad en los servicios de salud ha sido un tema ampliamente tratado en la literatura desde hace varias décadas, su definición, interpretación y evaluación continúa siendo polémica y compleja, debido a los múltiples factores involucrados en su constructo. Hoy se plantea, la medición de los niveles de satisfacción de los usuarios externos (juicio de valor, y subjetivo), como el aspecto clave en la definición y valoración de la calidad, por lo que es el indicador más usado para evaluar la calidad de atención en los servicios de salud.

El conocimiento del nivel de satisfacción de usuarios externos de los servicios de salud requiere de una serie de propiedades psicométricas que garanticen su fiabilidad y validez, por lo tanto, es necesario contar con instrumentos confiables y de fácil aplicación, medir la satisfacción nos

permite identificar las principales causas de insatisfacción de los usuarios externos en servicios de salud, este conocimiento debe permitir formular e implementar acciones de mejora.

La necesidad de recibir servicios médicos de calidad, debe ser un punto clave en la política pública de cualquier país. El Perú se ha caracterizado durante los últimos años por su estabilidad económica y política, utilizando como marco de referencia otros países de América Latina. Sin embargo, el tema de salud ha sido motivo de controversia entre los políticos, médicos y demás ciudadanos del país. Los medios de comunicación han lanzado a la luz pública innumerables artículos que presentan las diferentes opiniones, inquietudes y preocupaciones de la población en relación a los cambios producidos por constantes cambios en las políticas de salud, con estos artículos, en términos generales, el descontento mayor lo tiene la clase médica del país ya que consideran que el dinero que se les asigna no es suficiente para prestar los servicios, mientras la mayoría de los beneficiarios de la Reforma está conforme con los servicios que recibe.

Definir la satisfacción del usuario externo en un centro de salud no es tarea fácil, por ser este término muy subjetivo. Las definiciones presentadas por distintos autores, coinciden en que se basa en un resultado diferenciado entre la percepción y las expectativas del paciente que acude al servicio; es importante este valor que sea aceptado como una medida para medir la calidad. Una mejor calidad brinda una buena y mayor reputación ante los pacientes y colectividad general, la satisfacción del usuario externo es el indicador más utilizado y expresa un juicio de valor subjetivo de la atención recibida

Por ello es la importancia que el presente trabajo de investigación plantee como objetivo principal poder identificar los factores asociados al nivel de satisfacción de los usuarios externos del área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de

Lambayeque,

La tendencia mundial para determinar el grado o los niveles de satisfacción de un usuario externo en los servicios de salud, han revolucionado tanto que es necesario aplicar las metodologías adecuadas para la medición de los niveles de satisfacción o insatisfacción de los usuarios externos que acuden a una atención en un centro de salud.

La magnitud de este estudio permitirá identificar qué áreas requieren mejorar en términos de la percepción de calidad de los servicios de salud ofrecidos por el Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque. Responder a estas necesidades es de suma importancia, debido a que se espera mejorar así la calidad de vida de los usuarios externos y el personal de dicho Centro de Salud.

CAPITULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

1.1.Planteamiento del problema.

En los últimos años el término calidad se ha extendido a todos los ámbitos de las organizaciones públicas, desde la atención al ciudadano hasta los procesos más complejos que llevan a su desempeño. La calidad es base importante y de gran tarea para las organizaciones y empresas en la actualidad, permitiendo mejorar y optimizar los recursos, para generar un alto nivel de satisfacción en los ciudadanos. Por tal motivo y a los fines de tomar una definición que resulte la más adecuada posible a las necesidades de la Administración Pública, hemos tratado de seleccionar la que a nuestro criterio mejor define el significado que queremos otorgarle: La calidad es el conjunto de propiedades y características de un servicio, producto o proceso, que satisface las necesidades establecidas por el usuario, el ciudadano o el cliente de los mismos.

La calidad de los servicios públicos es intangible, se percibe al momento de recibirlos. Esta calidad está relacionada con la atención, la cortesía, la amabilidad, la oportunidad, los conocimientos, la eficiencia, la eficacia, la corrección y la rapidez. Depende de quiénes los producen y los prestan, es decir, se sustentan en la calidad que gestionan los servidores públicos.

Por otro lado, la satisfacción del usuario puede medirse en distintos niveles. Por ejemplo: En la calidad percibida en la atención, en la eficiencia de los tiempos de espera, en las actitudes de respeto de los servidores públicos, en la información brindada, en las instalaciones ofrecidas, en los servicios prestados. Todos estos conjuntos de cosas hacen a la calidad total, que consiste en satisfacer las necesidades y deseos de los usuarios o ciudadanos y que se percibe en unos servicios de calidad.

¿Por qué debemos preocuparnos entonces por la calidad de los servicios públicos, si la

Administración Pública no tiene competencia? Nuestra preocupación está justificada porque si los servicios públicos se entregan sin errores, sin fallas, sin lentitud, sin desperdicios y sin duplicidades, mediante el uso eficiente de los recursos materiales, humanos y económicos, los equipos de trabajo y el tiempo utilizado, generarán credibilidad y confianza en las organizaciones del Estado y seremos cada día mejores servidores públicos. Cualquiera sea la función que desempeñamos dentro de la Administración Pública, el objetivo será siempre el mismo: “proporcionar servicios que generen un valor que contribuya al bienestar general”.

La prestación de los servicios públicos exige siempre una mejora constante. El cambio y la mejora constante que esperan los usuarios de los servicios públicos es el cambio cultural, laboral, profesional, técnico y humano que todos anhelamos. Es importante tener en cuenta la actitud de los servidores públicos para que los servicios sean consistentes y oportunos. Se deberá tener siempre un trato amable, cortés, honesto, responsable y digno con respecto a los usuarios. De nuestra actitud diaria dependerá que nuestros servicios sean cada día mejores.

El problema de atención por la que están pasando los establecimientos de salud a nivel nacional, incluyendo el Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque, conlleva a que muchos usuarios perciban que: (1) en cuanto a calidad del servicio lo califiquen como de “mala calidad”, (2) en cuanto a medicamentos lo califiquen como “pésimo” toda vez que muchas veces tienen que adquirir los medicamentos fuere del hospital en altas tardes de la noche por falta de ellos y (3) debido a ello opten por acudir a establecimiento de salud particulares (que dicho de paso vale mencionar que los médicos que atienden son los mismos que trabajan en los centros de salud Públicos), llevando a que exista un nivel de satisfacción por parte de los usuarios externos se encuentre por debajo de los niveles establecidos.

Estos problemas son registrados a menudo en el libro de reclamaciones en donde se registran todos tipo de reclamos, desde la demora en la atención hasta la falta de interés de los médicos en atender a sus pacientes, llevando consigo a que exista un grado de satisfacción (insatisfacción) que se encuentra por debajo de los parámetros establecidos por el MINSA.

Por ello y por haber trabajado en dicho hospital es que se realiza la presente investigación que busca no solo determinar los factores de calidad en el servicio que influyen en la satisfacción de los usuarios, sino también se proponen mejoras en beneficio de todas las usuarias del área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Docente Belén de Lambayeque.

1.2. Formulación del problema

¿Cuáles son los factores que influyen en el nivel de satisfacción de los usuarios externos del área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Docente Belén de Lambayeque y que debemos hacer para mejorar la satisfacción?

1.3. Delimitaciones.

La investigación en donde se estableció cuáles son los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios externos del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque, se llevó a cabo en los meses de setiembre y octubre del año 2018 en la ciudad de Lambayeque.

1.4. Objetivos de la investigación:

1.4.1 General.

“Definir los factores que influyen en el nivel de satisfacción de la usuaria externa en el área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque y plantear una propuesta de mejora”.

1.4.2 Específicos.

- Determinar el grado de satisfacción del usuario externo y su influencia en cuanto a la atención brindada.
- Determinar el grado de satisfacción del usuario externo y su influencia en cuanto a la eficiencia de los tiempos de espera.
- Determinar el grado de satisfacción del usuario externo y su influencia con respecto a las actitudes de los servidores Públicos.
- Determinar el grado de satisfacción del usuario externo y su influencia con respecto en cuanto a la información brindada.
- Determinar el grado de satisfacción del usuario externo y su influencia en cuando a los servicios prestados.
- Plantear una propuesta de mejora.

1.5. Justificación de la Investigación

El presente trabajo de investigación se justifica por cuanto busca no solo conocer o determinar cuáles son los factores de calidad del servicio que influyen en el nivel de satisfacción del usuario externo del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque, sino también propone un plan de mejora que contribuya a revertir dicha problemática.

A continuación, se detalla la práctica, metodológica y teórica:

1.5.1 Justificación práctica.

El presente trabajo de investigación se realiza por que busca determinar la importancia de los factores de calidad del servicio y cómo influyen en el nivel de satisfacción de los usuarios externos del servicio de ginecología para hacer los esfuerzos necesarios por

cambiar en beneficio de las mismas usuarias externas.

No nos olvidemos que el año 2017 tuvo la siguiente denominación: “Año del buen servicio al ciudadano” dado que el Estado busca mejorar la gestión de todas las instituciones públicas que la conforman y en el caso del servicio de salud en particular con mayor razón dado que está en juego la vida de los peruanos. Por ello, en la presente investigación se proponen estrategias de mejora que contribuyan en el proceso de cambio en beneficio de todos los ciudadanos.

Cabe mencionar el hecho de que hasta la fecha en este establecimiento de salud no se ha llevado un estudio que determine el verdadero sentir por el cual son creados los establecimientos de salud, siendo uno de los principales fines atender a todas las personas que asistan al establecimiento de salud bajo los más altos niveles de calidad para lograr de esta manera la satisfacción buscando que todas sus necesidades sean atendidas con los estándares de calidad dados.

1.5.2. Justificación Metodológica

La presente investigación en lo personal se justifica en primer lugar debido a que he trabajado en el Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque y conozco de cerca la problemática de los usuarios del hospital y por ende conozco la problemática que existe en el nivel de satisfacción de las usuarias externas del servicio de ginecología, que dicho sea de paso es un área muy importante, muy delicada y muy diferente de todos los servicios por cuanto a ella acuden miles de mujeres de la provincia de Lambayeque y alrededores que se encuentran en estado de gestación (embarazadas) y ese estado hace que sean muy sensibles a cualquier acción que desarrollen las personas que ofrecen el servicio de emergencia.

En segundo lugar, como egresado del programa de Maestría en Administración con mención en Gerencia Empresarial de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, estoy en condiciones de proponer estrategias que contribuyan a mejorar el servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén - Lambayeque en beneficio de todas las mujeres de la ciudad, toda vez que lo que se busca es que traigan a este país niños sanos, alegres y de calidad, buscando que sean replicadas en otros establecimientos de salud.

1.5.3. Justificación Teórica

Esta investigación se hace con el propósito de aportar con el conocimiento necesario sobre los factores que influyen en la satisfacción del usuario externo, cuyo resultado es dar conocer una propuesta de mejora la cual podría ser incorporada como modelo en otras instituciones demostrando la importancia de establecer mantener a los usuarios externos satisfechos para beneficio de la población.

CAPITULO II: FUNDAMENTACION TEORICA

2.1. Antecedentes Teórico

2.1.1. A nivel internacional

Del Salto (2012). Realizó un trabajo de investigación denominada “Evaluación de la Calidad de Atención y Satisfacción del Usuario que Asiste a la Consulta en el Departamento Medico del Instituto Nacional Mejía” en Ecuador en donde se concluyó que:

- Los usuarios del Departamento Médico se encuentran satisfechos de la atención entre el 88,97 y el 94,36 % de toda la población del Instituto Nacional Mejía.
- Más del 50% de los usuarios fueron atendidos sin Historia clínica.
- Se observó que previa a la atención médica no fueron tomados signos vitales en una proporción considerable de los usuarios atendidos (32%).
- No existe una adecuada información en postconsulta por parte del personal de Enfermería.
- Alrededor del 98% de los usuarios consideran que el trato del médico es adecuado y solo el 2% consideran que el trato es indiferente.
- El tiempo de espera en la preconsulta es adecuado (81%) sin embargo se debe mejorar a favor del usuario.
- El 45% de los usuarios consideran que no siempre tienen las facilidades de permiso para acceder a la atención en el Departamento Médico.

Mejía. y Amaya. (2011). En su tesis de maestría “Evaluación de calidad de atención en el servicio de emergencia del Hospital Nacional Nueva Guadalupe” tuvieron como objetivo analizar

la capacidad instalada, valorar el proceso de la calidad de la atención y determinar la eficacia de sus servicios, realizaron un estudio descriptivo y entrevistas a 80 pacientes y a sus familiares así como a 28 trabajadores en horarios diurnos, nocturnos y fines de semana; en donde concluyeron

- Que no contar con capacidad instalada para brindar atención de calidad, trae como consecuencia quejas en los pacientes como en su infraestructura
- Demora en el tiempo de espera para recibir la atención del médico y el complemento de los tratamientos, lo que generó muchas veces abandono y atraso en el proceso asistencial,
- Las malas relaciones interpersonales de los trabajadores y sus procesos de atención afectaron a una atención de calidad en establecimiento de Salud.

Álvarez (2012). En su tesis de maestría “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales”, cuyo objetivo general fue determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido, en una red de supermercados del gobierno, realizó un tipo de investigación descriptiva para evaluar la calidad del servicio en 142 establecimientos de distribución directa que concluyó que el cliente percibe que el servicio supera lo esperado en cuanto a la dimensión “Fiabilidad”, ya que la visualización de los precios de los productos es clara y atractiva, informando puntualmente las promociones u ofertas existentes y destacándose en la entrega de tickets de compra claros y detallados.

2.1.2. A nivel nacional.

Ramos (2015), realizo un trabajo de investigación denominado “Factores Asociados Al Nivel de Satisfacción Sobre La Calidad De Atención Del Usuario Externo en el Centro de Salud de Pícsi”, cuyo objetivo establecer los factores asociados a la satisfacción y calidad de atención del usuario externo, se presentó las siguientes conclusiones:

1.- Se encontró un nivel de Satisfacción del usuario externo de 72,2% del usuario externo atendido.

2.- La dimensión que registra el más alto nivel de insatisfacción es la Capacidad de Respuesta con un 57,81%

3.- La variable empatía analizada en este estudio, indica que el 91,3% de usuarios manifiestan su satisfacción.

4.- Referente a las características Sociodemográficas de los usuarios externos, tenemos que el 98,9% son de sexo femenino, 36,5% que cuenta con instrucción primaria, 39,6% con educación secundaria, 13,5% con educación superior técnica, 4,2% con educación superior universitaria y 6,25% de los usuarios analfabetos.

5.- Los usuarios que tienen seguro de salud por el SIS constituyen el 90,6% y 5,2% de usuarios no tienen ningún tipo de seguro.

Ramírez (2015), de la Universidad Nacional José María Arguedas en donde hizo su estudio para identificar la relación que existe entre calidad de atención y satisfacción del usuario externo del Hospital Hugo PescePescetto de la ciudad de Andahuaylas. Su investigación tuvo como objetivo principal, determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario.

De esta manera dicho autor llegó a dar sus conclusiones que los usuarios externos manifiestan una satisfacción regular con la calidad de atención de salud de la consulta externa que perciben en el establecimiento, respecto a los objetivos específicos planteados, en el primer objetivo se aceptó la hipótesis nula y en los otros dos objetivos se rechazó las hipótesis nulas al igual que el objetivo general, entonces se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que no existe relación significativa entre la dimensión técnica-científica y la satisfacción del usuario, pero sí existe relación significativa entre la dimensión del entorno y la dimensión humana con la satisfacción del usuario de la consulta externa en el Hospital Hugo PescePescetto.

2.1.3. A nivel local

León (2016). En su tesis “Niveles de satisfacción y calidad de atención médica de los usuarios del servicio de consulta externa en el hospital regional policía nacional del Perú, Chiclayo 2016”, manifiesta lo siguiente: la investigación tiene como objeto de estudio la calidad de atención médica cuyo campo de acción responde al proceso de la gestión de consulta externa en el Hospital Regional Policía Nacional del Perú Chiclayo y sobre el cual se diseña una propuesta para la mejora de la atención de los pacientes asegurados del personal policial activo y no activo. En donde concluyo que en el hospital de policía, percibe descontento en nuestros usuarios que ponen en tela de juicio la calidad de atención que se brinda debido a las quejas de los usuarios en la atención de consultorios externos, específicamente en las áreas médicas como es; deficiencia en la velocidad de sus trámites, la desinformación, el maltrato por parte del profesional, sumándose además la carencia de materiales y equipos entre otros problemas. Por ello, el interés de realizar el presente estudio a fin de mejorar el nivel de Satisfacción de los Usuarios y por ende la calidad de atención

en bien de nuestra familia policial. Asimismo, la calidad de atención es uno de los grandes problemas vigentes en el Hospital de la Policía, por un lado está lo referido a un nivel de prioridades y el segundo de eficiencia, ambos referidos al nivel de calidad deseable

Arrascue y Segura (2016). En su tesis “Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “clinifer” chiclayo-2015”, manifiestan lo siguiente: la aplicación del concepto de calidad a los servicios de salud gana cada vez más importancia. Sin embargo, implementar un servicio de calidad no es tarea fácil y requiere de un cambio cultural de la organización que involucra todos los actores de la institución, en áreas de satisfacer las necesidades y preferencias de los pacientes. Es por ello que la presente investigación permitió reflejar la influencia que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, permitiendo analizar y determinar el nivel de satisfacción, proponer una estrategia y validar.

Las conclusiones de la investigación fueron:

- De acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que, si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte, por tanto, se acepta la hipótesis de trabajo (H1) y rechazamos la hipótesis nula (Ho).
- Al analizar la calidad de servicio se demostró un alto promedio de 89%, en equipamiento, ambientes amplios, instalaciones limpias, diagnósticos fiables de confianza y seguridad 100%, uniformados e identificados, atención inmediata 78% y horario flexible 89%.

- El nivel de satisfacción del cliente es un promedio alto de 97%, el servicio es útil en un 100%, supero sus expectativas, volvería a solicitar el servicio, precios aceptables, atención personalizada y completa satisfacción brindada en 97%.
- Hemos concluido en las siguientes estrategias para mejorar la calidad en la atención al cliente y su satisfacción: mantenimiento de infraestructura, instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria.

2.2. Marco teórico conceptual

2.2.1 Modelo de calidad en el servicio al cliente.

El presente Modelo de atención al cliente propone un Proceso que lleva consigo: Fases y Comportamientos.

El proceso de atención al cliente puede caracterizarse como el conjunto de actividades relacionadas entre sí que permite responder satisfactoriamente a las necesidades del cliente.

La secuencia de fases y comportamientos del proceso de atención al cliente se configura como uno de los aspectos más importantes en la percepción de la calidad de un servicio.

De hecho, un trato inadecuado es responsable, en alrededor del 70% de los casos, de que el cliente no vuelva a utilizar los servicios de una empresa. Es decir, la mayoría de las personas da enorme importancia al trato recibido, siendo más frecuente el abandono del proveedor por esta causa que por defectos en el producto o servicio en sí.

Algunos datos que evidencian la importancia de un adecuado proceso de atención al cliente son:

El 86% de los consumidores dejar de hacer negocios con una empresa debido a una mala experiencia del cliente.

Un consumidor insatisfecho comunicará a entre 9 y 15 personas su experiencia negativa por una incorrecta atención al cliente. Alrededor del 13% de los clientes insatisfechos dicen más de 20 personas. (Oficina de la Casa Blanca. Asuntos del Consumidor).

Por todo ello, la Atención al Cliente debe ser considerada como un factor de trascendental para el éxito de una empresa. Sería lamentable que un buen servicio transmitiera una imagen negativa por el estilo que los empleados imprimen a su relación con el cliente.

Un cliente entra en contacto con una organización proveedora, porque tiene una necesidad que satisfacer. La importancia de esta necesidad es variable, al igual que su naturaleza. Puede ser que el cliente necesite información sobre un producto, hacer una compra, conocer qué pasos debe efectuar para realizar una gestión o realizar una queja. Aportará una información, que exprese lo que desee en ese momento, a partir de la cual se elaborará una respuesta que deberá ser lo más satisfactoria posible.

Entre el planteamiento de la necesidad y la satisfacción de la misma, existe un proceso, que debe ser pilotado por el empleado de la entidad y que constituye el **proceso de atención al cliente**.

Como se ha dicho, la atención al cliente es en sí misma un proceso mediante el que, tras detectar una necesidad, aportamos una solución, total o parcial. Pero ¿de qué fases y elementos se compone?

2.2.2. Proceso de atención al cliente.

Se define a continuación, de forma genérica, el proceso de atención al cliente, delimitando los comportamientos a considerar en cada fase. Nótese que esta relación de conductas puede constituir en sí misma una guía para la evaluación de la atención al cliente o para la capacitación del personal en de atención al cliente o de contacto con el cliente en general. (Ver Fig. N°1).

Figura N^a 1



ETAPA 1: INICIAR AL CONTACTO.

OBJETIVO:

“Que el cliente se sienta atendido desde el principio del contacto, causándole una impresión positiva y creando la disposición para una relación agradable”

Acusar la presencia del cliente.

Saludar y sonreír.

Personalizar el contacto.

Invitar a hablar al cliente.

Utilizar un tono de voz amable.

Mirar a la cara del cliente.

Orientarse hacia el cliente.

ETAPA 2: OBTENER INFORMACIÓN.

OBJETIVO: “Conocer y comprender cuáles son las necesidades del cliente, para posibilitar su adecuada satisfacción, transmitiéndole que le escuchamos y que realmente nos interesamos por su petición”

Observar al cliente.

Escuchar activamente.

Sentir la posición del cliente.

Preguntar de modo no rutinario.

Reforzarle mientras habla.

Asegurar la petición.

Orientarse hacia el cliente.

ETAPA 3: SATISFACER LA NECESIDAD.

OBJETIVO: “Facilitar las indicaciones oportunas y/o los elementos pertinentes para resolver la necesidad del cliente, o situarla en vías de solución”

Identificar la necesidad.

Centrarse en su satisfacción.

Hacerse comprender amablemente.

Dedicar el tiempo necesario.

Asegurar la satisfacción.

ETAPA 4: FINALIZAR.

OBJETIVO: “Asegurarse de que la necesidad ha sido resuelta (o situada en vías de solución), creando una sensación final positiva”

Interesarse por peticiones añadidas.

Despedirse amablemente.

Hacerse comprender amablemente.

Mirar y sonreír al cliente.

No demorar el final.

Con un entrenamiento adecuado del personal en este proceso de atención al cliente y la evaluación de los comportamientos de atención al cliente, detectando los aspectos a mejorar y reconociendo los logros alcanzados, la experiencia del cliente mejorará indiscutiblemente traduciéndose en clientes satisfechos y la mejora los resultados de la organización.

Por último, es necesario incidir en que en el proceso de atención al cliente, en la resolución satisfactoria de la demanda o necesidad, el elemento fundamental es lo que llamamos **personalización de la atención**. Todo contacto con el cliente debe personalizarse. ¿Qué quiere decir esto? Significa que, en todas las circunstancias, el cliente debe ser tratado como una persona. Este trato será percibido como un valor. Si tratamos al cliente de un modo rutinario e impersonal, la transacción que realizamos con él perderá valor, aún en el caso de que la respuesta dada a su petición suponga su resolución parcial o total. En este sentido, recordemos que el concepto que se tiene de un servicio está fuertemente condicionado por el trato recibido. Si éste se percibe como frío o incorrecto, la imagen que se obtiene del mismo tiende a ser negativa. Y esto con cierto grado de independencia de la solución obtenida.

2.2.3 Modelo “nieves” de calidad de atención a los clientes.

El presente Modelo asevera que cualquier empresa de cualquier parte de este planeta existe gracias a la relación que establece con su público: consumidores que pagan por bienes y servicios; empresas que se proveen a través de otras empresas en alianzas estratégicas, de outsourcing o de

mercado. En todos los casos, la relación entre ambos se establece en términos de un intercambio a través del cual el público (cliente) está dispuesto a otorgar algo de su dinero, esfuerzo, atención o tiempo para recibir un producto o servicio que le dé beneficio, satisfacción o solución por parte de la empresa. Productos y Mercados deben estar unidos por algo que haga posible su intercambio. Un producto o servicio, más que el conjunto de sus características físicas, representa para los clientes una solución a sus problemas, una satisfacción de sus necesidades. En una expresión, representa beneficios que la empresa hace claros a través de su estrategia de posicionamiento. Diferenciarse de sus competidores le permitirá crear una posición única y exclusiva, una manera singular de competir, que se traduzca en un valor agregado y superior para sus clientes. A este valor superior para los clientes le llamamos ventaja competitiva, es decir, una superioridad definitiva y claramente distinguible de un producto o servicio, ofrecido bajo una identidad única y con valor significativo a un segmento del mercado, dejar de tratar a los clientes como números y darles su trato personalizado es la diferencia. Una de las principales diferencias de las empresas hacia los clientes es “El Espíritu de Servicio”, que es la disposición emocional hacia una persona o situación, está basada en valores y creencias sobre la sociedad, el trabajo y sus necesidades, haciendo que una persona atiende de buena voluntad a otra persona o grupo, haciéndolo sentir orgulloso y satisfecho de su trabajo. Las capacidades en el servicio son:

- El espíritu de servicio es la capacidad que una persona tiene de ir más allá de las acciones cotidianas y de rutina.
- Cuenta con las habilidades técnicas, de actitud y aptitud para atender las necesidades específicas de sus usuarios/clientes.

- Posee las habilidades interpersonales para tratar a los demás como individuos integrales y no solo como necesidad, obligación o responsabilidad.

El servicio al cliente es una filosofía en que todos los empleados sienten y actúan para crear clientes satisfechos, leales, que atraerán tarde o temprano a otros más. Satisfacción se define conceptualmente como “el cumplimiento o realización de una necesidad, deseo o gusto”, lo cual, en términos de investigación de mercados, se podría plantear como una pregunta en términos de si se ha cumplido o no, en mayor o menor grado, la necesidad, el deseo o gusto que dio origen a una compra determinada. La satisfacción del cliente es una respuesta de evaluación que éstos dan acerca del grado hasta el cual un producto o servicio cumple con sus expectativas, necesidades y deseos. Sensibilizarse acerca de ella sólo tiene sentido en la medida que el proveedor esté dispuesto a cambiar su manera de establecer una relación con ese cliente. Podemos denominar como pilares a dichos aspectos esenciales que contribuyen a que los resultados se puedan generar a través de los diferentes responsables de la organización, por este motivo, resulta muy conveniente darse cuenta, así como reflexionar acerca de cada uno de estos:

Calidad. Cuando nos referimos a la calidad debe interpretársela a través de la satisfacción que proveemos a cada potencial comprador, a los nuevos clientes y a los clientes ya existentes a través de cada contacto directo con cada uno de ellos. Este aspecto es tan importante que su efecto es determinante en la continuidad de la venta de los productos o servicios en cuestión y viene proveída por la directa acción del representante de la empresa desde que se realiza a partir del primer contacto entre la empresa proveedora y el potencial comprador así como en todos los subsiguientes que surgirán según la solidez del vínculo que se haya creado.

Venta – Compra. Cuando ambos conceptos se confunden hasta el punto de llegar a optar por el más cómodo y menos riesgoso, esto se origina y sustenta por el desconocimiento de cómo se logra que nos compren con satisfacción como producto de una eficiente acción de ventas de calidad. Ampliando en los detalles de la preferencia actual del consumidor, es decir de quienes prefieren que “no les vendan”, esto debería interpretarse como que realmente no desean:

- Ser atendidos de mal modo, con antipatía, sin ningún respecto a su presencia, a su identidad como persona ni a sus verdaderos intereses.
- El sentir que su presencia o llamada para efectuar una consulta molesta o interrumpe otras actividades que pudieran estar realizando.
- Escuchar comentarios improvisados o que despierten dudas acerca de su veracidad; que les ofrezcan todo el muestrario de oferta sin que sean consultados acerca de lo que desean o requieren previamente.
- Ser presionados a tomar decisiones para lo cual no están resueltos ni en condiciones.
- Que les compliquen, dificulten o nieguen una devolución para cambio o reintegro por fallas en el producto o servicio adquirido.

La misión suprema de toda empresa debe ser el mayor nivel de satisfacción para sus clientes y usuarios, pues éstos con sus compras permiten que la empresa siga existiendo y creciendo, generando de tal forma beneficios para sus integrantes (propietarios, directivos y empleados). Y decimos “debe ser” y no “es”, puesto que muchas empresas no se han dado cuenta de ello aún. Enfrascadas en una orientación al producto o a la venta, dejan totalmente

de lado las reales necesidades y deseos del consumidor. La posibilidad de elección da poder al consumidor. Un consumidor con poder se convierte en un cliente leal si se le ofrecen productos y servicios calibrados a sus necesidades. Esto es responsable de un cambio en el patrón del pasado, en el cual los consumidores o los usuarios de cosas (o servicios) tenían que adaptar sus vidas a los productos o los servicios ofrecidos.

Una empresa debe no sólo satisfacer a los usuarios de los productos o servicios, que serán aquellos que los consumen, sino además la de sus clientes directos y la de aquellos que conforman el canal de distribución, como así también la del decisor final (que puede o no ser el consumidor final).

- 1. Satisface a todos y cada uno de tus Clientes.** Deberás asegurarte que cada cliente que entra en tu negocio salga satisfecho. Ten presente que son los clientes la única razón por la que abrimos las puertas del negocio cada día. No existe nada más importante que un cliente. Las tareas de depósito al banco, la decoración o mantenimiento al local, las tareas administrativas, el chisme y la revista interesante, en fin, todas pueden esperar, un cliente no debe esperar. Por esta razón, un cliente nunca debe ser visto como una interrupción.
- 2. Deja tu vida personal en casa.** Todos nosotros tenemos días en que nos sentimos estupendamente, y días en los que queremos escondernos bajo la tierra. No debes permitir que tu propio humor personal afecte la manera en que tratas a un cliente. Todos esperan ser atendidos rápida, cortés y educadamente. El cliente que entra en tu negocio no tiene idea que a ti se te hizo tarde por el tráfico de camino hacia el trabajo o que tuviste un enojo con algún familiar o amigo. Del mismo modo, no tiene idea de que

acabas de ser honrado con el premio al mejor vendedor del mes. El punto está en que el cliente no debiera ser capaz de decir cuál es la diferencia por el servicio que recibe, espera ser tratado de la misma manera siempre y ése es tu objetivo.

3. **No te concentres en el salón de ventas.** Es fácil involucrarse en conversaciones con otros vendedores o empleados cuando hay poco movimiento en el local. Pero aún cuando la conversación sea relacionada a temas de trabajo, debe concluir inmediatamente cuando entra un cliente al establecimiento. A veces, es intimidante para un cliente ver a un grupo de vendedores reunidos en el negocio. Adicionalmente, esto da al cliente la impresión de que él mismo es algo secundario a la conversación. En lugar de interrumpir se siente frustrado, ignorado y hasta enojado, por lo que decide ir a hacer compras a cualquier otro lado.

4. **Saluda a cada Cliente.** Sin importar si el negocio está lleno o hay poco movimiento, todo cliente que entra debe ser recibido con al menos un simple “Hola”.

Aunque más no sea con un simple saludo al cliente, estarás logrando dos cosas: la primera y más importante, le estás permitiendo saber que hay alguien ahí que puede atenderlo. Le estás permitiendo saber que estás contento de que haya entrado a tu negocio. Saludar al cliente es también un resguardo contra los robos y asaltos. La gente está menos inclinada a intentos de robar mercancía si saben que hay alguien que está atento a su presencia. De ser posible (y es algo que da muy buenos resultados) llama a los clientes por su nombre si son clientes frecuentes, esto les dará mucha confianza y sentirán que son importantes para ti, pero que no solo lo sientan, que sea real, con esto aumentarán los clientes leales y estos a su vez atraerán a otros, esta es parte de la filosofía

del “marketing 1 to 1”, un cliente es una persona y debe tratarse como tal, no es un número más en la lista de nuestra base de datos o en la estadística de ventas.

5. **No califiques a los clientes por su apariencia.** Simplemente por pensar que el cliente no luce como para poder comprar en tu negocio, no cometas el error de creértelo. ¿Nunca has tenido que ir a comprar un regalo importante justo después de lavar tu coche? ¿Has ido en pants a comprar algún artículo caro en una tienda de marca? Todas las posibilidades apuntan a que fuiste tratado diferente que si hubieras seguido vestido con tu traje sastre o ropa de vestir. Nunca podrás juzgar qué podría comprar o qué va a comprar el cliente basándose en su apariencia. Finalmente, el dinero con que compran en su negocio tiene el mismo valor y eso es lo que cuenta.
6. **Deja que el Cliente tenga su espacio.** Todos tenemos una cierta medida de “espacio personal” que necesitamos para poder sentirnos cómodos. Algunos clientes van a ser muy amigables y abiertos desde el principio, mientras que otros se sentirán incómodos si tratas de acercarte demasiado. Mientras que es apropiado ofrecer tu nombre durante tu presentación (“A propósito, mi nombre es Felipe y estoy para ayudarle”), no le preguntes al cliente el suyo. Puede parecer una presión. Si él te ofrece su nombre, utilízalo para dirigirte a él durante la conversación y para personalizar la venta, ésta debe ser 3 veces como “starndar”: al principio, a la mitad y al final al despedirse. En esta misma línea, evita llamar a los clientes “caballero”, “dama” y peor aún “damita”. Estas palabras hacen que personas jóvenes o de mediana edad tiendan a sentirse más viejas, además de que en México se usa en lugares de mala nota queriendo hacer que se sientan “menos mal” durante su estancia.

7. **No interrumpas, aprende a escuchar.** No debes interrumpir al cliente mientras te habla. Muchas veces un vendedor detendrá a un cliente en medio de una frase u oración, para decir algo que siente que es importante. Independientemente de cuán ansioso estés para exponer ese aspecto que sabes que el cliente simplemente va a adorar, espera hasta que haya terminado de hablar. Recuerda, cuando el cliente está hablando, el cliente está comprando.
8. **Baila al ritmo del Cliente.** Adapta tu estilo al del cliente. Un tono más relajado, más sencillo puede ser apropiado para algunos clientes, mientras que otros responderán mejor a uno más formal. Un gran vendedor no tiene solamente un estilo, debe ser versátil. Hay que saber “bailar” tanto un vals como el baile de moda aunque no nos guste, finalmente es dinero que entra al negocio, si nos gusta el HI-NRG o el Techno y al cliente el pop y el regetón, con tal que nos compre, debemos sacrificarnos, todo sea por vender.
9. **Luce profesional, cuida tu vestuario.** Ni bien ingresa en tu local, el cliente comienza a formarse una impresión acerca de ti y tu negocio. Hay muchos factores que inciden en sus opiniones, como tu propio humor personal o estructuras mentales, que no puedes controlar. Por esta razón, es especialmente crucial que estés de la mejor manera en lo que si puedes controlar: tu propia apariencia así como también la del local. Deja que tu imagen transmita lo que estás vendiendo. Es extremadamente importante que tu aspecto se adapte al estilo adecuado a lo que estás vendiendo. La imagen es fundamental para las empresas, que lo sea también para tu negocio porque atraerá más clientes, garantizado.

10. Muestra toda la mercancía. ¿Has tenido alguna vez en el negocio algún producto que jamás te hubieras llevado a casa, aunque fuera gratis? Bueno, simplemente porque a ti no te gusta, no significa que a otra persona no le guste.

Debes tener siempre presente que lo que importa es lo que los clientes quieren, no lo que a ti te gusta o piensas que es mejor. Tu nivel de gusto o calidad puede diferir del de los clientes, eso es un hecho, pero recuerda que, finalmente, la venta es el objetivo. Conserva para ti mismo tus opiniones personales acerca de un tema o artículo determinado. Escucha al cliente y ayúdalo a elegir lo que mejor se adapte a sus necesidades e intereses, no a los tuyos. Hay muchas maneras de hacer que la experiencia de comprar en tu comercio sea más placentera para el cliente. Lo que es importante recordar es que puedes hacer la diferencia hoy, mañana será tarde, el tiempo es dinero, no lo olvides.

2.2.4. LOS MODELOS.

La presente base teórica aborda de manera general enunciados y modelos de gran ayuda para la mejora en la calidad de servicio y satisfacción del usuario, los cuales ya se han puesto en práctica en muchas organizaciones.

- Desde el punto de vista de los recursos humanos, una organización es viable no solo si capta y emplea sus recursos humanos de manera adecuada, sino que también los mantiene en la organización. El mantenimiento de los recursos humanos exige una serie de cuidados especiales entre los que sobresalen los planes de compensación monetaria, beneficios sociales e higiene y seguridad en el trabajo. Para funcionar dentro de ciertos

estándares de operación tiene un sistema de recompensas (incentivos para estimular ciertos tipos de comportamientos) y castigos (sanciones o penas para impedir ciertos tipos de comportamientos), con el fin de limitar el comportamiento de las personas. Libro Chiavenato Adalberto, administración de Recursos Humanos 5ª edic, Ed. McGraw Hill, 2000, capítulo IV – Subsistema de mantenimiento de recursos humano / recompensas y castigos. Pág. 398.

- La evaluación del desempeño es el proceso mediante el cual se estima el rendimiento global del empleado. Constituye una función esencial que de una forma u otra suele efectuarse en toda la organización moderna. La mayor parte de los empleados procura tener retroalimentación respecto que cumplen sus actividades y las personas que tienen a su cargo la dirección de las labores de otros empleados tienen que evaluar el desempeño individual para decidir las acciones que han de tomar. Cuando el desempeño es inferior a lo estipulado el gerente, jefe deben comprender una acción correctiva de manera similar el desempeño satisfactorio o que excede a lo esperado deben alentarse. Libro William B. Werther, Jr. Keith Davis 5ª edic, Ed. McGraw Hill, 1996, Parte III Desarrollo y evaluación – Capitulo XII Evaluación del desempeño. Pág. 297.
- La compensación (sueldos, salaries, prestaciones, etc) es la gratificación que los empleados reciben a cambio de su labor. La administración de esta vital área, garantiza la satisfacción de los empleados, lo que a su vez ayuda a la organización a obtener, mantener una fuerza de trabajo productiva. En los caso graves, el deseo de obtener una mejor compensación puede disminuir el desempeño, incrementar las quejas o conducir a los empleados a buscar un trabajo diferente. Libro William B. Werther, Jr. Keith Davis

5ª edic, Ed. McGraw Hill, 1996, Parte VI Compensación y Protección, capítulo 12 sueldos y salarios. Pág. 330

- Los indicadores de desempeño son las señales vitales de una organización, pues permite mostrar lo que hacen y cuáles son los resultados de sus acciones. Lo importante es permitir que el desempeño se analice y las acciones correctivas se efectúen en el momento requerido. Las principales ventajas de un sistema de medición son: Evalúan el desempeño e indica las acciones correctivas, apoya a mejorar el desempeño y mantener la convergencia de esfuerzos en la organización a través de la integración de estrategias, acciones y mediciones. Libro de Chiavenato, Idalberto, Introducción a la teoría general de la administración, Ed. McGraw Hill, 1995. Parte VII Enfoque del comportamiento en la Administración, Capítulo 14 Teoría del desarrollo organización – la necesidad de indicadores de desempeño. Pág. 392.
- En vista de la creciente de necesidad de aprovechar de mejor manera la mano de obra y reducir los costos de la producción es necesario una mejor utilización de los recursos humanos y materiales. Ante las necesidades de la administración y supervisión de las empresas surge la medición del trabajo como una herramienta que si es aplicada por personas debidamente entrenadas dará resultados satisfactorios. Libro de García Criollo, Roberto, Ingeniería de Métodos, Estudio del trabajo, Ed. McGraw Hill, 1998. Capítulo X Medición del trabajo – Importancia y Necesidad de la medición del trabajo. Pág. 178.
- Un buen programa de de ingeniera de métodos sigue un proceso ordenado, que inicia con la selección del proyecto y termina en su implementación. El primer pasó, quizás el más importante, ya sea el diseñar un nuevo centro de trabajo o al mejorar una operación

existente es la identificación del problema en forma clara y lógica. El ingeniero de métodos usa técnicas adecuadas para realizar un mejor trabajo en menos tiempo. Se dispone una variedad de técnicas de solución de problemas y cada una tiene aplicaciones específicas. Libro de NIEBEL, Benjamín y FREIVALDS, Andris, Métodos, Estándares y Diseño del Trabajo, 10ª Edic., Ed. Alfaomega. 2001. Capítulo II Técnicas sobre solución de problemas – Métodos, estándares y diseño de trabajo Pág. 21.

- La producción diaria de una oficina administrativa puede calcularse en función de la correspondencia atendida, las personas entrevistadas, las páginas mecanografiadas los formularios cubiertos, etc. El tiempo dedicado a cada actividad puede medirse con técnicas de muestreo del trabajo, la medida más apropiada puede ser el de porcentaje del tiempo dedicado por cada persona a actividades útiles y convenientes. Libro de Prokopenko, Joseph, La gestión de la productividad, Manual práctico, Ed. Limusa, Grupo Noriega Editores, 1987, capítulo 3 análisis de la productividad / Evaluación de la productividad en el sector público y estatal. Pág. 30.
- Pagar a la gente según su valor en el mercado de trabajo tiene mucho sentido. Después de todo, los empleados que tienen habilidades muy desarrolladas (y en especial los que adquieren habilidades múltiples) son activos valiosos para la organización. Como ya destacamos antes, competencias como el manejo de la comunicación, de construcción de equipos y de manejo del cambio, a menudo se basan en dominar diversas habilidades individuales, como las presentaciones verbales, escritas y de medios audiovisuales. El pago basado en habilidades depende del número y nivel de habilidades relacionadas con el trabajo que un empleado ha aprendido. El supuesto subyacente es que al enfocarse en

el individuo en lugar del puesto, los sistemas de premiación basados en habilidades reconocen el aprendizaje y el crecimiento. Libro de Don Hellriegel - Jhon W Slocum Jr, Ed. Thomsom Decima edición, año 2004, capítulo 6 la motivación de los individuos a un alto desempeño / sistema de premiación por alto desempeño. Pag 159.

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

3.1. Hipótesis.

3.1.1 Hipótesis general.

“Los factores de calidad del servicio influyen en el nivel de satisfacción de los usuarios externos del área de emergencia- servicio de ginecología del Hospital Provincial Belén Lambayeque, entonces se podrán proponer un plan de mejora”.

3.1.2 Hipótesis específicas.

- a) La atención brindada influye directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.
- b) La eficiencia en los tiempos de espera influye directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.
- c) La actitud de los servidores públicos influye directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén - Lambayeque
- d) la información brindada influye directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.
- e) Los servicios prestados influyen directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.

3.2. Variables.

3.2.1 identificación de variable:

Satisfacción del usuario externo.

3.2.2 Definición conceptual:

La satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización sanitaria. Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias.

3.2.3. definición operacional:

Es la percepción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud que reciben en los servicios ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.

3.3. Metodología.

Según (Carrasco, 2009), el diseño de la investigación es no experimental, cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no posee grupo de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos después de su ocurrencia. A partir de esto el autor determina el diseño como transeccional descriptiva y correlacional, es decir este diseño permite la descripción de las variables de estudio e identificar si existe alguna relación entre las variables de estudio que para el trabajo de investigación vienen hacer la satisfacción del usuario y los factores de calidad de servicios.

Investigación correlacional, porque permite relacionar la variable con las dimensiones o los factores que influyen en la calidad de servicio en el área de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén - Lambayeque (calidad de servicio con satisfacción del usuario).

3.4. Población y Muestra.

3.4.1 Población:

La población la constituyen todos los usuarios de los hospitales de la región Lambayeque.

3.4.2 Muestra

La muestra la constituye los usuarios externos del área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.

Para la obtención de la muestra se tomará una población de 368 atenciones realizadas en el área de emergencia – servicio de ginecología del Establecimiento Médico Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque hasta agosto del año 2018, después aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

En donde:

n = Muestra.

N= Población de usuarios externos que son unos 368 usuarios atendidos en el área de emergencia del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque en el primer trimestre del año 2018.

p = Proporción de usuarios externos que se encuentran insatisfechos, se asume el 0,5 por no conocer el porcentaje de satisfacción.

q = Proporción de usuarios externos que esperan se encuentren satisfechos, su cálculo es (1-p), en este caso también es 0,5.

z = El valor para el intervalo de confianza del 95% es igual a 1,96

Reemplazamos valores:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 368}{1.96^2(368 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n=134 encuestas

3.5 Método de Investigación

El presente estudio responde al tipo de investigación correlacional, ya que tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos conceptos (variables) en este caso particular, determinar la relación que existe entre los factores y la satisfacción del usuario externo del servicio de Ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque para el año 2018. Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre dos o más variables cuantifican relaciones.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó en el presente trabajo de investigación fue la encuesta, la cual nos permitió poder recoger información sobre opiniones actitudes y sugerencias de los encuestados, y el instrumento utilizado fue el cuestionario que nos permitió poder obtener respuestas sobre el problema de estudio, siendo aplicada a los usuarios externos del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque.

La estructura de la encuesta estuvo conformada por un total de 20 preguntas, las cuales fueron sub divididas por el total de las dimensiones que representan los factores que influyen en la satisfacción del usuario externo. Estas dimensiones fueron: atención brindada (4 preguntas), eficiencia en los tiempos de espera (4 preguntas), actitud de los servidores públicos (3 preguntas), información brindada (4 preguntas), satisfacción de los servicios prestados (5 preguntas).

3.7. Método de Análisis de Datos.

El método que se aplicó para el análisis de datos fue por medio de tablas, gráfico y medidas de resumen. El procedimiento fue mediante una entrevista previa con el director dándole a conocer el beneficio de realizar este tipo de investigación y posteriormente la presentación de una solicitud simple para realizar las encuestas dentro del hospital.

Para el análisis cualitativo se empleó el SPSS22 por ser una herramienta de uso común para trabajos de investigación de Post Grado por contar con gran capacidad para trabajar con grandes bases de datos y por ser más sencillo en obtención de datos estadísticos.

Con respecto al análisis cuantitativo, de la misma manera se empleó el SPSS22, mostrando cuadros y gráficos de la investigación las que fueron interpretados por el investigador

3.8. Resultados del instrumento que mide la satisfacción del usuario.

Tabla 1: Alfa de Cronbach de satisfacción del usuario

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,932	20

Fuente: elaboración propia del programa estadístico SPSS

Este coeficiente nos indica que entre más cerca este 1 de alfa, más alto es el grado de confiabilidad, considerando una fiabilidad moderada mayor al 0,50 el resultado que arrojado en el programa SPSS 22 nos da un valor de 0,932, por lo que se puede concluir que el instrumento empleado es de alta confiabilidad.

3.9 Criterios Éticos.

El presente estudio no se contrapuso con las normas éticas y conductuales con la que se desarrolló la investigación, teniendo en cuenta los principios deontológicos y éticos de justicia, autonomía, beneficencia y no maleficencia, donde el anonimato de las personas encuestadas que estuvo garantizado, así como la veracidad de los datos ingresados a la base de datos y los resultados que se dan en esta investigación.

CAPÍTULO IV: PRESENTACION Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de la contrastación de la hipótesis general

Tabla N° 2:

Contrastación de los factores de calidad y satisfacción del usuario

Correlaciones			Factores de la calidad de servicio	Satisfacción del usuario externo
Rho de Spearman	Factores de la calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,533**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,533**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

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

Elaboración propia de los datos obtenidos en el SPSS22

Como apreciamos en la Tabla N°2, encontramos el resultado del valor “sig” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por la tanto se rechaza la hipótesis nula (H) y se acepta la hipótesis alterna (H1), se puede afirmar con un nivel de confianza de 95%, que existe una relación en los factores de la calidad de servicios y la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología en el Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque – 2018. Al emplear el coeficiente Spearman se observa una correlación de 0,533, lo que significa que existe una correlación positiva moderada.

Teniendo en cuenta en cuenta el objetivo general que es Definir los factores que influyen en el nivel de satisfacción de la usuaria externa en el área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque y plantear una propuesta de mejora, se elaboró la sgte hipótesis:

H0: Los factores de calidad del servicio no se relacionan directamente en el nivel de satisfacción de los usuarios externos del servicio de ginecología del Hospital Provincial Belén – Lambayeque.

H1: Los factores de calidad del servicio se relacionan directamente en el nivel de satisfacción de los usuarios externos del servicio de ginecología del Hospital Provincial Belén – Lambayeque.

4.2. Presentación de resultados:

En los cuadros que se presentan a continuación nos muestran los resultados de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque en el año 2018, teniendo un total de 134 encuestados. La variable de satisfacción del usuario estuvo conformada por 5 dimensiones. Estas dimensiones fueron: atención brindada (4 preguntas), eficiencia en los tiempos de esperas (4 preguntas), actitud de los servidores públicos (3 preguntas), información brindada (4 preguntas) y satisfacción de los servicios prestados (4 preguntas). Las alternativas de las preguntas de cada una de las variables tuvieron una valoración que fue desde muy malo (1), malo (2), regular (3), bueno (4) y muy bueno (5).

4.2.1. Datos Generales de la Encuesta

4.2.1.1. Edad del encuestado

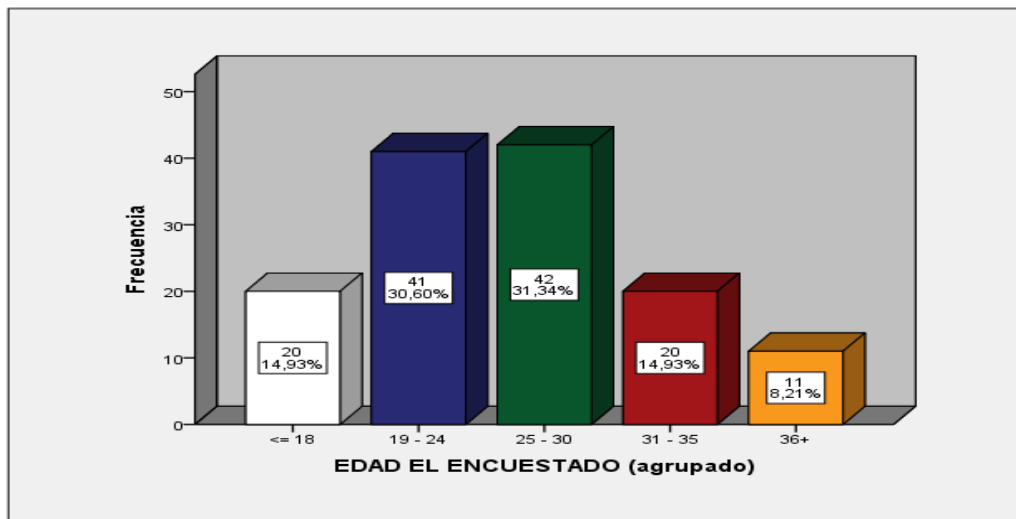
Tabla 3:

Edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	<= 18	20	14,9	14,9	14,9
	19 - 24	41	30,6	30,6	45,5
	25 - 30	42	31,3	31,3	76,9
	31 - 35	20	14,9	14,9	91,8
	36+	11	8,2	8,2	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Datos propios obtenidos del SPSS 22

Grafica



Grafica N° 2: datos propios obtenidos del SPSS22.

4.2.1.2. Nivel de Estudios.

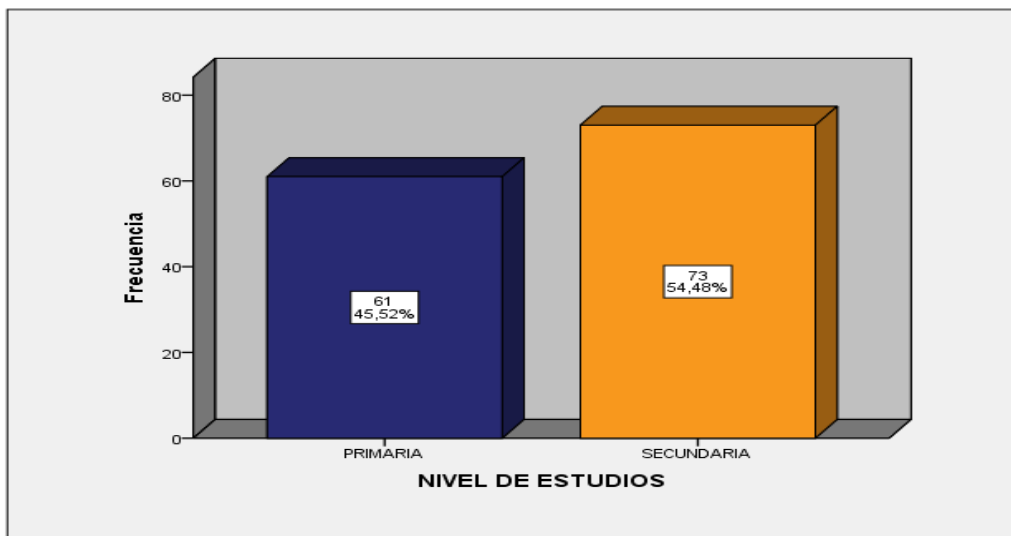
Tabla 4

Nivel de estudios de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	61	45,5	45,5	45,5
	Secundaria	73	54,5	54,5	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Datos propios obtenidos del SPSS 22

Grafica



Gráfica 3: Nivel de estudios

4.2.1.3. Tipo de Seguro

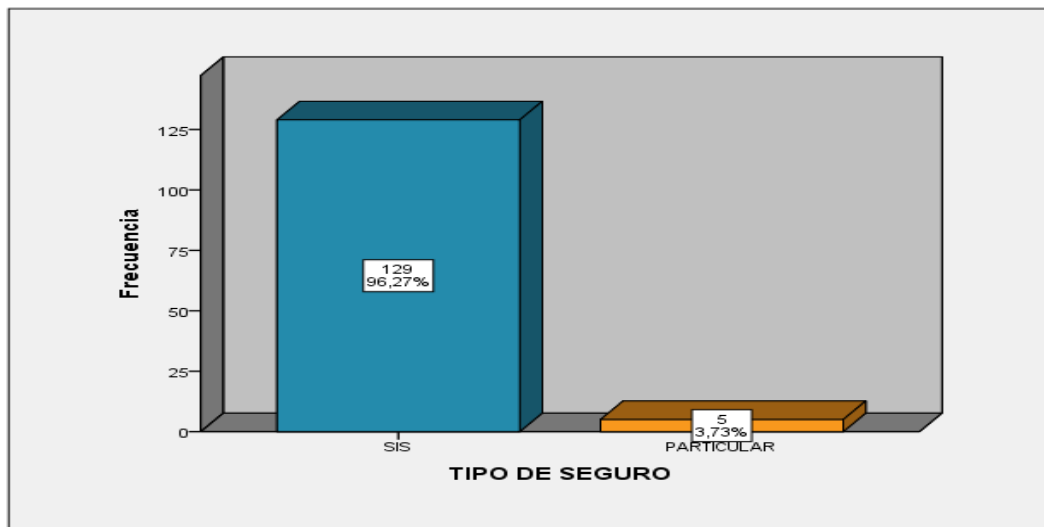
Tabla 5:

Distribución por tipo de seguro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SIS	129	96,3	96,3	96,3
Válidos	Particular	5	3,7	3,7	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Datos propios obtenidos del SPSS 22

Grafico



Gráfica 4: Nivel de estudios

4.2.1.4. Tipo de Usuario

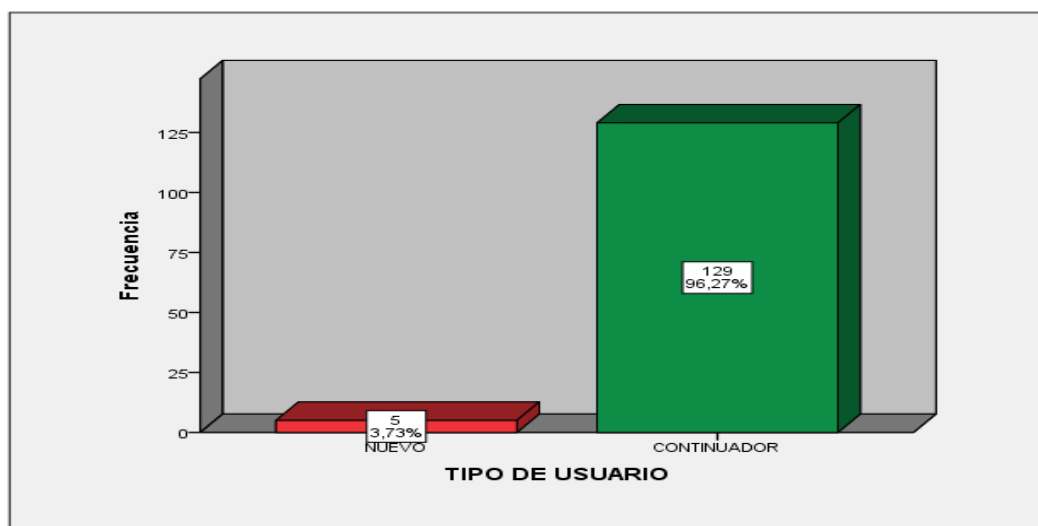
Tabla 6:

Distribución por tipo de usuario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nuevo	5	3,7	3,7	3,7
Válidos	Continuador	129	96,3	96,3	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Datos propios obtenidos del SPSS 22

Grafica



Gráfica 5: Tipo de usuario

Se puede observar de las tablas y graficas antes mostrados sobre datos generales de los encuestados, que de los 134 encuestados el 31% son personas que oscilan entre los 25-30 años, el 54% cuenta con una educación secundaria, en su gran mayoría son atendidas por el Seguro Integral de Salud (SIS) y por último el 96% son de tipo de usuario continuo.

4.2.2. Análisis de los resultados entre los factores y la satisfacción del usuario del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque.

4.2.2.1 Resultados de la relación entre la atención brindada y la satisfacción del usuario

a) Descripción de la variable:

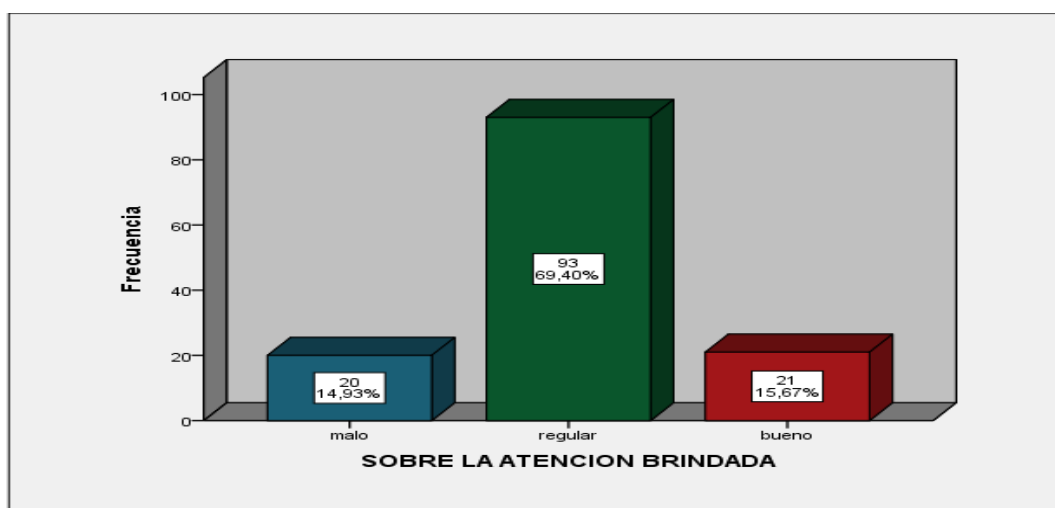
Tabla 7:

Análisis de la atención brindada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	20	14,9	14,9	14,9
	regular	93	69,4	69,4	84,3
	bueno	21	15,7	15,7	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia de los datos obtenidos SPSS22.

Grafica



Gráfica 6: Análisis de la atención brindada.

De la Tabla 7 y el Gráfico 6 se puede observar que los usuarios del servicio de ginecología del

Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque, manifiestan que la satisfacción sobre la atención brindada es regular con una frecuencia de 93 personas que representa el 69% del total de encuestados.

b) Contrastación de Hipótesis:

Tabla 8:

Correlación entre la atención brindada y la satisfacción del usuario

Correlaciones		SOBRE LA ATENCION BRINDADA	SATISFACCION DEL USUARIO
SOBRE LA ATENCION BRINDADA	Coeficiente de correlación	1,000	,657**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	134	134
SATISFACCION DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	,657**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	134	134

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

Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos en el SPSS 22.

Como apreciamos en la Tabla 8, encontramos el resultado del valor “sig” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por la tanto se rechaza la hipótesis nula (H) y se acepta la hipótesis alterna (H1), se puede afirmar con un nivel de confianza de 95%, que existe una relación en la atención brindada y la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología en el Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque – 2018.

H0: La atención brindada no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

H1: La atención brindada se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

4.2.2.2. Resultados de la relación entre la eficiencia de los tiempos y la satisfacción del usuario

a) Descripción de la variable:

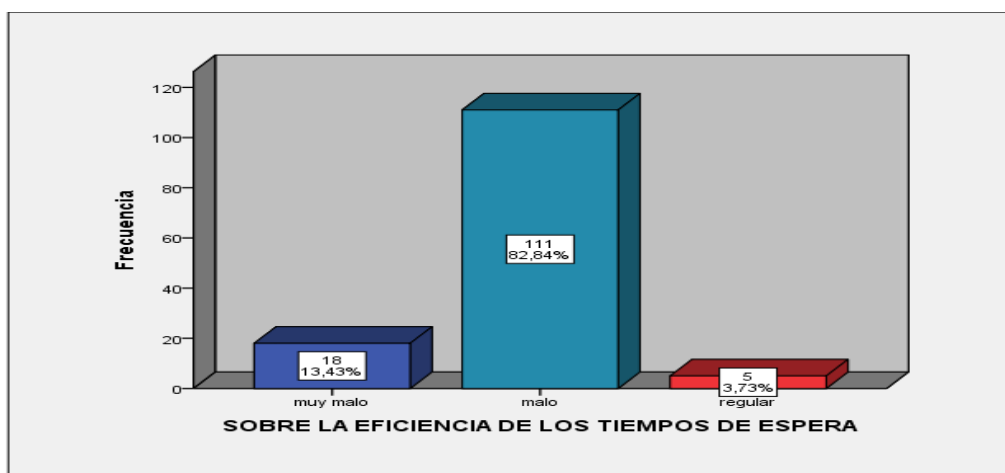
Tabla 9:

Análisis de la variable eficiencia de los tiempos de espera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	18	13,4	13,4	13,4
	Malo	111	82,8	82,8	96,3
	Regular	5	3,7	3,7	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia de los datos obtenidos en SPSS 22.

Grafica



Grafica 7: Análisis en la eficiencia de los tiempos de espera

De la Tabla 9 y el Gráfico 7 se puede observar que los usuarios del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque, manifiestan que la satisfacción en la eficiencia de los tiempos de espera es mala, esta viene siendo presentando en una frecuencia de 111 personas, siendo un 83% del total de encuestados.

b) Contrastación de Hipótesis:

Tabla 10:

Correlación entre la eficiencia de los tiempos de espera y la satisfacción del usuario

Correlaciones			
		SOBRE LA EFICIENCIA DE LOS TIEMPOS DE ESPERA	SATISFACCION DEL USUARIO
SOBRE LA EFICIENCIA DE LOS TIEMPOS DE ESPERA	Coefficiente de correlación	1,000	,384**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	134	134
SATISFACCION DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,384**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	134	134

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

Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos en SPSS22.

Como apreciamos en la tabla N° 10 encontramos el resultado del valor “sig” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por la tanto se rechaza la hipótesis nula (H) y se acepta la hipótesis alterna (H1), se puede afirmar con un nivel de confianza de 95%, que existe una relación en la eficiencia en los tiempos de espera y la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología en el Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque – 2018.

H0: La eficiencia de los tiempos de espera no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

H1: La eficiencia de los tiempos de espera se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

4.2.2.3. Resultados de la relación entre la actitud de los servidores públicos y la satisfacción del usuario

a) Descripción de la variable:

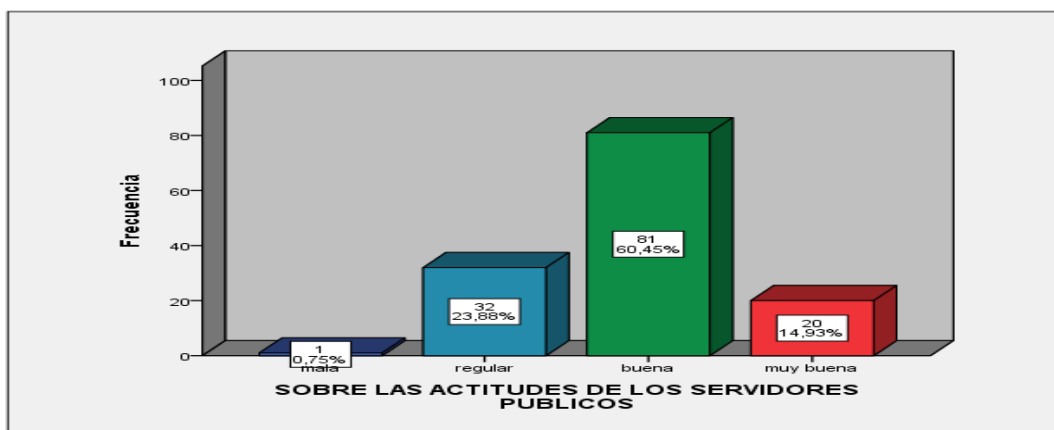
Tabla 11:

Análisis de la variable actitud de los servidores públicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mala	1	,7	,7	,7
	regular	32	23,9	23,9	24,6
	buena	81	60,4	60,4	85,1
	muy buena	20	14,9	14,9	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos del SPSS 22.

Grafica



Gráfica 8: análisis de actitud de los servidores públicos.

De la tabla 11 y el gráfico 8 se puede observar que los usuarios del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque, manifiestan que la satisfacción sobre la actitud de los servidores públicos es buena, esta viene siendo presentando en una frecuencia de 81 usuarios, el cual representa un 61% del total de encuestados.

b) Contrastación de Hipótesis:

Tabla 12:

Correlación entre la actitud de los servidores públicos y la satisfacción del usuario

Correlaciones		SOBRE LAS ACTITUDES DE LOS SERVIDORES PUBLICOS	SATISFACCION DEL USUARIO
SOBRE LAS ACTITUDES DE LOS SERVIDORES PUBLICOS	Coefficiente de correlación	1,000	,667**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	134	134
SATISFACCION DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,667**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	134	134

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

Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos en SPSS22.

Como apreciamos en la tabla N° 12, encontramos el resultado del valor “sig” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), se puede afirmar con un nivel de confianza de 95%, que existe una relación en las actitudes de los servidores públicos y la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología en el Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque – 2018.

H0: Las actitudes de los servidores públicos no se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

H1: Las actitudes de los servidores públicos se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

4.2.2.4. Resultados de la relación entre la información brindada y la satisfacción del usuario

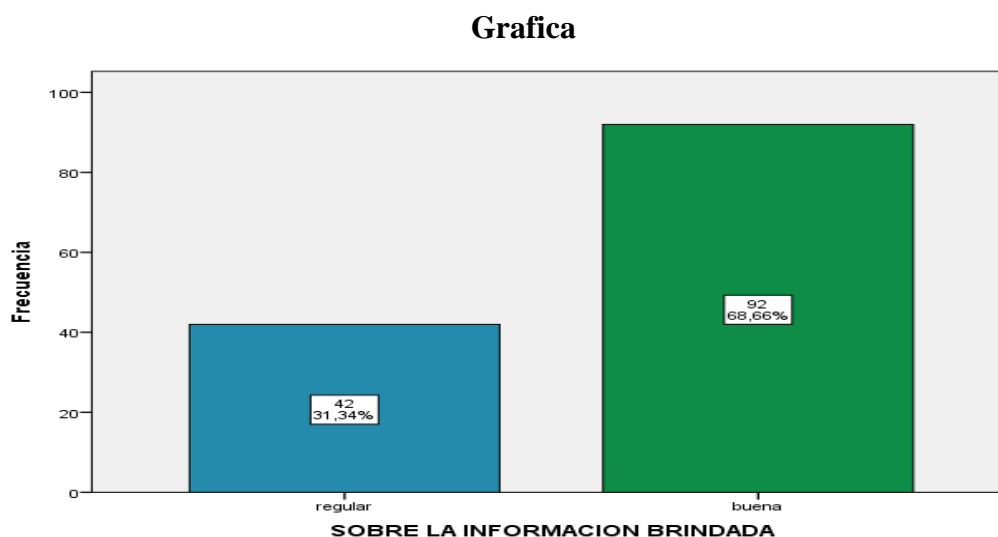
a) Descripción de la variable:

Tabla 13:

Análisis de la información brindada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	regular	42	31,3	31,3	31,3
	buena	92	68,7	68,7	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos del SPSS22.



Grafica N° 9: Análisis de la información brindada.

De la Tabla 13 y el Gráfico 9 se puede observar que los usuarios del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque, manifiestan que la satisfacción sobre la información brindada es buena, esta viene siendo presentando en una frecuencia de 92 usuarios, el cual representa un 69% del total de encuestados.

b) Contrastación de Hipótesis:

Tabla 14:

Correlación entre la información brindada y la satisfacción del usuario

Correlaciones		SOBRE LA INFORMACION BRINDADA	SATISFACCION DEL USUARIO
SOBRE LA INFORMACION BRINDADA	Coefficiente de correlación	1,000	,532**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	134	134
SATISFACCION DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,532**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	134	134

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

Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos en SPSS22.

Como apreciamos en la Tabla N° 14 encontramos el resultado del valor “sig” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por la tanto se rechaza la hipótesis nula (H) y se acepta la hipótesis alterna (H1), se puede afirmar con un nivel de confianza de 95% , que existe una relación en la información brindada y la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología en el Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque – 2018.

H0: La información brindada no se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

H1: La información brindada se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

4.2.2.5. Resultados de la relación entre el grado de satisfacción de los servicios prestados y la satisfacción del usuario

a) Descripción de la variable:

Tabla 15:

Análisis de la variable satisfacción de los servicios prestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	regular	39	29,1	29,1	29,1
	buena	80	59,7	59,7	88,8
	muy buena	15	11,2	11,2	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia de datos obtenidos en SPSS 22.

Grafico

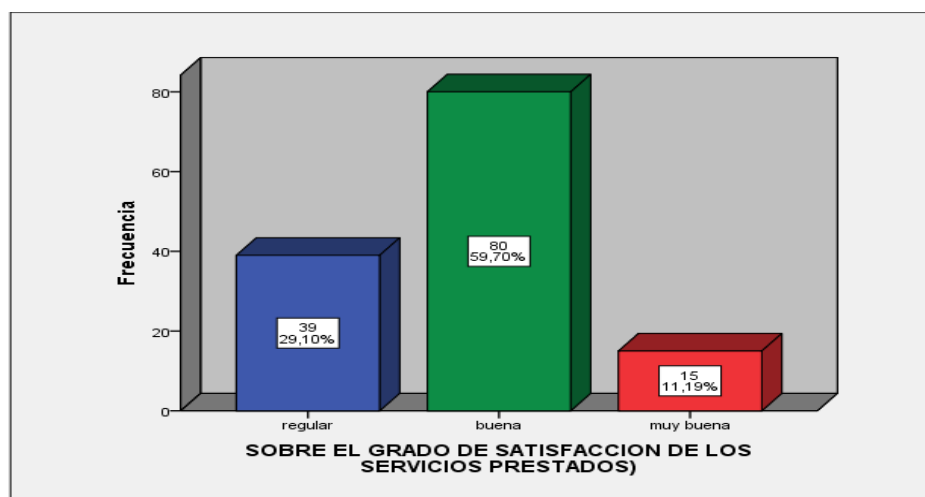


Grafico 10: Análisis de la variable satisfacción de los servicios prestados

De la Tabla 15 y el Gráfico 10 se puede observar que los usuarios del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque, manifiestan que la satisfacción en grado de satisfacción de los servicios prestados es buena, esta viene siendo presentado en una frecuencia de 80 usuarios y representa un 60% del total de encuestados.

b) Contrastación de Hipótesis:

Tabla 16:

Correlación entre el grado de satisfacción de los servicios prestados y la satisfacción del usuario

Correlaciones			
		SOBRE EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS SERVICIOS PRESTADOS)	SATISFACCION DEL USUARIO
SOBRE EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS SERVICIOS PRESTADOS)	Coefficiente de correlación	1,000	,687**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	134	134
SATISFACCION DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,687**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	134	134

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

Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos en SPSS22.

Como apreciamos en la Tabla N° 16 encontramos el resultado del valor “sig” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por la tanto se rechaza la hipótesis nula (H) y se acepta la hipótesis alterna (H1), se puede afirmar con un nivel de confianza de 95%, que existe una relación entre el grado de satisfacción de los servicios prestados y la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología en el Hospital Provincial Docente belén de Lambayeque – 2018.

H0: El grado de satisfacción de los servicios prestados no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

H1: El grado de satisfacción de los servicios prestados se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo del servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque – 2018.

4.2.3. Propuesta para mejorar el nivel de satisfacción del usuario externo en el área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque.

4.2.3.1 Propuesta para mejorar la Visión del área de emergencia del servicio de ginecología.

a) Visión y propuesta de “Visión”.

Según **STONER. J.**, en su libro “Administración” nos dice: La visión se refiere a la visión que tiene el número uno de la empresa. Qué visión tiene del futuro de la misma. Qué es lo que quiere que la empresa sea en el futuro. Se refiere también a la proyección que tiene el número uno, respecto a qué hacer más adelante con la empresa (crear nuevas, mantener la misma, salir del mercado, etc.). Todas éstas alternativas se tienen que responder teniendo en

consideración una visión clara y profunda del entorno tanto nacional como internacional.

CHIAVENATO. I., en su libro “Administración moderna” nos dice: La visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar. Es el sueño alcanzable a largo plazo, el futuro aspirado. Se debe incorporar tanto la visión del usuario externo, como la del interno. La visión debe ser alcanzable y real.

REYES PONCE. A., en su libro “Administración Moderna” nos dice: La Visión significa el “deber ser”. Es soñar como será nuestra organización: establecimiento, posta, centro, etc. Este sueño debe ser realizable, no una fantasía que no podamos hacer realidad. Una visión estratégica, permite cumplir dos funciones vitales:

- a) Establecer el marco de referencia para definir y formalizar la Misión, misma que establece el criterio rector de la planificación estratégica.
- b) Inspirar, motivar, integrar o mover a la gente para que actúe y haga cumplir la razón de ser –Misión- de la empresa.

Debido a que la Visión de las organizaciones constituye el “deber ser”, proponemos la siguiente Visión para el área de emergencia servicio de ginecología del Hospital docente Belén-Lambayeque:

PROPUESTA DE VISIÓN PARA EL SERVICIO DE GINECOLOGÍA:

“Al 2021 nuestro servicio brinda una óptima calidad de atención y servicio especializado a nuestros usuarios, manteniendo la primacía y liderazgo en la atención a sus principales problemas de salud”.

Para la elaboración de la visión, se ha tenido que dar respuesta a las siguientes

interrogantes:

1. ¿Qué pretende ser el servicio dentro de unos años (5 a 10 años) en las diferentes áreas: atención, servicios, calidad, programas preventivos, etc.
2. ¿Qué resultado final esperamos alcanzar con respecto al sector al cual servimos? ¿De qué forma esperamos alcanzar éstos resultados?
3. ¿Qué pretendemos ser con respecto al hospital y su gestión?

b) Misión y propuesta de “misión”.

REYES PONCE. A., en su libro “Administración Moderna” nos dice: La “misión” es la imagen actual que enfoca los esfuerzos que realiza la empresa por conseguir sus objetivos empresariales. Comparte con la visión las características de riesgo y motivación que le otorgan un sentido al trabajo de la empresa, pero a diferencia de ella la imagen que se proyecta es concreta y capaz de indicar dónde radica el éxito de la labor empresarial. Además:

- a. Consiste en la identificación y consolidación de los propósitos, fines y límites de la empresa.
- b. Es la declaración fundamental del quehacer empresarial que le da carácter constitutivo a la empresa y su accionar.

La importancia de la misión radica en el sentido de que refleja valores, reglas y principios que orientan la acción de sus integrantes. Compartir la misión promoverá los esfuerzos de concertación, disminuyendo las diferencias que existan en torno al trabajo empresarial, permitiendo la construcción de una imagen objetivo común, que facilite la resolución de conflictos y la puesta en marcha de acciones que motiven al personal hacia el logro de determinados fines.

CHIAVENATO. I., en su libro “Fundamentos de administración” nos dice que la “misión” consiste en:

- La razón de ser de la empresa.
- Es el motivo que da sentido a lo que somos.
- Debe responder “el para qué”.
- En su focalización debe ser la única pero amplia en su base.
- Se refiere a lo que le debemos al cliente externo.

STONE. J., en su libro “Administración”, afirma que la “misión” presenta las siguientes características:

- a) Debe ser breve, clara, concisa y comprensible para todos.
- b) Deber ser tan breve como para que la mayoría de las personas la recuerden. Se recomienda sintetizar la misión en un lema.
- c) La declaración de la misión debe identificar las fuerzas que impulsan la Visión estratégica de la empresa.
- d) La declaración de la misión debe reflejar las ventajas competitivas de la empresa.
- e) Debe servir como modelo y medio con el cual los directivos y demás individuos de la empresa puedan tomar decisiones.
- f) La declaración de la misión debe reflejar los valores, las creencias y la filosofía de las operaciones de la empresa.
- g) La declaración de la misión debe ser posible de lograr y suficientemente realista para que los miembros de la empresa se involucren.

- h) El texto de la declaración de la misión debe servir como fuente de energía y punto de unión de la empresa.

ATOCHE. J.H., en su separata sobre “Planeamiento Estratégico”, nos dice: la “misión” es la expresión conceptual de lo que es y hace una organización, destacando su identidad institucional como un todo que provee de servicios o productos a un definido grupo de clientes o usuarios, resaltando la relación establecida entre ambos: de insumos/producto – cliente.

También viene a ser la declaración que trata de distinguir a una institución de las demás, por eso mismo también llega a contener la descripción de los servicios/productos, el cliente al que se dirige, la filosofía empresarial y aún la tecnología básica utilizada o que domina.

MISIÓN = RAZON DE SER

La importancia de la “misión” radica en el sentido de que:

- Clarifica lo que la institución quiere ser, a quien y como servir.
- Suministra a los gerentes una unidad de dirección que trasciende necesidades individuales, locales y transitorias, va más allá de los gobiernos.
- Fomenta sintonía de expectativas compartidas en todos los niveles y generaciones de empleados.
- Consolida valores más allá del tiempo y de los grupos de interés.
- Afirma el compromiso de la organización con las demandas de las personas vinculadas a ella.

Requisitos mínimos para formular la “misión”:

- Definir lo que es y hace la empresa y lo que aspira a ser y hacer.
- Definir el producto en términos del valor o beneficio que proporciona al cliente.
- Precisar y destacar el concepto de servicio hacia el cliente.
- Incluir los principales rasgos distintivos de la empresa.
- Formular el enunciado desde la perspectiva de su receptor primario (el personal que labora en la institución) para que cumpla con su propósito comunicativo.
- Conocer a nuestros clientes –usuarios- a quienes brindamos nuestros servicios o productos finales, según sea el área de trabajo.

LAVALLE. A., en su curso de “Política de Empresas” de la Escuela de Post Grado de la Universidad del Pacífico, nos dice que la “misión” de una organización debe entenderse como el propósito superior o finalidad que debe buscar en todo momento las empresas. La misión abarca tres partes a saber: **EL PROPOSITO** (Qué se va a hacer), **LA IMAGEN** (Cómo quiere ser vista la empresa) y **EL CARÁCTER** (Cuál debe ser el estilo de hacer negocios), las mismas que deben estar integradas formando una unidad que constituya el rumbo de la organización.

Por todos estos conocimientos vertidos por los investigadores aludidos, se propone la siguiente misión para el servicio de ginecología:

PROPUESTA DE MISIÓN PARA EL SERVICIO DE GINECOLOGÍA:

“El servicio de ginecología del hospital docente Belén de Lambayeque, garantiza a sus usuarias externas, la seguridad de un servicio permanente y de calidad en sus requerimientos de salud. Las características de nuestro trabajo serán siempre mediante la atención

personalizada, para lo cual se trabajará en equipo con personal calificado que se desempeñe con eficiencia y eficacia”.

c). Estrategias para mejorar la calidad del servicio

La búsqueda de toda organización es lograr la eficiencia en sus procesos, la cual es medida en la satisfacción que pueden ofrecer a sus usuarios o clientes. La mejora se lleva a cabo cuando la organización o las organizaciones buscan, entienden y comprenden sus procesos teniendo en cuenta que en la actualidad vivimos en su mundo cambiante en donde se debe aprovechar las fortalezas y desterrar las debilidades

La excelencia de una organización viene marcada por su capacidad de crecer en la mejora continua de todos y cada uno de los procesos que rigen su actividad diaria. La mejora se produce cuando dicha organización aprende de sí misma, y de otras, es decir, cuando planifica su futuro teniendo en cuenta el entorno cambiante que la envuelve y el conjunto de fortalezas y debilidades que la determinan. La planificación de su estrategia es el principal modo de conseguir un salto cualitativo en el servicio que presta a la sociedad. Para ello es necesario realizar un diagnóstico de la situación en la que se encuentra. Una vez realizado es relativamente sencillo determinar la estrategia que debe seguirse para que el destinatario de los servicios perciba, de forma significativa, la mejora implantada. Apoyarse en las fortalezas para superar las debilidades es, sin duda la mejor opción de cambio. El plan de mejoras se constituye en un objetivo del proceso de mejora continua, y por tanto, en una de las principales fases a desarrollar dentro del mismo. La elaboración de dicho plan requiere el respaldo y la implicación de todos los responsables del establecimiento médico, de una u otra forma, tengan relación con la unidad. El plan de mejoras integra la decisión estratégica

sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos de la organización, para que sean traducidos en un mejor servicio percibido. Dicho plan, además de servir de base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas. Para su elaboración será necesario establecer los objetivos que se proponen alcanzar y diseñar la planificación de las tareas para conseguirlos. El plan de mejora permite:

1. Identificar las causas que provocan las debilidades detectadas. Identificar las acciones de mejora a aplicar. Analizar su viabilidad.
2. Establecer prioridades en las líneas de actuación. Disponer de un plan de las acciones a desarrollar en un futuro y de un sistema de seguimiento y control de las mismas.
3. Negociar la estrategia a seguir.
4. Incrementar la eficacia y eficiencia de la gestión. Motivar a la comunidad universitaria a mejorar el nivel de calidad.
5. El plan elaborado en base a este documento permite tener de una manera organizada, priorizada y planificada las acciones de mejora.
6. Su implantación y seguimiento debe ir orientado a aumentar la calidad de la enseñanza universitaria para que sea claramente percibida por su destinatario final.

Esta Propuesta trata de conseguir un funcionamiento armónico de la organización, es decir, que coordine y que consiga los resultados deseados, por otro lado, se debe establecer las bases para la mejora. A continuación, se muestra como se llevará a cabo la propuesta de mejora:

Área de mejora	Acciones de mejora
Área de Farmacia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar de manera oportuna el petitorio de medicamentos. 2. Mantener una estrecha relación con el usuario y garantizar su satisfacción. 3. Realizar capacitaciones que enfoquen la mejora en la atención al usuario. 4. Realizar modificaciones en el perfil de la contratación del personal de farmacia que incluya curso de atención al usuario.
Área de Recaudación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar capacitaciones en conteo y detección de billetes falsos. 2. Implementar un sistema que permita la rápida atención del usuario. 3. Gestionar la compra de etiquetera para agilizar la impresión de los comprobantes de pagos. 4. Realizar modificaciones en el perfil de la contratación del personal de recaudación que incluya curso de conteo y detección de billetes falsos.
Área de laboratorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar un registro y control de los tiempos entre la toma de análisis y la entrega de resultados. 2. Mejorar los espacios en donde se lleva la tomar de análisis. 3. Verificar si el personal cuenta con los instrumentos y el material adecuado para la toma de análisis. 4. Realizar los petitorios de manera oportuna sobre los insumos a necesitar.
Área de Radiología.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar un control y registro de los tiempos entre la atención en el área y la entrega de resultados. 2. Mejora en los espacios donde se lleva la tomar de análisis. 3. Verificar si se cuenta con el personal que pueda atender la cantidad de personas que se atienden en los servicios requeridos.

	4. Realizar los petitorios de manera oportuna sobre los insumos a necesitar.
--	--

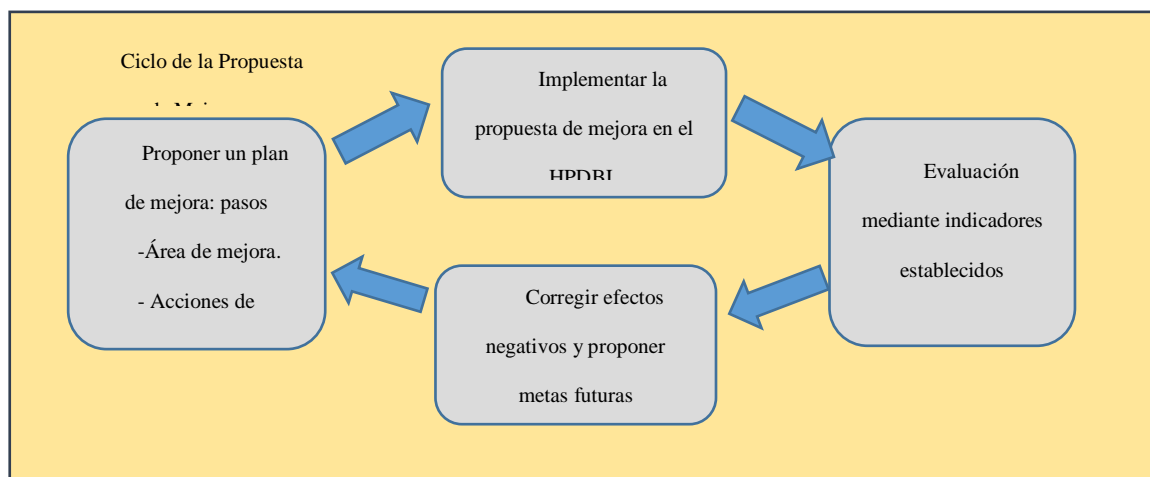
Una vez establecidas las acciones de mejora es necesario plantearse indicadores que permitan medir estas acciones de mejora, éstos deben ser claros siendo esenciales para las actividades de control, motivación, organización y planificación efectivas.

Acciones de mejora	Indicadores
Área de Farmacia: 1. Gestionar de manera oportuna el petitorio de medicamentos. 2. Mantener una estrecha relación con el usuario y garantizar su satisfacción. 3. Realizar capacitaciones que enfoquen la mejora en la atención al usuario. 4. Realizar modificaciones en el perfil de la contratación del personal de farmacia que incluya curso de atención al usuario.	1. Artículos solicitados / artículos en stock. 2. Porcentajes de encuestas realizadas para conocer la satisfacción del usuario. 3. Numero de reclamos y quejas presentadas. 4. Porcentaje de personas contratadas que cuenten con capacitación a cursos específicos.
Área de Recaudación: 1. Realizar capacitaciones en conteo de y detección de billetes falsos. 2. Implementar un sistema que permita la rápida atención del usuario. 3. Gestionar la compra de etiquetera para agilizar la impresión de los comprobantes de pagos.	1. Numero de capacitaciones llevadas en el año. 2. Implementar un sistema que permita la rápida atención del usuario. 3. Gestionar la compra de etiquetera para agilizar la impresión de los comprobantes de pagos. 4. Porcentaje en los tiempos de atención.

<p>4. Realizar modificaciones en el perfil de la contratación del personal de recaudación que incluya curso de conteo y detección de billetes falsos.</p>	
<p>Área de laboratorio:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar un registro y control de los tiempos entre la toma de análisis y la entrega de resultados. 2. Mejorar los espacios en donde se lleva la tomar de análisis. 3. Verificar si el personal cuenta con los instrumentos y el material adecuado para el desempeño de sus funciones. 4. Realizar los petitorios de manera oportuna sobre los insumos a necesitar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porcentaje en los tiempos de atención. 2. Porcentaje de reclamos. 3. Grado de satisfacción del personal de laboratorio. 4. Stock de insumos en el área de laboratorio.
<p>Área de Radiología:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar un control y registro de los tiempos entre la atención en el área y la entrega de resultados. 2. Mejora en los espacios donde se lleva la tomar de análisis. 3. Verificar si se cuenta con el personal que pueda atender la cantidad de personas que se atienden en los servicios requeridos. 4. Realizar los petitorios de manera oportuna sobre los insumos a necesitar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porcentaje en los tiempos de atención. 2. Mejora en los espacios donde se lleva la tomar de análisis. 3. Grado de satisfacción del personal de radiología. 4. Stock de insumos en el área de radiología.

Como último paso se lleva en práctica la propuesta con la finalidad de poder lograr que las dimensiones que dieron como resultados niveles muy por debajo de lo establecido se incrementen y así lograr una satisfacción del usuario favorable; Así mismo una mejora se vuelva una mejora continua y constante en donde la organización planifique las medidas de actuación, aplique y evalúe los resultados obtenidos, corrigiendo efectos negativos y proponiendo metas futuras.

Figura 2: Ciclo de propuesta de mejora



CONCLUSIONES

1. Respecto al objetivo general y después de realizar el análisis en el trabajo de investigación, se pudo llegar a determinar que los factores influyen en la satisfacción del usuario, del mismo modo se llegó a determinar el nivel de significancia y de relación que estos factores tienen con la satisfacción del usuario del Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque servicio de ginecología.

2. Respecto al objetivo específico que fue determinar el grado de satisfacción del usuario en cuanto a la atención brindada, se obtuvo como resultado y empleando escala de medición Likert que la atención brindada es regular y aplicando el coeficiente Spearman se evidencia una correlación positiva moderada de 0.657 con un 95 % nivel de confianza que la atención brindada se relaciona directamente con la satisfacción del usuario del servicio de Ginecología en el Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque en el año 2018.
3. Respecto al objetivo específico que fue determinar el grado de satisfacción del usuario en cuanto a la eficiencia en los tiempos de espera, se obtuvo como resultado y empleando escala de medición Likert que la eficiencia en los tiempos de espera es mala y aplicando el coeficiente Spearman se evidencia una correlación positiva moderada de 0.384 con un 95 % nivel de confianza que la eficiencia en los tiempos de espera se relaciona directamente con la satisfacción del usuario del servicio de Ginecología en el Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque en el año 2018.
4. Respecto al objetivo específico que fue determinar el grado de satisfacción del usuario en cuanto a la actitud de los servidores públicos, se obtuvo como resultado y empleando escala de medición Likert que la actitud de los servidores públicos es buena y aplicando el coeficiente Spearman se evidencia una correlación moderada positiva de 0.667 con un 95 % nivel de confianza que la actitud de los servidores públicos se relaciona directamente con la satisfacción del usuario del servicio de Ginecología en el Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque en el año 2018.
5. Respecto al objetivo específico que fue determinar el grado de satisfacción del usuario en cuanto a la información brindada, se obtuvo como resultado y empleando escala de medición

Likert que la información brindada es buena y aplicando el coeficiente Spearman se evidencia una correlación moderada positiva de 0.532 con un 95 % nivel de confianza que la información brindada se relaciona directamente con la satisfacción del usuario del servicio de Ginecología en el Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque en el año 2018.

6. Respecto al objetivo específico que fue determinar el grado de satisfacción del usuario en cuanto a los servicios prestados, se obtuvo como resultado y empleando escala de medición Likert que los servicios prestados es buena y aplicando el coeficiente Spearman se evidencia una correlación moderada de 0.687 con un 95 % nivel de confianza que los servicios prestados se relaciona directamente con la satisfacción del usuario del servicio de Ginecología en el Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque en el año 2018.

RECOMENDACIONES

- 1.** Realizar un trabajo conjunto con todo el personal médico, asistencial técnico y administrativo mediante capacitaciones y talleres enfocados en la Calidad de Atención al Cliente con la finalidad de mejorar las relaciones entre usuarios y trabajadores, buscando que la atención que se brinda a los usuarios del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque y personal que labora en la institución sea el más óptimo.
- 2.** Se debe contar con personal que laboren en el área de farmacia altamente calificada y capacitada, con la finalidad que brinden un servicio de calidad y que cuenten con la capacidad de poder dar pronta respuesta ante los problemas que pueda contar el usuario que asista al servicio de ginecología, mejorando de esta manera los tiempos de espera en la atención.
- 3.** Replicar y mantener el comportamiento en la atención que se vienen realizando en algunas oficinas de la instrucción, buscando para ellos premios e incentivos logrando mantener una actitud positiva por parte de los servidores públicos con la finalidad que todo el personal tome conciencia que una buena atención puede lograr mejoras en el ambiente laboral a beneficios de toda la institución.
- 4.** Mantener o mejorar las guías de atención y canales de comunicaciones existentes en la institución, buscando que el mensaje entre médico-paciente-personal administrativo sea el más asertivo, para que de esta manera pueda resolver de manera rápida los problemas que puedan presentarse en la atención de los usuarios.

5. El Hospital Provincial Docente Belén de Lambayeque no solo debe contar con programa de capacitación que refuerce al personal a mejorar el trato con los usuarios externos, si no también mantenerse actualizado ante las continuas exigencias del día a día, buscando un servicio de calidad y que logren los estándares establecidos por el MINSA tomando medidas adecuadas como los que puede ser de tener equipos de última tecnología, señalizaciones entendibles y al alcance de todos, ambientes adecuados, limpios y cómodos, información correcta y oportuna para el logro de la satisfacción de los servicios prestados por la institución.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- . Álvarez G. (2012) Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. Caracas-Venezuela.
- . Calva Gonzales (2009) Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- . Cestau, D. (2004) Fidelización de clientes. Edit. Herder, Barcelona.
- . Corella, J. (1998) “Introducción a la gestión de marketing en los servicios de salud”, España.
- . Chiavenato I. (2009). Gestión del talento humano. 3era edición. Editorial McGraw Hill. Traducido por Pilar Mascaró Sacritán. Estados Unidos.
- . león N y Adriana P. (2016). tesis. “Niveles de satisfacción y calidad de atención médica de los usuarios del servicio de consulta externa en el hospital regional policía nacional del Perú, Chiclayo, 2016”. maestra en ciencias con mención en gerencia de servicios de salud. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque.
- . Mejía, Y. & Amaya, R. San Salvador (2011) Evaluación de calidad de atención en el servicio de emergencia del Hospital Nacional Nueva Guadalupe. Universidad de El Salvador.
- . Ministerio de Salud (2006) Documento Técnico “Sistema de Gestión de las Calidad en Salud”. Lima - Perú.
- . Ministerio de Salud (2002). Documento: “Encuestas de Satisfacción de Usuarios Externos de Servicios de Salud”. Dirección General de Salud de las Personas, Dirección de Calidad en Salud. Lima - Perú.

- . Ministerio de Salud PAAG-SBPT-AC (2000). “Lineamientos Técnicos Referenciales para la Medición de la Calidad en el 1º Nivel de Atención desde la Demanda”. Lima – Perú.
- . Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). “Administración” (Sexta ed.). (P. Mascaró, Trad.) México: Pearson Education.
- . Vogt, H. (2004). “El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión”. Barcelona. Fundación Bertelsmann.

ANEXOS

ANEXO 1: GUÍA DE ENTREVISTA

GUÍA TÉCNICA PARA LA EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO DEL ESTABLECIMIENTO DE SALUD HOSPITAL PROVINCIAL DOCENTE BELÉN DE LAMBAYEQUE EN EL AREA DE EMERGENCIA - SERVICIO DE GINECOLOGÍA		
Nombre del Encuestador:		
Edad del encuestador:		
Fecha:	Hora de inicio:	Hora final:
Estimado usuario, estamos interesados en conocer su opinión sobre la calidad de la atención en el área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital Provincial Docente Belén – Lambayeque. Sus respuestas son totalmente confidenciales, agradecemos su participación.		
DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO		
1. Edad el encuestado en años.		
2. Nivel de estudios.	Analfabeta.	
	Primaria.	
	Secundaria.	
	Superior Técnica.	
	Superior Universitaria	
3. Tipo de seguro por el cual se atiende	SIS	
	SOAT	
	Particular	
	Otros	
4. Tipo de usuario.	Nuevo	
	Continuador	
5. Tópico donde fue atendido		

ANEXO 2: ENCUESTA

ENCUESTA A USUARIOS

Estimado usuario(a) externo(a) del área de emergencia – servicio de ginecología del Hospital docente Belén de Lambayeque, estamos realizando una investigación que nos permitirá determinar el nivel satisfacción del servicio con la finalidad de proponer un modelo que contribuya a mejorarlo en beneficio de todos. Por ello, se te pide de favor que respondas las preguntas de la manera más honesta y objetiva posible. *Gracias.*

Instrucciones:

1. Lea cuidadosamente cada pregunta y responda según su parecer o percepción.
2. Se va a evaluar el nivel de satisfacción del servicio de emergencia-ginecología.
3. Califique según la tabla siguiente:

a. Muy malo	(1)
b. Malo	(2)
c. Regular	(3)
d. Bueno	(4)
e. Muy bueno	(5)
4. Gracias por su atención.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SOBRE LA ATENCION BRINDADA					
1.- ¿Cómo calificaría la atención que recibió al llegar usted o su familiar del personal del área de emergencia servicio de ginecología del hospital Belén?					
2.- ¿Cómo calificaría usted o su familiar la atención que recibió en cuanto a la gravedad de su salud?					
3.- ¿Cómo calificaría la atención del médico que la trato a usted o su familiar, tuvo mucha comunicación con usted, le explico correctamente el problema de su salud?					
4.- ¿Cómo calificaría la atención que recibió del personal de farmacia, encontró los medicamentos recetados?					
SOBRE LA EFICIENCIA DE LOS TIEMPOS DE ESPERA					
5.- ¿Cómo calificaría usted la atención que recibió en caja o el modulo de admisión, considera que fue oportuna y rápida?					
6.- ¿Cómo calificaría usted la atención que recibió en el laboratorio de emergencia, cree que fue oportuna y rápida?					
7.- ¿La atención que recibió para tomarse exámenes radiológicos cree que fue oportuna y rápida?					
8.- ¿La atención que recibió por el personal de farmacia cree que fue oportuna y rápida?					
SOBRE LAS ACTITUDES DE LOS SERVIDORES PUBLICOS					
9.- ¿El médico que la atendió le brindo el tiempo suficiente para responder a sus dudas o preguntas sobre su problema de salud?					
10.- ¿El personal de emergencia la trato con amabilidad, respeto y paciencia?					
11.- ¿El personal de emergencia le mostro interés por solucionar cualquier problema que se presentó durante su atención?					
SOBRE LA INFORMACION BRINDADA					
12.- ¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindo sobre el problema de salud o resultado de la atención?					

13.- ¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindo sobre los procedimientos o análisis que le realizaron?					
14.- ¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindo sobre el tratamiento que recibió, tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos?					
15.- ¿Usted comprendió la explicación del personal que labora en el hospital sobre el procedimiento a seguir para su atención médica?					
SOBRE EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS SERVICIOS PRESTADOS					
16.- ¿Los carteles, letreros y flechas del servicio de emergencia le parecen adecuados para orientar a los pacientes?					
17.- ¿La emergencia conto con personal para informar y orientar a los pacientes?					
18.- ¿La emergencia conto con equipos disponibles y materiales necesarios para su atención?					
19.- ¿Los ambientes del servicio de emergencia estuvieron limpios y cómodos?					
20.- ¿En términos generales usted está satisfecho con el servicio de emergencia del hospital docente Belén?					

Muchas gracias.

ANEXO 3: SOLICITUD PARA REALIZAR ENCUESTAS EN EL HPBL



HOSPITAL PROVINCIAL DOCENTE BELÉN DE LAMBAYEQUE
UNIDAD DE APOYO A LA DOCENCIA E INVESTIGACIÓN
GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
GERENCIA REGIONAL DE SALUD-LAMBAYEQUE

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Reg N° 43- PI- 2018

CONSTANCIA

EL DIRECTOR DEL HOSPITAL PROVINCIAL DOCENTE "BELÉN"
DE LAMBAYEQUE.

HACE CONSTAR:

Que, el Lic. Adm. **GUILLERMO ERNESTO CABREJOS GARCIA**, estudiante de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, ha sido autorizado para ejecutar su proyecto de investigación, denominado: **"ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE CALIDAD DEL SERVICIO QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS DEL ÁREA DE EMERGENCIA - SERVICIO DE GINECOLOGÍA DEL HOSPITAL DOCENTE BELÉN DE LAMBAYEQUE: UNA PROPUESTA DE MEJORA"**

El profesional ha sido autorizado para aplicar encuestas a los usuarios externos del Área de Emergencia - Servicio de Ginecología, desde el 24 de setiembre del 2018 hasta el 31 de octubre del 2018.

Se expide la presente, para los fines que la interesada considere conveniente.

Lambayeque, 24 de setiembre del 2018



EVb/mjtm
DHPDBL/UADI
C.c. Archivo.
Exp: 2957774 - 1



GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
GERENCIA REGIONAL DE SALUD
HOSPITAL PROVINCIAL DOCENTE BELÉN DE LAMBAYEQUE

Dr. Edinson Vázquez Barahona
CMP. 41400 RNE. 25861
DIRECTOR

"SALUD NUEVA ACTITUD"
Av. RAMON CASTILLA N.º 597- TELEFAX. 283481
hbienlamb@hotmail.com