



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA,
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
CLÍNICA SANTA ROSA SULLANA S.A.C. EN EL DISTRITO
DE SULLANA AÑO 2020

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

PALACIOS CAMPOVERDE, KELLY YUSEL
ORCID: 0000-0002-6857-7573

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ
ORCID 0000-0001-8823-2655

SULLANA – PERÚ

2022

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Palacios Campoverde, Kelly Yusel

ORCID: 0000-0002-6857-7573

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote Estudiante de Pregrado,
Sullana, Perú

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, Maria

ORCID 0000-0003-1132-2243

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Presidente

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio, Maria

ORCID 0000-0003-1132-2243

Miembro

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID 0000-0001-8823-2655

Asesora

4. AGRADECIMIENTO

A Clínica Santa Rosa Sullana que me dieron su gran apoyo en la recopilación de información para poder realizar mi trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios por iluminarme siempre a lo largo de mi vida y de mi carrera profesional permitiéndome la culminación de mi Tesis.

5. RESUMEN Y ABSTRACT

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020; con el cual da respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020?, la investigación fue de nivel descriptiva, tipo cuantitativa, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 27 preguntas cerradas, la población en la variable calidad de servicio y atención al cliente es 384 clientes. Después del análisis de los datos obtenidos se obtuvo que el 58.33% de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa, el 46.88% de los clientes consideraron que el personal siempre ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, y concluyo que las estrategias de la Calidad de servicio, el cual el cliente está satisfecho con la atención inmediata que le brinda el personal, donde en los últimos tiempos la clínica ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias las estrategias de atención al cliente es que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar.

Palabras claves: Calidad, servicio, atención.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the main characteristics of the Quality of service and customer care at the Santa Rosa Sullana S.A.C. in the district of Sullana year 2020; with which he answers the following question: What are the main characteristics of the Quality of service and customer service at the Santa Rosa Sullana S.A.C. in the district of Sullana year 2020?, the research was descriptive level, quantitative type, non-experimental cross-sectional design. To collect the information, the survey technique and the questionnaire instrument were used, consisting of 27 closed questions, the population in the variable quality of service and customer care is 384 customers. After analyzing the data obtained, 58.33% of the clients considered that they are always satisfied with the immediate care they receive at the Santa Rosa clinic, 46.88% of the clients consider that the staff has always established a strong connection with the patients in order to build loyalty, and I conclude that the Quality of service strategies, which the client is satisfied with the immediate attention provided by the staff, where in recent times the clinic has improved the control and monitoring of the process in emergency medical environments customer service strategies is that the staff has established a strong connection with patients in order to build loyalty.

Keywords: Quality, service, attention.

6. CONTENIDO

1. Título de tesis	
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura	15
2.1. Antecedentes	15
2.2. Bases teóricas	32
III. Hipótesis	50
IV. Metodología de la investigación	51
4.1. Diseño de la investigación	51
4.2. Población y muestra	52
4.3. Definición y operacionalización de las variables.....	55
4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos.....	57
4.5. Plan de análisis.....	58

4.6. Matriz de Consistencia.....	59
4.7. Principios éticos	60
V. Resultados.....	62
5.1. Resultado.....	62
5.2. Análisis de resultados.....	90
VI. Conclusiones.....	110
Aspectos complementarios	113
Recomendaciones	113
Referencias Bibliográficas.....	114
Anexos	123
Anexo 1: Cuestionario	123
Anexo 2: Cuadro de resultados	127
Anexo 3: Validaciones.....	131
Anexo 4: Turnitin.....	146
Anexo 5: Consentimiento informado.....	147

7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1 Está satisfecho con la atención inmediata	62
Tabla 2 La clínica ha mejorado el control y monitoreo	64
Tabla 3 La clínica le llama para entregarle los resultados	65
Tabla 4 El médico le contesta inmediatamente	66
Tabla 5 El personal de admisión brinda información rápida y oportuna	67
Tabla 6 El personal de enfermería se muestra empático.....	68
Tabla 7 El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada	69
Tabla 8 La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos.....	70
Tabla 9 Usted está satisfecho con la atención brindada.....	71
Tabla 10 El personal otorga una buena imagen y competencia.....	72
Tabla 11 Usted está satisfecho con la técnica empleada	73
Tabla 12 Usted es leal a la clínica.....	74
Tabla 13 El personal tiene actitud de servicio	75
Tabla 14 El personal le ha solicitado sus datos personales.....	76
Tabla 15 La clínica tiene un área responsable	77
Tabla 16 La clínica promueven una cultura de servicio	78
Tabla 17 El personal de enfermería tiene estándares.....	79
Tabla 18 Conoce si la clínica tiene documentado la información	80
Tabla 19 El personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes	81
Tabla 20 El personal de enfermería es cortés y amable.....	82
Tabla 21 El médico tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta	83
Tabla 22 El médico le realiza seguimiento al tratamiento.....	84
Tabla 23 Está sorprendido con la confianza	85

Tabla 24 Usted está satisfecho con el tiempo	86
Tabla 25 El médico que le está atendiendo le trata con empatía	87
Tabla 26 Usted está satisfecho con el medio ambiente	88
Tabla 27 Se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Está satisfecho con la atención inmediata	62
Figura 2. La clínica ha mejorado el control y monitoreo.....	64
Figura 3. La clínica le llama para entregarle los resultados.....	65
Figura 4. El médico le contesta inmediatamente	66
Figura 5. El personal de admisión brinda información rápida y oportuna	67
Figura 6. El personal de enfermería se muestra empático	68
Figura 7. El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada.....	69
Figura 8. La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos.....	70
Figura 9. Usted está satisfecho con la atención brindada	71
Figura 10. El personal otorga una buena imagen y competencia	72
Figura 11. Usted está satisfecho con la técnica empleada	73
Figura 12. Usted es leal a la clínica	74
Figura 13. El personal tiene actitud de servicio.....	75
Figura 14. El personal le ha solicitado sus datos personales	76
Figura 15. La clínica tiene un área responsable.....	77
Figura 16. La clínica promueve una cultura de servicio.....	78
Figura 17. El personal de enfermería tiene estándares	79
Figura 18. Conoce si la clínica tiene documentado la información.....	80
Figura 19. El personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes	81
Figura 20. El personal de enfermería es cortés y amable	82
Figura 21. El médico tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta.....	83
Figura 22. El médico le realiza seguimiento al tratamiento	84

Figura 23. Está sorprendido con la confianza	85
Figura 24. Usted está satisfecho con el tiempo	86
Figura 25. El médico que le está atendiendo le trata con empatía	87
Figura 26. Usted está satisfecho con el medio ambiente	88
Figura 27. Se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x	89

I. Introducción

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI), existen 2 millones, 3,32 millones 218 empresas, de las cuales más del 95% pertenecen al sistema Mype. Perú ocupa el puesto 51 entre los pilares de protección de inversores minoritarios en 190 economías. Es importante reconocer la importancia de las micro y pequeñas empresas para el desarrollo económico del Perú por su alta concentración y alta relevancia para los emprendedores. Por tanto, Mypes debe seguir estas reglas de oro para generar una ventaja competitiva sostenible. (Noreña, 2019)

Además, las Mypes en Perú no solo crearon empleos, sino que también contribuyó al crecimiento económico. Sin embargo, a pesar de esto, la calidad de estos trabajos es variada. La tasa de subempleo es alta y la mayor parte lo realizan mujeres que no reciben remuneración la mayor parte del tiempo. Hay una variedad de microempresas en el medio ambiente. Muchas microempresas son autosuficientes. Algunas otras microempresas han utilizado mecanismos de producción a través de tecnología compleja y mantienen estrechas relaciones con grandes empresas del sector formal. Por lo tanto, las microempresas son reconocidos La importancia de también es muy importante. Micro y pequeñas empresas, porque la economía del Perú está altamente concentrada y altamente relacionada con el emprendimiento. (Llenque, 2019)

Por ello, el gobierno peruano no ha ignorado la importancia de las pequeñas y medianas empresas para el desarrollo de nuestro país. Por lo tanto, les da estándares para fortalecer el desarrollo y el desarrollo. En Perú, existen muchos programas públicos y privados que apoyan a las Mypes. Dentro del sector público, las iniciativas

son implementadas por diversos organismos, entre ellos el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES) y el Ministerio de la Producción (MP). Estos planes varían mucho en enfoque, alcance e intervenciones, así como en capacidades de gestión. Si bien las instituciones del MTPE y el Ministerio de la Producción suelen estar claramente comprometidas con el mejoramiento de la productividad y la competitividad, las instituciones del MIMDES forman parte de la estrategia de reducción de la pobreza. Esta distinción significa diferentes estrategias de intervención, procesos de selección de beneficiarios y servicios prestados. (Tello, 2018)

En la actualidad, la calidad se ha convertido en un socio importante de los productos y servicios que comercializa la empresa en el mercado interno y externo, es decir, han trascendido las fronteras nacionales. Por lo tanto, la importancia de la calidad de los productos y servicios se ha incrementado considerablemente en los últimos tiempos, y lo que se está comprometiendo; en la cobertura de las actividades empresariales se ha ampliado significativamente, y el continuo crecimiento de la calidad se debe especialmente a las crecientes necesidades de los consumidores y usuarios, superando a los clientes empresariales, es decir, intermediarios en la cadena empresarial. (Lastra, 2017)

La satisfacción de los usuarios que tienen acceso a los servicios de salud ha mejorado mucho porque, en promedio, fue del 70% en 2014. El índice de satisfacción de los que recibieron tratamiento en la clínica fue del 87%, el índice de satisfacción de los que recibieron tratamiento en Minsa fue del 66%, el índice de satisfacción de Essalud fue del 68% y el índice de satisfacción de las fuerzas armadas fue del 82%. A nivel nacional, la región amazónica tiene el mayor índice de satisfacción (98%),

seguida de Tumbes y Piura con 88,10% y 81,40% respectivamente. Explicó que para evaluar la satisfacción es necesario considerar el tiempo que los usuarios invierten en llegar a la institución proveedora de servicios de salud (IPRESS), el tiempo de consulta, el tiempo que les da el médico y el tiempo para posponer la cita. (Muñoz, 2016)

Además, en los últimos años, el rápido desarrollo de la red médica ha permitido la integración de clínicas en todo el Perú. Sin embargo, si bien esto significa una mayor calidad de servicio, aún no se ha traducido en la preferencia de los peruanos por acudir a centros de salud privados. Las clínicas privadas son la tercera opción preferida, con un 16,3% de las personas que buscan atención acuden a la clínica. El 13,1% de las personas acudió a EsSalud, menos del 1% acudió a alguna fuerza armada o comisaría, y el 1,7% acudió al domicilio o domicilio del curandero. Sin embargo, como mencionamos al principio de la nota, el acceso a las clínicas privadas no ha aumentado más. En otras palabras, a pesar del vigoroso desarrollo de las clínicas y redes médicas, todavía no puede atraer a más pacientes. Creemos que el estancamiento de la industria no se debe a la calidad del servicio, sino a que no ha podido brindar a la mayoría de los hogares peruanos productos suficientemente atractivos y económicamente asequibles. (Álvarez, 2018)

Además, es muy importante que las clínicas cuenten con una certificación de calidad, porque puede ayudarlo a ordenar, registrar y estandarizar los procedimientos administrativos y médicos. Los centros médicos pueden aprobar una variedad de certificaciones de calidad, la más importante de las cuales es la JCI. Esta organización de calidad médica coopera con más de 50 países / regiones En Perú, cerca de 10 clínicas cuentan con este certificado. El certificado otorgado por JCI incluye

evaluación de estándares de calidad basada en supervisión y entrevistas, y cambios en la cultura y el proceso de atención al paciente que se enfocan en la seguridad y la calidad, indica (Siu, 2018)

Por lo tanto, en los últimos diez años hemos sido testigos del fin de varias clínicas, una misma clínica no fue cerrada por falta de dinero, sino por falta de conocimiento suficiente, profesional y objetivo de las necesidades de cada institución médica. Desafortunadamente, incluso las instituciones médicas no pueden administrar sus gastos porque no saben cuánto costará cuidar a los pacientes con ciertas enfermedades. Si no se puede medir, no se puede gestionar. Es imposible definir los costos de principio a fin, es decir, mirar los costos finales y luego dividir todo el proceso o entre pacientes. A través del proceso descrito, solo una media muy común esconde una serie de inconvenientes e ineficiencias. (Alva, 2019)

Actualmente, las investigaciones muestran que otra herramienta que no se ha utilizado es el concepto de cadena de valor dentro y fuera de la organización. Si se tiene en cuenta esto, el sector de la salud puede actuar como un clúster y aumentar su productividad y eficiencia. Pero esto está lejos de lograrse, porque las partes involucradas no buscan una situación en la que todos ganen, sino cómo valerse mutuamente. Siempre nos quejamos de un mal servicio, citas tardías y colas. Esto no tiene nada que ver con la calidad de los médicos peruanos considerados los mejores del mundo ni con la tecnología médica año tras año. Si estas ventajas no se reflejan en la prestación de mejores servicios médicos para las personas, es por la falta de gestión de las instituciones médicas. Por tanto, el reto de futuro es que los profesionales relacionados con el sector salud comprendan cómo gestionar los recursos de los que disponen y determinen la importancia de la formación, afirma (Alva, 2017)

Por lo tanto, la gestión clínica es una estrategia que permite sistematizar y ordenar el proceso médico de forma adecuada y eficaz, sustentada en la mejor evidencia científica del momento, y gestionada por profesionales para la toma de decisiones en torno a los pacientes. Si la toma de decisiones clínicas puede generar beneficios económicos, en lugar de solo controlar los gastos, entonces será de alta calidad. La gestión clínica no es solo el modelo de gestión de nuestros servicios de salud, sino que también significa que las actitudes de los gerentes y de todo el personal médico serán realmente cambiadas. Deben asumir la posición de liderazgo de la tarea administrativa de asegurar que los objetivos del consultorio médico sean logrados. Para ello, el eje de todas las actividades médicas y administrativas serán los pacientes que requieran de nuestros cuidados. (Ruíz, 2017)

Asimismo, la calidad del servicio al cliente no debe ser ignorada en ningún Mype, a pesar de la implementación de tecnologías y métodos para mejorar el servicio al cliente, se puede apreciar que el sistema aún presenta defectos. Hoy en día, como todos sabemos, brindar a los clientes un servicio de atención al cliente de alta calidad se ha convertido en uno de los factores clave y básicos para el éxito de cualquier empresa, porque los clientes satisfechos son clientes fieles. Del mismo modo, la gestión significa que Mype debe cumplir con un sinnúmero de requisitos para lograr sus objetivos organizativos. Aunque la gestión puede parecer sencilla a primera vista y cualquiera puede gestionarla correctamente, en el mundo real de una empresa la situación es todo lo contrario: se necesita a alguien que esté totalmente capacitado y que sepa cómo hacer el trabajo. (Gonzales, 2018)

Y para retener a un cliente es fortalecer la relación con el cliente para que pueda resistir cualquier competencia u oferta. Pero tenga en cuenta la satisfacción del cliente

no necesariamente se convierte en lealtad. Puede encontrar clientes satisfechos con su negocio, pero decide que, si continúan enfocándose en la competencia, aún pueden encontrar algo mejor. En este campo, debe trabajar para investigar cómo hacer que su producto o servicio sea diferente y hacerlo diferente. (Lauz, 2018)

Los clientes satisfechos son los mejores embajadores. Los clientes insatisfechos contarán sus experiencias a sus amigos y colegas, lo que dañará su reputación y, a menudo, ni siquiera la encontrará. El uso del método ISO 10002 para implementar el proceso de procesamiento de reclamos lo ayudará a convertir a los clientes insatisfechos en clientes satisfechos, y puede usar sus comentarios para mejorar la experiencia de los futuros clientes, y es necesario simplificar su proceso de servicio al cliente. Resuelto por sus clientes, pudiendo solucionar cualquier problema que pudiera surgir. La gestión de reclamaciones no se basa en reducir el número de reclamaciones, sino en utilizar la información generada para convertirlas en oportunidades de mejora. (Faucett, 2017)

Los consumidores también son parte del ambiente externo y por ello las Mype deben prestarles una mayor atención ya que ellos son su razón de ser, el consumidor se caracteriza por poseer mayor nivel de instrucción e información, busca seguridad, atención profesional, calidad y diversidad de productos, es demasiado exigente y necesitan satisfacer sus gustos y preferencias de la mejor manera, para ello es necesario que las Mype conozcan el rol del rubro de atención al cliente y enfatizen en el trato que se les brinde ya que ello conlleva a la fidelización del mismo así como al posicionamiento de la empresa en la actualidad. (Ríofrio, 2017)

Por lo tanto, la severa crisis que afecta al sector salud no es nada nuevo para los peruanos. Casi a diario hay informes de falta de medicamentos en los hospitales, falta

de servicio básico de agua potable, instituciones abarrotadas que carecen de equipos para responder a emergencias, y los pacientes se sientan en sillas de ruedas o incluso duermen en el piso. Perú es uno de los países con más personal administrativo y menos médicos, y se ubica en la cohorte en términos de gastos de atención de salud. Si bien el presupuesto público del país ha mejorado en los últimos años, la inversión pública y privada total en relación con el PIB no ha aumentado, representando el 5,5%, muy inferior a la del país. (Sausa, 2018)

El gasto en salud de Perú representa el 5,3% del PIB, lo que significa más de 10 mil millones de dólares, el 30% de los cuales va al sector privado. Aproximadamente US \$ 800 millones al año en estas clínicas están relacionados con planes de seguro y el resto es consumo de efectivo, principalmente relacionado con medicamentos. Los ingresos de la clase media han aumentado un poco y parte del presupuesto se destina a salud, por lo que el impulso de desarrollo del sector es fuerte. Esta demanda ha atraído mucha inversión en el sector público (EsSalud, Minsa, asociaciones público-privadas, agencias tributarias, etc.) y el sector, explica (Arroyo, 2016)

Recientemente, importantes clínicas privadas han iniciado sus planes de expansión a través de reorganización, expansión y adquisición, más de la mitad de las clínicas NSE A (62%) tienen seguro privado, y el personal NSE B y C es tratado principalmente en la red de EsSalud. El 33% de D se destina principalmente a la red Minsa, mientras que el 40% restante no presta servicios. Por otro lado, el año pasado, una de cada cuatro personas necesitó asistencia médica, por tiempo de espera para poder concertar una cita, o por problemas económicos y no cumplió. (Lira, 2018)

Además, las autoridades de salud de Perú se han fijado la meta de digitalizar el 70% de sus centros de salud e implementarlos a través de Registros Médicos Digitales. Además, a principios de año, el Ministerio de Salud también emitió un borrador de documento técnico, que cubre el despliegue de archivos digitales, la prestación de servicios de telemedicina, basados en el conocimiento (big data, machine learning y otros). Teniendo en cuenta que se necesitaron más de diez años para implementar su centro en otros países, este objetivo es un gran desafío. Puede ayudar a reducir el tiempo de espera, simplificar los procesos que requieren mucho tiempo y ayudar a mejorar la experiencia del paciente, expresó (Martínez, 2019)

Además, gracias a la arquitectura del sistema de salud SAMADHIPERÚ, el Perú ha diseñado nuevos proyectos para hospitales y clínicas ecoambientales de última generación. Uno de sus objetivos es darle a cada proyecto una imagen única y contar con modernas funciones hospitalarias que cumplan con los estándares internacionales, teniendo en cuenta el desarrollo de conceptos de bioseguridad y ecología y medio ambiente, para que el edificio pueda mejorar su desempeño. Confort y ahorro de energía, reduciendo así los costes de mantenimiento y ayudando a mejorar las condiciones ambientales. (Cruzado, 2019)

Los hospitales, clínicas y laboratorios de Lima generan un total de 56.575 toneladas de residuos sólidos hospitalarios cada año, pero la mayoría de ellos no reciben un tratamiento adecuado. El nivel de tratamiento de residuos sólidos hospitalarios en el Perú es muy bajo. Implementaron una moderna planta de tratamiento de residuos hospitalarios, para ello pusieron en marcha la planta de tratamiento de residuos hospitalarios e invirtieron 4,3 millones de dólares. La planta tiene una capacidad de procesamiento diaria de 3,5 toneladas, pero dentro de tres

meses, la capacidad de procesamiento se ampliará a 10 toneladas por día. (Azañedo, 2020)

Por lo tanto, la inversión de los peruanos en salud es de 31.213 millones de euros, de los cuales 4.105 millones de euros se utilizan en clínicas e instituciones privadas, la mayoría de las cuales son instituciones informales, lo que representa la proporción del gasto total, de los cuales alrededor del 40% se utiliza para pagar medicamentos en farmacias, y el 43% se utiliza para pagar los medicamentos. Servicios de salud privados, como atención en clínicas cercanas a grandes hospitales de salud pública y centros técnicos de salud, comentó (Peña, 2020)

A medida que ha aumentado la esperanza de vida media de las personas, la salud se ha convertido en un tema cada vez más importante en el mundo. Una serie de indicadores indican que la población que necesita un seguro médico seguirá creciendo. Esta concentración de grupos empresariales o la integración vertical de compañías de seguros y proveedores de servicios médicos no es mala en sí misma. Nos preocupa mucho que un pequeño número de empresas solo brinden servicios al 2% o 3% de la población del país. Informes oficiales indican que 2 millones de personas reciben tratamiento en clínicas, lo que equivale al 6%, y gozan de un alto número de usuarios Grado de satisfacción. Durante muchos años, el sector privado de la salud ha liderado las buenas percepciones de la gente sobre la calidad del servicio en cualquier encuesta que pueda revisar. (Meza, 2019)

Las clínicas privadas están invirtiendo en el desarrollo de herramientas digitales para satisfacer a sus usuarios. La implementación de estas soluciones técnicas puede servir para programar citas sin necesidad de llamar o acudir al centro de atención, conocer sus resultados luego de que esté lista la alerta, o contar con servicios como su

historia clínica electrónica. Estas aplicaciones mejorarán la calidad de la atención en clínicas y centros de salud privados. (Llosa, 2017)

Además, también se considera la posibilidad de obtener servicios médicos en clínicas privadas debidamente autorizadas para reducir la lista de espera de pacientes que reciben atención en instituciones médicas, y el monto invertido se considera pago o justificación del tercer tipo de impuesto sobre la renta. En cuanto a los servicios médicos, el único problema que veré es cómo se puede controlar el precio de mercado, porque cuanto mayor sea el valor de la renta, más impuestos pagarás y también obtendrás más descuentos. Se puede hacer que un plan de salud pague impuestos; puede ser un plan básico. (Villanueva, 2019)

Hoy en día, debido al maltrato de los pacientes, la Dirección Nacional de Supervisión Sanitaria ha pasado un número gratuito, salvo una solicitud (su estado de salud), para que los pacientes puedan presentar quejas y preguntas cuando se presente la salud de la institución. No observar una atención oportuna, inmediata y de calidad que respete sus derechos. La queja más común es que el paciente no está satisfecho, el personal no presta suficiente atención de inmediato y los medicamentos y el mobiliario son insuficientes. (Zelaya, 2018)

Sin embargo, gracias a la marca Phillips, tiene la mejor tecnología y la mayor participación de mercado en el mercado mundial de la salud en comparación con otras marcas. El mercado peruano se acaba de desarrollar, es un mercado muy joven y vemos que tenemos una oportunidad interesante para demostrar la calidad de los equipos que tenemos y los beneficios a los pacientes. Hoy en día, este beneficio le permite realizar procedimientos más complejos que requieren más tiempo de radiación, y demasiado tiempo de radiación es malo para su salud. Hablamos de reducir en un 50% la radiación

de la cirugía cardíaca y de la cirugía neurointervencionista en un 75% sin sacrificar ni limitar la calidad de la imagen. (Estremadoyro, 2019)

La calidad está recibiendo cada vez más atención en todo el mundo porque existe en la esencia de todas las actividades humanas. Por ello, existe una urgente necesidad de transformar y desarrollar los servicios de salud para mejorar la calidad y competitividad, por lo que los procesos de atención y atención al usuario dentro de la organización representan uno de los factores clave de éxito para la relación entre beneficiarios e instituciones. Prestar servicios de salud, con el fin de realizar una serie de actividades para lograr la calidad y satisfacer las necesidades de las personas al mismo tiempo, los usuarios son parte de toda la cadena de procesos de la organización de servicios. En el proceso de gestión del servicio al usuario, sus insumos, cuadrado de actividades, subprocesos, productos y responsabilidades.

Mejorar la calidad de los servicios nacionales de salud es una demanda constante de la población y una de las prioridades de la Agencia Nacional de Supervisión Sanitaria (Susalud). Según el tipo de institución, el 93,2% de los usuarios de la clínica están satisfechos con la atención que reciben. En la clínica la satisfacción del 93% es muy buena, lo cual es muy feliz para el asegurado, porque las personas se dan cuenta que el servicio que reciben es muy bueno, por lo tanto, en la clínica Santa Rosa, aún necesitan ser cuidados especiales. Tomado en calidad, especialmente en estrategias específicas para el buen trato a los pacientes, pero también para beneficiarse de brindar a los clientes una excelente calidad de servicio, y en términos de atención al cliente, los empleados aún tienen deficiencias en la prestación de servicios. No conocen buenos estándares de atención. Por la problemática descrita anteriormente cabe plantear la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las principales características de

la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020?, el cual tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

Y para alcanzar este objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos como son: identificar las estrategias de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020; describir los beneficios de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020; identificar las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020; describir los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

Esta investigación se justifica teóricamente, porque contribuyó a desarrollar conocimientos de las características de las variables calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana, lo cual permite llenar un vacío de conocimiento. Tener claro todos estos conceptos para presentar de manera práctica una ayuda y tratar de indagar nuevas ideas, enfoques que conduzcan al éxito de estas variables escogidas, que a su vez permitieron enriquecer el desarrollo de esta investigación.

Asimismo, la investigación se justifica de manera práctica, por que ayudó a investigar sobre cómo se encuentra la clínica con respecto a la calidad de servicio y atención de los clientes, asimismo, si están realizando correctamente su gestión administrativa, con el cuál se puede buscar alternativas de solución, y brindando recomendaciones con los cuales puede mejorar dichas deficiencias.

También, se justifica de manera metodológicamente, ya que permitió elaborar un cuestionario que son las encuestas prediseñadas, y formuladas mediante las bases teóricas, con el cual se estuvo dando respuesta a los objetivos, y fueron validados por tres magister, y para la confiabilidad se utilizó el SPSS versión 27, y también lo valido un estadista, luego se realizó las encuestas, y se tabuló estadísticamente, y se describieron los análisis de resultado para contrastar con otras investigaciones.

Asimismo, se justifica socialmente, porque se puede brindar información correcta de acuerdo con los resultados de las encuestas, a los propietarios, clientes y colaboradores de la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana, además sirvió de base de datos para otras investigaciones más amplias a nivel institución educativa o a nivel de otras instituciones.

Además, se justifica profesionalmente, debido a que la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), a través de la Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014; solicita para la obtención de la licenciatura se presenta y sustenta un trabajo de investigación, y también ayudara a ampliar conocimiento sobre los trabajos de investigación y como son las clínicas en el país, región y sobre todo en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana.

También, se estuvo empleando en la presente investigación de nivel descriptiva, ya que se estuvo describiendo las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020, con tipo cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal, asimismo como técnica de recojo de datos se utilizó la encuesta, para el instrumento que se empleó es el cuestionario estructurado, siendo la población infinita

para la variable calidad de servicio y atención al cliente ya que se necesita la apreciación de los clientes y para el cual se utilizó una fórmula estadística.

Obtenidos los siguientes resultados se tiene que el 58.33% de los clientes consideran que siempre están satisfechos con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa, el 44.53% de los clientes consideran que el personal siempre tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, el 46.88% de los clientes consideran que el personal siempre ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, el 44.27% de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre es cortés y amable al momento de brindar sus servicios, y concluyo que las estrategias de la Calidad de servicio, el cual el cliente está satisfecho con la atención inmediata que le brinda el personal, donde en los últimos tiempos la clínica ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias, describen los beneficios de la Calidad de servicio, es que el personal tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, para obtener mayor cantidad de clientes, y; por otro lado, los clientes están satisfechos con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica, las estrategias de atención al cliente es que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, y se describen los estándares de atención al cliente, es cortesía ya que el personal de enfermería es cortés y amable al momento de brindar sus servicios; seguimiento porque el médico que le está atendiendo le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

Variable gestión de calidad

Zambrano (2017) en su trabajo de investigación “*Propuesta de diseño de un sistema de gestión de calidad basada en la norma ISO 9001-2008 para la Clínica Norvida S.A.*”, el cual tiene como objetivo general: Diseñar un modelo de sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001:2008 para la clínica NORVIDA S.A., empleo la metodología bibliográfica, de campo, cualitativa, no experimental, con la técnica de escala de Likert y encuesta, los principales resultados fueron que un 80% de incumplimiento por parte de la clínica NORVIDA S.A., con los requisitos de esta norma, existe un 88% de no cumplimiento de los requisitos generales, esto se debe a que no poseen manual de calidad, un 91% con los requisitos de la norma, ya que no se evidencia que exista comunicación por parte de la dirección, un 70% que corresponde al no cumplimiento a la mejora de la satisfacción del cliente y al cumplimiento de sus requisitos, el 72% de no cumplimiento en el capítulo 7 realización del producto, está dado por no tener las actividades definidas, se establecen procesos y documentos, el 87% de no cumplimiento del criterio utilizado esta dado ya que la clínica NORVIDA S.A. no cuenta con un sistema de gestión de calidad implementado, el 40% de las personas encuestadas conocen o han escuchado poco de la Norma ISO 9001-2008, el 54% dentro de los colaboradores encuestados consideran que la calidad es prioritaria en lo que se refiere a salud; y concluyo que existen múltiples inconsistencias, entre ellas la falta de procedimientos documentados, no se contaba con la manera correcta de elaboración de documentos, así como el control de los registros, también se puede

denotar las acciones tomadas, ya que se realiza acciones correctivas mas no preventivas.

Suarez (2018) en su trabajo de investigación “*Documentación del Proceso de Talento Humano para el Sistema de Gestión de Calidad de la Clínica san José de Cúcuta*”, quien tuvo como objetivo general: Reducir los tiempos de espera de pacientes en la Emergencia del Hospital del IESS de Milagro, el cual utilizo la metodología de campo, bibliográfica-documental, el enfoque cuantitativo, descriptiva, exploratoria, los principales resultados fueron que del 74% del sistema de gestión de medio, siendo los numerales de liderazgo, planificación y apoyo, y concluyo que se contribuyó al mejoramiento continuo del proceso a través de la creación de la documentación que incluye procedimientos de actividades, perfiles ocupacionales y formatos de control, estableciendo parámetros y lineamientos que deben aplicar cada uno de los empleados y usuarios del proceso. Se estableció una cultura de calidad donde cada empleado es consciente de la importancia que tienen para el proceso y para la empresa, los documentos creados. Con este soporte documental se puede hacer frente a las auditorias de calidad externa e interna debido a que esta documentación cumple con los parámetros exigidos por el sistema de gestión de calidad. Se incluyo en la parte documental el proceso de gestión de talento humano en el sistema de gestión de calidad a través de la realización de la documentación.

Pérez, Puerto & Serrano (2020) en su trabajo de investigación “*Propuesta para estructurar un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2015, en la empresa Asisderma clínica de la piel*”, el cual tuvo como objetivo general: Estructurar un sistema de gestión de calidad en la empresa Asisderma clínica de la piel basado en la norma ISO 9001: 2015, utilizando el método visión holística, creatividad

y participación, con la técnica de la revisión bibliográfica, los principales resultados fueron que ISO 9001: 2015, es una norma internacional constituida en todos los elementos y procesos de gestión de calidad con los que debe contar cualquier empresa, con el fin de crear un sistema más fuerte que le permita mejorar sus productos y servicios, para que se mantenga en el mercado competitivo, no cuenta o no maneja la parte motivacional interna, pues en este caso el cliente y lo que se le ofrece es lo más importante. No se trata solo de mejorar lo ofrecido por dicha entidad, si no de potencializar las habilidades del personal, ya que no solo se está planeando solucionar las exigencias y demandas de los clientes, si no que sus trabajadores se sientan inspirados y motivados, pues finalmente serán ellos los que potencialicen la empresa en el mercado, y el mejoramiento continuo es una herramienta que permite mantener actualizado los procesos con el fin de sean más eficientes y competitivos a través del ciclo PHVA que le permite estructurar y realizar seguimiento en el cumplimiento de lo planteado para la satisfacción de sus clientes y la continuidad del Sistema de Gestión de la Calidad el cual a través de la implementación de herramientas básicas de la calidad soportan tomas de decisiones enfocadas al mejoramiento y la continuación del negocio. Los sistemas integrados de gestión de calidad permiten a las organizaciones integrar sus procesos para mantenerlos alineados con la estrategia, liderazgo, comunicación, planificación, control y seguimiento, a través del ciclo PHVA y el Plan de Integración con las normas 9001, 45001 y 27001 las cuales les brindan un valor agregado a los servicios suministrados por Asisderma logrando satisfacción y fidelización de sus clientes.

Lozano (2017) en su trabajo de investigación “*Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en las MYPES del sector servicio, rubro clínicas dentales en*

la ciudad de Tingo María, año 2017”, quien tuvo como objetivo general: Describir y determinar la caracterización de la gestión de la calidad y la rentabilidad en las MYPES, del sector servicio, en el rubro clínicas dentales en la ciudad de Tingo María, 2017. La metodología que empleó fue del tipo de investigación descriptivo correlacional, asumiendo como objeto de estudio a una población quince y una muestra de doce clínicas odontológicas, los principales resultados fueron que en un 67% de los propietarios se encuentran entre las edades de 36 a 50 años, son del género femenino en un 58% y en un 92% sus clínicas se encuentran vigente en el mercado por más de tres años, y concluyo que los profesionales de la odontología propietarios de las clínicas creen en un 100% la importancia de la gestión de calidad, con el mismo indicador manifiestan que la red social es transcendental para marketear sus servicios y producto que ofertan en el mercado, además creen en su totalidad en la capacitación del personal para mejorar la calidad de atención al cliente con la finalidad de tener una mayor satisfacción de sus clientes y crecer empresarialmente. Los odontólogos que conducen sus MYPES afirman mayoritariamente en la rentabilidad de sus negocios porque creen que es necesario invertir para mejorar los servicios como productos y en las capacitaciones del personal con la finalidad de diferenciarse en el mercado.

Rodríguez (2018) en su trabajo de investigación *“Gestión de calidad bajo el enfoque de liderazgo en las mypes del sector servicios, clínicas privadas, distrito de Iquitos, año 2017”*, quien tuvo como objetivo general: Determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de liderazgo en las mypes del sector servicios, clínicas privadas, distrito de Iquitos y tengan un impacto en el desempeño de su personal médico y asistencial garantizando su competitividad y éxito en los resultados empresariales, año 2017. La metodología que empleó tipo de investigación es

descriptivo, este estudio buscó relatar las características respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de liderazgo en los servidores profesionales y asistenciales, los principales resultados fueron que el 55% de los entrevistados es de sexo masculino, asimismo podemos apreciar que el grado de instrucción de los directivos de las clínicas privadas el 100% es de instrucción superior universitaria, la gestión de calidad está basada en un estilo de liderazgo democrático, participativo y transformacional, y concluyo que las mypes del sector servicios, clínicas privadas, del distrito de Iquitos, con enfoque en el liderazgo mejoran el desempeño del personal médico y asistencial, garantizan su competitividad y éxito empresarial. Así mismo aceptamos la hipótesis que manifiesta que la aplicación de una gestión de calidad con enfoque en el liderazgo mejora la calidad de atención y por ende la competitividad de las mypes en el mercado de servicios de salud. Lideran un clima organizacional: en sus empresas se desarrolla una adecuada relación interpersonal basada en la confianza y sinceridad. Trabajo en conjunto para resolver problemas; no existen conflictos entre sus miembros. Productividad esta cimentada mediante el desarrollo de programas de capacitación y la gerencia de las clínicas provee de los recursos suficientes para realizar sus operaciones; así mismo que las instalaciones, infraestructura y equipamiento médico están en óptimas condiciones.

Rabanal (2019) en su trabajo de investigación *“Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas en el distrito de Callería, año 2019”*, quien tuvo como objetivo general: Establecer los beneficios de la gestión de calidad y la eficacia de los procesos administrativos en las mypes del rubro clínicas en el distrito de Callería en el año 2019. La metodología que empleó fue de tipo cuantitativo, diseño no experimental –

transversal, aplicando una encuesta de 29 preguntas, a una muestra de 9 clínicas, los principales resultados fueron que 66.67% tienen más de 50 años de edad, 100% son masculinos con formación universitaria. De la gestión de calidad: 88.89% llevan más de 7 años en el mercado, 44.44% más de 10 empleados, 88.89% gestionan bajo la filosofía de la mejora continua, administra con herramientas de gestión, aplican análisis FODA y/o PEST y tienen plan de marketing, 77.78% ofertan más de 10 especialidades, 100% tienen laboratorio de análisis clínicos y equipos de diagnóstico por imágenes, 100% cumple más del 50% de la planeación, revisando los planes de trabajo mensual y trimestralmente, responsabilidad del administrador y el gerente 33% respectivamente, 100% incremento sus ingresos en los últimos años, 77.78% evalúa indicadores de desempeño y producción, 33.33% usa consultorías externas para la mejora continua, 77.78% se organiza por áreas, 100% tienen manual de funciones, 88.89% asignaron funciones a los empleados, reconociendo su desempeño y motivándolos, 100% capacita al personal mensual y anualmente, y concluyo que las mypes de este rubro cuentan con muchos años en el mercado, desarrollando sus actividades bajo la filosofía de la mejora continua, evaluando la situación de la empresa a través del análisis FODA y/o PEST y aplicando un plan de marketing para posicionarse en el mercado, logrando incrementar sus ingresos luego de ofertar más de diez especialidades en algunos casos e implementando laboratorios de análisis clínicos, farmacia, equipos para el diagnóstico por imágenes y ambulancia, demostrándose el enfoque al cliente al lograr satisfacer las necesidades de sus clientes.

Alama (2019) en su trabajo de investigación *“Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios rubro clínicas particulares en el distrito de Sullana año 2018”*, quien tuvo como objetivo

general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios rubro clínicas particulares en el distrito de Sullana año 2018, empleó la metodología es de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, conformado de 20 preguntas cerradas, los principales resultados fueron que el 96% de clientes manifiesta que las clínicas particulares para brindar un servicio de calidad deben tener atención inmediata, horarios flexibles, diagnósticos fiables de confianza y seguridad; el 96% de clientes manifiesta que en las clínicas particulares el tiempo de espera es menor que en los hospitales del estado, y concluyo que los componentes que emplean los propietarios de las clínicas particulares son: organización porque los administradores aplican una buena gestión de calidad, por lo tanto llevan una buena organización y control, planificación porque crean una área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente; procedimientos porque tienen documentado lo que van a seguir para cumplir con una buena gestión de calidad; procesos porque el sistema de gestión de calidad requiere de la evaluación continua de todos los procesos procedimientos asistenciales y administrativos que permitan detectar fallas, corregir y mejorar continuamente. Los factores de la gestión de calidad que identifican los propietarios de las clínicas particulares es calidad porque brindan un servicio inmediata, horarios flexibles, diagnósticos fiables de confianza y seguridad; pero no capacitan al personal sobre gestión de calidad para que se sientan comprometidos con los objetivos; menos cuentan con un plan de mejora continua para brindar una mejor calidad de servicio a los pacientes internos y externos, además no

tienen implementado un sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001 para eliminar errores de gestión.

Panta (2019) en su trabajo de investigación “*Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente de la micro y pequeña empresa rubro laboratorio de análisis clínico en el distrito de Sullana año 2018*”, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y satisfacción al cliente de la micro y pequeña empresa rubro laboratorio de análisis clínico en el distrito de Sullana año 2018, empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 20 preguntas cerradas. La población en la variable gestión de calidad y satisfacción al cliente es infinita, aplicando formula estadística se determinó 384 clientes a encuestar, los principales resultados fueron que el 91% de clientes encuestados considera que las empresas nunca utilizan representaciones gráficas para los eventos que ocurre en los distintos procesos, el 95% de clientes encuestados considera que la atención brindada en el laboratorio clínico donde se atendió nunca le impactaron significativamente en la calidad de servicio; y concluyo que Los objetivos de la gestión de calidad que identifican los propietarios de las empresas de laboratorios de análisis clínico es: satisfacción de los clientes: porque siempre están satisfechos con los servicios brindados; aseguramiento de la calidad: porque minimizan el impacto negativo para que la calidad del servicio se mantenga; y tienen planificado e implementado sus objetivos. Las herramientas de la gestión de calidad que conocen los propietarios es causa y efecto porque identifican y clasifican por muestra de análisis para desarrollar con eficiencia los resultados, pero nunca identifican un diagrama de flujo, y

representaciones gráficas para los eventos que ocurre en los distintos procesos, pero menos utilizan el diagrama de Pareto para la implementación de soluciones en el control de calidad de los exámenes médicos.

Barba (2019) en su trabajo de investigación “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mype sector servicio-rubro consultorios dentales, provincia de Sullana año 2018*”, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE sector servicio– rubro consultorios dentales de la provincia de Sullana, año 2018. Se empleó la metodología es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal; asimismo, la población está constituida por los propietarios y/o Gerentes de los consultorios dentales, aplicándose la técnica de la encuesta con un cuestionario de 24 preguntas cerradas, los principales resultados fueron el 75% de los consultorios dentales cumplen una buena y correcta relación con las condiciones y criterios para seleccionar a los distintos proveedores, así como, los recursos y funciones se realizan mediante procesos; por otro lado, establecen indicadores en base a la información sobre los resultados alcanzados y las metas previstas; y concluyo que los consultorios dentales cumplen una buena y correcta relación con las condiciones y criterios para seleccionar a los distintos proveedores, de igual forma, los recursos y funciones se realizan mediante procesos; por otro lado, Toman decisiones basados en hechos o datos de información reales, garantizando la baja posibilidad de errores; asimismo, conocen las necesidades y expectativas de sus clientes para satisfacerlos. Los consultorios dentales, llevan a cabo nuevos y mejores métodos de trabajo y procesos organizativos para ir mejorando continuamente en su actividad. Con relación a los Procesos de Sistema de Gestión de Calidad se describió que, los consultorios dentales

establecen indicadores en base a la información sobre los resultados alcanzados y las metas previstas; asimismo, realizan prueba de fuego para desarrollar la implementación de nuevos sistemas de gestión de calidad; sin embargo, no cuentan con procesos claves, estratégicos de apoyo; por otro lado, los Gerentes, 68 siempre se capacitan para formarse y dirigir el cambio. Siendo importante mencionar que, cuentan con un mapa de procesos necesarios para el sistema de gestión de calidad; sin embargo, a veces realizan pruebas piloto hasta llegar a todos los procesos de la organización.

Variable estrategias de atención al cliente

Balón (2019) en su trabajo de investigación *“Plan mejora procesos servicio atención al cliente, para aumentar satisfacción usuarios, en área consulta externa de clínica y maternidad San Gregorio”*, el cual tiene como objetivo general: Proponer diseño de proceso de atención al cliente, para mejorar la satisfacción de los usuarios de la Clínica y Maternidad San Gregorio, empleó el método de análisis, descriptivo, tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, experimentales, los principales resultados fueron que la clínica sobre las normas generales horarios y visitas el 56% indico que no, el servicio general que brinda la Clínica a los usuarios el 33% nos indicó que es malo, han recibido una atención pésima en un 41% los que han adquirido servicios hospitalarios y han recibido un trato no agradable, se mejoren los procesos de atención al cliente en la Clínica San Gregorio por lo cual contestaron que el 70% si se debe mejorar, el área de mejora para el servicio al cliente en la Clínica San Gregorio por lo cual los usuarios nos contestaron lo siguiente; el 43% indico que se debe mejorar el Laboratorio Clínico y Farmacia, y concluyo que no tiene un proceso de servicio al cliente empoderado en sus colaboradores lo que ocasiona un bajo rendimiento en su

desempeño y el desarrollo profesional de cada empleado en cuanto a los servicios que brindan a los clientes

Villacís (2017) en su trabajo de investigación “*Gestión de la Atención al Cliente y el nivel de Satisfacción de la Clínica Central de la ciudad de Ambato*”, teniendo como objetivo general: Determinar cómo influye la gestión de la atención al cliente en el nivel de satisfacción en la Clínica Central de la ciudad de Ambato, empleó la metodología enfoque cualitativo, con investigación bibliográfica, de campo, exploratorio, correlacional, descriptiva, explicativa; los principales resultados fueron que entre el 48% y 40% siempre y casi siempre han recibido los servicios dentro de la institución, el 34% de los encuestados siempre han utilizado los servicios, el 45% han utilizado los servicios casi siempre, el 33% de los encuestados concuerdan que siempre son eficientes las personas de la clínica Central, el 9% considera siempre que las instalaciones y el equipo usados durante su visita están en buena orden de funcionamiento; un 34% casi siempre, el 27% de los encuestados percibe un ambiente deficiente en los servicios que ofrece, por otro lado el 47% considera el ambiente que ofrece la Clínica Central siendo un porcentaje significativo considera casi siempre excelente el ambiente dentro de la organización, y concluyo que las personas que atienden y prestan el servicio es el adecuado, en ciertas ocasiones el nivel de inconformidad de los clientes es elevado a la hora de recibir los servicios, por la falta de interés, trato y disposición por parte del personal que atiende y presta el servicio. Se presentan dificultades en el uso de los instrumentos y equipos por el desgaste y daño que poseen, por lo que a los clientes o pacientes ha generado inconformidad y una imagen de la institución no favorable. Dentro de la Clínica Central, el espacio es muy limitado, por la ocupación de varias salas de consulta, la iluminación es escasa y

la información no es la adecuada. El servicio que otorga a los clientes es notablemente satisfactorio, pero en algunos casos no se ha entregado la información adecuada de los servicios y costos que se ofrece a los clientes de la Clínica Central, que además por la mala atención no cubren las necesidades dado como resultado la pérdida de los mismos.

Pérez & Rojas (2018) en su trabajo de investigación “*Estrategias para mejorar los procesos de atención al paciente provenientes de convenios institucionales de la clínica Santamaría*”, teniendo como objetivo general: Desarrollar estrategias mediante un análisis de gestión administrativa para mejorar los procesos de atención a los pacientes de la clínica Santa María, empleó la metodología de tipo analítica – cuantitativa, un enfoque cualitativo, dos técnicas para la recolección de datos, la encuesta y la entrevista; los principales resultados fueron que el 68% refiere que la atención general de la clínica Santamaría es de bueno a malo, expresando, que el trato no es amable y que las condiciones del establecimiento no son las adecuadas para el servicio que se ofrece, el servicio que se da en el área de procesos y agendamiento de citas en los diferentes departamentos, la mayor parte de los encuestados, es decir el 32% expresó que estos procesos son malos, el 40% de personas refiere que el servicio es regular y el 25% que es malo. Luego el 28% expresa que es un proceso bueno, y concluyo que la gestión por procesos nos dirige a trabajar de manera ordenada y siguiendo un patrón establecido y revisado por los altos mandos de las empresas. En la clínica Santamaría no realizan capacitaciones constantes a los colaboradores en base a temas relacionados a los procesos de atención al paciente y de sus mismas funciones para poder mejorar el funcionamiento correcto. Con el análisis realizado se logró comprender que los principales factores de los problemas laborales en el personal son

falta de conocimiento de los procesos y hasta dónde llega el límite de sus funciones, hacen que los colaboradores se sientan desmotivados ya que no pueden desenvolverse en su lugar de trabajo, esto conlleva a que el tiempo de facturación no sea el adecuado y al momento de la cobranza con los convenios institucionales sea desfavorables.

Rubio (2016) en su trabajo de investigación *“La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016”*, quien tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre Gestión de Calidad y los Factores Demográficos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., Chimbote, 2016. La metodología que empleo fue un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transversal. Para la recolección se trabajó con una muestra de 185 pacientes atendidos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., durante los meses de julio, agosto y setiembre del presente año, a quienes se les aplicó dos cuestionarios, los principales resultados fueron que el 62.2% son casados y más de la tercera parte (33.4%) indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles; el 53.5% de los pacientes atendidos indican estar insatisfechos con el servicio recibido. Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%) y Seguridad (56.8%); y concluyo que Para la variable Calidad de atención que percibe el cliente que es atendido en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. es considerado como insatisfactorio (53.5%). Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%), Seguridad (56.8%) y Empatía (56.2%).

Astohuaman (2017) en su trabajo de investigación "*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes sector servicios, clínicas, distrito de Callería, año 2017*", quien tuvo como objetivo general: Determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Calleria, año 2017, empleó la metodología de investigación del tipo descriptivo –no experimental – correlacional; donde además se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta, los principales resultados fueron que 41.2% no evidencia una gestión al respecto; 35.3% no cuenta con local propio; 11.8% mantiene en acondicionamiento sus instalaciones; 52.9% no capacita a su personal; 70.6% no cuenta con algún protocolo oficial; sin embargo los encuestados indican que la práctica de atención al cliente conlleva a "nuevos clientes" (35.3%), "disminución de quejas y reclamos" (29.4%) porque 47.1% indica que su personal tiene actitud de servicio. Finalmente, el 88,24% asegura que sus clientes se fidelizan al valorar el buen servicio ofrecido, 11,8% indica no estar de acuerdo, y concluyo que cuenta con Plan de Negocios, pero no han definido ni exhiben su misión, visión y valores de la organización. El 41.2% no evidencia Calidad de Atención al cliente. pero no han definido un protocolo de servicio, ni toman como oportunidad de mejora las sugerencias y reclamos de los clientes. 82.4% de los directivos de las clínicas si reconocen las ventajas de una atención de calidad al cliente y están de acuerdo que genera fidelización, pero 23.5% reconoce que su personal no tiene actitud de servicio.

Heredia (2016) en su tesis de investigación "*Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro actividades de la práctica odontológica del cercado de Chimbote, 2015*", quien tuvo como objetivo

general: Determinar la influencia de la gestión de calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro actividades de la práctica odontológica del cercado de Chimbote, 2015. La metodología que empleó tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población muestral de 40 mypes, a quien se les aplico un cuestionario de 37 preguntas por medio de una encuesta, los principales resultados fueron que el 45%, se muestra indiferente; ya que saben que existe la misión, visión y valores, pero desconocen su contenido, el 100%, manifiesta estar de acuerdo en poner en práctica el protocolo de esterilización de instrumentos dentales, y concluyo que el nivel de Gestión de calidad de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector servicio en el rubro practicas odontológicas del Cercado de Chimbote, es aplicada eficientemente por parte de los propietarios y personal de los centros odontológicos, aunque esta posición es favorable para los centros odontológicos, cabe mencionar que ésta a su vez no es significativa. Es decir, la forma de aplicación de la calidad del servicio es similar en sus niveles, tanto como eficiente o deficiente, lo cual indica que se debe estar alerta ante algún descuido en la aplicación de alguna de sus dimensiones. El nivel de atención a los clientes de los centros odontológicos en el cercado de la ciudad de Chimbote es eficiente, producto de una actitud alta y una repetición de atención/consumo alto, hacia el centro odontológico, pero de acuerdo a los resultados la atención no es espuria o la buena atención se encuentra muy cerca a ésta, exponiéndose a que el cliente recurra al centro odontológico, sin importarle los esfuerzos que se realizaron para que se sienta bien con el mismo.

Bustos (2019) en su trabajo de investigación “*Características de la calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Torres S.A. en la ciudad de Talara año*

2018”; quien estableció como objetivo general: Determinar las principales características de la calidad de servicio y atención al cliente en la clínica Torres S.A. en la ciudad de Talara año 2018, la investigación empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, de diseño no experimental con corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, conformado de 20 preguntas cerradas. La población en la variable calidad de servicio y atención al cliente fue dirigido a los clientes por tanto es infinita, aplicando formula estadística se determinó 68 clientes a encuestar, los principales resultados fueron que el 93% de clientes manifiesta que la información de los resultados de su diagnóstico a veces ha tenido acceso rápido y oportuno; el 90% de clientes manifiesta que al momento de realizar una cirugía los médicos siempre trabajan en equipo; y concluyo que los procesos de atención al cliente en la clínica Torres S.A. es resolución del problema porque los médicos resuelven sus problemas de enfermedades, fidelización y despedida porque al momento de ser dado de alta un paciente el personal es amable y carismático, contacto porque la secretaria brinda un trato bueno y amable al momento de brindar información sobre las especialidades, pero al personal le falta escuchar los requerimientos y recomendaciones de los pacientes. Se identifica las claves para mejorar la atención al cliente en la clínica Torres S.A. es trabajo en equipo porque los médicos realizar un buen trabajo durante la cirugía, cumplir con todo lo que se promete porque demuestran seguridad, son veraces y honestos al momento de brindar un diagnóstico, transmitir una imagen porque los colaboradores son la primera figura de la clínica, actuar porque la secretaria escucha de manera cortés y activa para seguir con el procedimiento.

Vilchez (2019) en su trabajo de investigación “*Características de la calidad de servicio y atención al cliente en el consultorio integral virgen del cobre, distrito de Ignacio Escudero, año 2018*”; quien estableció como objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio y atención al cliente en el Consultorio Integral Virgen del Cobre, distrito de Ignacio Escudero, año 2018, la investigación empleó la metodología de diseño de la investigación fue no experimental, tipo descriptivo – transversal – cuantitativo. La población conformada por los pacientes del consultorio, la muestra fue 68, a quienes se aplicó un cuestionario mediante técnica de la encuesta, los principales resultados fueron que el 79.4% indicó que siempre el doctor brinda el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas, el 70.6% señaló que siempre el doctor muestra interés en solucionar y mejorar el problema; y concluyo que las pautas de comunicación de la atención al cliente en el consultorio integral Virgen del Cobre, distrito Ignacio Escudero, año 2018 como ambientación que el consultorio siempre refleja buena higiene y comodidad que le permite tener un ambiente de confianza; la atención brindada por todo el personal del consultorio es profesional. De otra parte, se tiene que los pacientes no reciben mal trato por parte del personal, son tratados con respeto y cortesía. Se describieron las estrategias de la atención al cliente en el consultorio integral Virgen del Cobre, distrito Ignacio Escudero, año 2018, con relación a evaluar las necesidades el personal del consultorio se preocupa en conocer y determinar las necesidades de los pacientes; se aprovecha la proximidad con el trato para que el doctor tenga una buena relación con los pacientes; en la continuidad del uso de los servicios el personal del consultorio informa todos los servicios que se ofrecen.

Campoverde (2020) en su trabajo de investigación “*Nivel de satisfacción del usuario sobre calidad de atención en centros de salud del primer nivel de atención, Piura, 2019*”, el cual tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de satisfacción del usuario sobre calidad de atención en centros de salud del primer nivel de atención, Piura, 2019, empleo la metodología de estudio descriptivo, de corte transversal. Diseño observacional, no experimental, los principales resultados fueron que el 43,2% fueron usuarios de los servicios, el 78,6% fueron mujeres, el 72,4% tuvieron un nivel de instrucción secundario, la media de edades fue de 48 años. Respecto a las características de los usuarios, se encontró que el 66,7% presentó un seguro tipo SIS, el 87% fueron continuadores al servicio y el 28,1% fueron atendidos por personal de enfermería, en los centros de salud del primer nivel de atención, Piura, 2019; y concluyo que el 35% se muestra satisfecho por la calidad de atención que recibieron, mientras que el 65% se encontró insatisfecho por la atención brindada en los centros de salud del primer nivel de atención en Piura y Castilla.

2.2.Bases teóricas

Calidad de servicio

Pizzo (2016) indica que la calidad de servicio es una práctica ejecutada por una compañía para conocer los requisitos de los usuarios y brindarles un servicio eficaz, rápido, seguro y fiable que satisfaga las necesidades de los clientes, aun cuando surjan problemas, y fallas que no se esperaban, con el fin de que el comprador sienta que se le toma importancia y que se desea lo mejor para el mismo, siempre ofreciéndole un servicio que vaya acorde con sus requisitos y que cumpla e incluso sobrepase sus expectativas.

La calidad del servicio hace referencia a lo que se obtiene luego de la ejecución de un análisis del acatamiento de requisitos que lleva a cabo el usuario. Dicho de otro modo, si tal servicio no obedece con los objetivos que ya se habían trazado, conociendo que puede verse transformado dadas las opiniones y respuestas del cliente, entonces no es un servicio eficiente. Por ese motivo, la calidad del servicio la determina el usuario, no los miembros de la empresa que trabajan para lograrla.

Benavides (2016) indica que la calidad del servicio requiere de un arduo trabajo, y dedicación. Como vendedores necesitamos conocer las cualidades y propiedades de los bienes y servicios que ofrecemos, para que el cliente se sienta confiado a la hora de comprar. Hay que considerar que el consumidor es ajeno a los problemas empresariales y tampoco le importa la manera en que se trabaja, él solo mira el resultado final y establece si es bueno o no.

Se define a gestión de calidad al proceso que las organizaciones ejecutan con el objetivo de optimizar sus productos y servicios. Este se enfoca en obtener un alto nivel de complacencia del comprador, de manera que éste se fidelice con la empresa. Hay muchas formas de enfrentar el control de la calidad, pero mayormente se toman en cuenta las respuestas que el consumidor tiene de los bienes o servicios.

Así pues, Pozo (2016) la calidad de servicio no es sencilla de entender, puesto que está vinculado con los puntos de vistas, e ideas que los clientes tienen de los servicios o productos determinados. Este factor es fundamental, y se busca que los clientes se sientan satisfechos y consideren al servicio como algo beneficioso y eficaz que da los resultados esperados. Asimismo, la calidad del mismo, representa directamente el éxito de la empresa, un posicionamiento en el mercado y preferencia de los consumidores.

Del mismo modo, diseñar un sistema de calidad de servicio que posibilite a las empresas excede las expectativas de los clientes siempre atendiendo hasta el más mínimo detalles. Determinar, distinguir, y emplear la información del comprador para brindarles una experiencia efectiva, es muy recomendable. Determinar un fin común para que todos tengan muy claro hacia dónde van.

También, Bravo (2016) la calidad en el servicio en la actualidad se ha convertido en un aspecto fundamental que si llega a fallar puede resultar más perjudicial que cualquier error que los que algunas veces se presentan en los distintos bienes y servicios. Los usuarios se han vuelto cada vez más exigentes con respecto al cubrimiento de sus necesidades; y para poder complacerlos, y a la vez crecer económicamente como empresa, se debe optimizar la calidad. La calidad global en el servicio supone dar importancia al camino que se va a seguir, y todo lo que se va a hacer para llegar a la meta.

Es así como, diversos estudios planificados desde distintos puntos de vista han posibilitado la comprensión de lo que el investigador descubre o aprecia al momento en que se le brindan los servicios. Así pues, es esencial entender la necesidad de distintas instituciones o personas que tienen por medir la calidad. Esto puede ocurrir por la carencia de sistematización para el control de la calidad.

Estrategias de calidad de servicio

Para, Yañez (2018) determina que un paso crucial es adaptar la gestión de calidad como parte de tu organización. Que se incluya en todos los departamentos de la misma y se dé a conocer a todos los miembros para que estos trabajen en su adecuada realización. Por tal motivo, se sugiere ejecutar una implantación de tácticas de calidad, por medio de una policía que incluya valores, métodos, procesos, recursos, y sistemas

empresariales. Solo de esa forma la calidad permanecerá, se podrá medir, y optimizar constantemente. La mayoría somos concedores que la calidad tiene como fin principal complacer y sobrepasar las expectativas de los clientes en los bienes y servicios suministrados. Asimismo, se necesita desarrollarse totalmente con calidad, ya sea en los procesos, procedimientos, servicios, personal, etc.

Además, Romero (2019) indica que crear métodos de atención al cliente que permitan el desarrollo organizacional es clave para lograr la permanencia de un proyecto eficaz que nos lleve al logro de objetivos y permita conseguir más clientes. Identificar esas capacidades servirá para conseguir la fidelización del usuario, sobresaliendo entre la competencia. Por consiguiente, estas son ocho estrategias que debes considerar:

El autoservicio es fundamental: El autoservicio es un aspecto que permite aumentar la capacidad de competir de una empresa. Los clientes aprecian los bienes que les facilitan la resolución de sus propios inconvenientes. Actualmente, un gran número de empresas tienen una base de datos, conocimientos, con los que los consumidores dan una respuesta eficaz y rápida a sus problemas en el momento preciso, sin necesidad de contactar con la empresa. (Hurtado, 2018)

Estar presente cuando sea necesario: Yañez (2018) determina que otra de las tácticas para perfeccionar la calidad del servicio es conocer las necesidades de tus usuarios y ayudarlos cuando lo requieran. Si lo realizas de manera sencilla, una gran cantidad de compradores están dispuestos a ayudarse ellos mismos, al momento en que tus trabajadores no se encuentren disponibles. Sin embargo, es fundamental que tus empleados estén bien capacitados y comprometidos con su trabajo.

Llama a tus clientes y asegúrate de ofrecer un buen servicio: Romero (2019) señala que no existe nada mejor que una comunicación por vía telefónica para crear un vínculo con el comprador. Pero, cabe resaltar que es complicado brindar un servicio de calidad por este medio. Una persona puede hablar mucho tiempo por teléfono, en tanto los consumidores esperan una respuesta por vía mensaje.

El correo electrónico es una manera efectiva de analizar, identificar y solucionar las dudas, quejas e inconvenientes de los clientes. Esto quiere decir que puedes brindar apoyo fácil, rápido y eficiente, por esa razón, es un método clave para atender a tus compradores. (Hurtado, 2018)

Respuestas automáticas: Yañez (2018) determina que esta técnica implica utilizar respuestas automáticas de manera que el usuario sepa que tiene conocimiento de su situación. Las organizaciones que no proveen un servicio instantáneo por correo electrónico, igualmente, serán buscadas y contactadas por las distintas redes sociales, y si los clientes no consiguen lo que buscan, posiblemente se genere un alto nivel de insatisfacción. Por ello se recomienda emplear una respuesta rápida para después hacer que el pedido de los usuarios se cumpla.

Ser proactivo es una virtud: Romero (2019) indica que aquí la clave es guardar respuestas eficientes y productivas para laborar de manera rápida y precisa y no hacer esperar a los clientes más de la cuenta. Pero entender los pedidos de los clientes que deben resolverse en determinada cantidad de tiempo resulta ser más sencillo cuando ya has prestado atención y tomado nota de las anteriores conversaciones con los consumidores. Las respuestas algo modificadas e innovadoras se encuentran entre uno de los mejores recursos para ofrecer valor a tus compradores.

La empatía lo es todo: La empatía es un elemento esencial a poner en práctica cuando se presenten inconvenientes. Siempre procura escuchar atentamente a cliente y comprenderlo. No en todo momento puedes asegurar una buena experiencia, sin embargo, cuando se comunican contigo, debes hacer que confíen en que te estas preocupando por ayudarlos. (Hurtado, 2018)

Yañez (2018) señala que los responsables de proveer este servicio, no pueden en todo momento brindar una respuesta efectiva para resolver el problema, queja, o cualquier otra circunstancia, pero en todo momento puede mostrar la capacidad de ponerse en el lugar del otro. Claro que no todos conocemos las situaciones por las que pasan las otras personas, pero siempre hay que tratar de comprenderlos y ayudarlos en cuanto se pueda.

Espera lo inesperado: Romero (2019) Determina que no siempre puedes dar una resolución rápida, sin embargo, tener un plan B te permitirá reponerte y evitará que los usuarios se enojen. La capacitación de tu grupo de trabajo es crucial, saber cuál es la distinción que existe entre servicio al cliente y éxito del mismo, te permitirá a ti, junto con los demás miembros entender y conocer la esencialidad de cambiar una circunstancia negativa en positiva.

Ten en mente que cada día hay algo nuevo: Este es el último método, se considera como un factor fundamental al momento de brindar un servicio al cliente. Es necesario que innoves constantemente, evita las fallas. Esto quiere decir que el equipo de trabajo debe saber adaptarse fácilmente a los cambios, y a las exigencias de los compradores. (Hurtado, 2018)

Beneficios de la calidad de servicio

Según Paresson (2017) establece que el servicio de atención al cliente es una área con la que casi todas las corporaciones cuentan. Las empresas que logran tener una excelente calidad y la conservan así van camino al éxito y tienen la posibilidad de brindar a las personas que las contratan un servicio que vaya acorde con sus requerimientos. Algunas ventajas de suministrar un servicio de esta forma, es que se logran mayores ventas, reconocimiento y fidelización de los usuarios.

Para Galán (2017) muestra que las normas ISO 9001 e ISO 9004 son las bases del sistema de gestión. Si una organización adopta este tipo de sistemas, que vaya acorde con las demandas y exigencias de la ISO 9001, sin embargo, no cumple ni sigue los principios establecidos, no conseguirá ningún provecho ni las metas que esperaba alcanzar. Los principios de control de calidad, conforme lo establecido en la norma ISO 9001 son:

Aumento de ingresos: Un servicio de calidad repercute positivamente en el desarrollo económico de la empresa que lo implanta, pero este crecimiento se debe a un mayor número de ventas. Cuando este servicio sobrepasa los puntos de vista que tenía el usuario, es muy posible que se genere confianza por parte de los compradores y estos tiendan a adquirir más bienes y servicios de una misma marca porque saben que van a obtener algo que en realidad los va a satisfacer. (Lizarburu, 2016)

Paresson (2017) indica que la lealtad, la capacidad de generar beneficios, se obtienen suministrando un servicio de calidad que cumpla e incluso sobrepase las expectativas de los consumidores. Además, se logra una mayor cantidad de ventas, ya que a los clientes no les importa gastar con el fin de obtener lo deseado.

Mejor reputación: Galán (2017) menciona que las empresas son reconocidas por el servicio que ofrecen. Cuando los clientes pasan un mal rato con una empresa, comunicarán todo ello a las personas de su alrededor y lo mismo pasará si se le satisface completamente y se le brinda la experiencia que este esperaba. Por medio de redes sociales, o plataformas de internet, los clientes dan a conocer el vínculo que tienen con un determinado negocio. Un servicio de calidad, potencia la imagen y reputación de tu corporación.

Optimizar la imagen y el prestigio de la organización son pasos claves para lograr el éxito y para ello, se necesita ofrecer una atención de calidad, y para ello, se necesita para ocupar un lugar entre las compañías que proveen los mejores servicios. (Lizarburu, 2016)

Mejor satisfacción del cliente: Pareson (2017) expresa que la satisfacción del usuario se da cuando se cubren sus necesidades. Brindar un servicio eficiente y efectivo quiere decir que la empresa está cumpliendo los requisitos establecidos. Una manera eficaz de conocer las opiniones de los clientes, es por medio de encuestas que permitan conocer su nivel de contentamiento. Las mismas necesitan presentar interrogantes sobre la última experiencia con la organización, la eficiencia de sus bienes y servicios y lo que les desagrada. Por otro lado, también se debe preguntar que es la percepción que tienen de la competencia.

Galán (2017) señala que la satisfacción de los compradores es el resultado de la comparación entre lo obtenido con lo que verdaderamente se esperaba del bien o servicio.

Lealtad de los clientes: Un servicio que genera una buena experiencia directamente significará la fidelización de los usuarios. Si la empresa verdaderamente trabaja conforme a los requerimientos de los compradores, este preferirá a determinada compañía por encima de las otras del entorno. Constantemente, la nueva competencia brinda sus productos a un menor precio que las que ya están posicionadas. El encargado puede evitar esta situación amenazante con el ofrecimiento de un servicio de calidad. (Lizarburu, 2016)

Paresson (2017) Precisa que la lealtad de los clientes permite la obtención de más clientes, ya que los ya fidelizados se convierten en embajadores de nuestro negocio, recomendándonos por varios lugares.

Empleados involucrados: Galán (2017) especifica que un excelente servicio se obtienen en primer lugar a los empleados que trabajan arduamente para lograr este tipo de resultados. Ellos, en lugar de lidiar con la misma situación complicada, toman las medidas adecuadas para generar el contentamiento del comprador, y también lo hacen para evitar que ese tipo de situaciones vuelva a presentarse de forma repentina. El trabajador encargado de esta área, tiene un contacto directo con los consumidores y este se encarga de impactar positiva o negativamente en el mismo. Por ello, se recomienda motivarlos y hacer que se sientan comprometidos.

Optimiza la incentivación y entorno laboral, puesto que una atención negativa al usuario, perjudica directamente a los trabajadores encargados de esta área. (Lizarburu, 2016)

Atención al cliente

Para, Torres (2018) determina que el servicio al cliente es aquel que provee una organización para mantener un vínculo con sus compradores. Corresponde a una serie

de procedimientos y acciones relacionadas entre sí que ejecuta la compañía con el objetivo de que su razón de ser consiga el bien o servicio en el momento y lugar correcto y garantice la eficaz utilización del mismo. Hablamos de un elemento de marketing que puede ser de mucha ayuda para el desarrollo efectivo.

Es el vínculo directo que existe entre el suministrador y el comprador. Es aquí donde la empresa le brindará los detalles de cómo brindan sus servicios, por medio de la comunicación. Se le indica donde se recolectan y se brindan los datos, donde pueden acudir en caso de que tengan un problema o duda y cuáles son las opciones de resolución que este departamento provee al consumidor. Todo ello, se lleva a cabo con un único fin, que se basa en generar la satisfacción de las personas que nos compran.

Asimismo, Vargas (2016) señaló que el servicio al cliente es aquel que suministra una compañía con la finalidad de interactuar con sus consumidores y adelantarse a la complacencia de sus requerimientos. Es un instrumento eficiente para relacionarse con las personas que compran nuestros bienes y servicios. La atención al cliente se basa en el manejo que cada empleado lleva a cabo, para proporcionar asesoría, lo cual resulta ser un beneficio.

El servicio al cliente, como ya se ha mencionado anteriormente hace referencia al que brindan algunas empresas para mantener un contacto efectivo con sus compradores. Si los clientes se ven en la necesidad de hacer presentar quejas, opinar, o hacer preguntas sobre los bienes y servicios, deberá recurrir al área de atención al cliente, en donde se hará todo lo posible para dar una respuesta eficaz y siempre generar su satisfacción.

Morales & Acosta (2017) expresa que un servicio de atención es entendido también como una estrategia que utiliza una compañía para comunicarse con su

clientela y así conocer un poco más de ellos, y asegurarse que lo suministrado al comprador sea usado adecuadamente. Además, es un recurso efectivo de mercadeo. Generalmente, este tipo de servicios lo que busca es obtener la complacencia del comprador, ofreciéndole asesoría, comprensión, y dando soluciones a sus interrogantes e inconvenientes, según lo que necesite. En casos específicos, los departamentos empresariales dedicados a esta índole también pueden ofrecer ayuda a otras áreas.

Por tanto, la atención al cliente es empleada por cualquier compañía que, sin importar su tamaño, desea tener un vínculo con sus clientes, optimizar la calidad de los bienes y servicios que ofrece, o en un caso determinado cuidar y velar por el bien trato ofrecido al usuario durante el proceso de atención. Esta es una herramienta de mercadeo muy utilizada y muy beneficiosa ya que permite la interacción de proveedor y comprador, además posibilita el conocimiento de necesidades, deseos y expectativas de los consumidores con el objetivo de cumplirlos.

Estrategias de atención al cliente

Según, Fernández (2016) expone que entender a un cliente consiste en tener conocimiento y estar informado de los requerimientos de los compradores, cuáles son sus deseos, y expectativas. Conocer al comprador posibilita que como organización pueda proveer bienes y servicios que vayan en relación con sus requisitos:

Además, Rumín (2019) determina que hay algunos métodos que harán posible el ofrecimiento de un servicio de calidad:

Conocimiento de sus clientes: Por medio de información correcta, realización de encuestas, capacidad de escuchar y entender cuando te están hablando, se logra

conocer al usuario. Por otro lado, debes ser rápido en dar soluciones y respuestas, y más aún cuando no muestran una buena actitud. (Londoño, 2018)

Fernández (2016) dice que disminuir el número de interacciones con el comprador y aumentar el nivel e intensidad de las mismas, resulta ser beneficioso para conocer más de cerca al consumidor. Por consiguiente, la táctica principal, es estar atento a cada palabra que sale de la boca de los ya mencionados, para así saber qué es lo que quieren desde un primer momento y no tener que hacerlo describir sus requerimientos más de una vez.

Creación de un área responsable: Rumín (2019) indica que pese a que en una organización el servicio deber ser tomado en cuenta por todos, siempre debe existir un departamento encargado que a su vez organice y dirija los procedimientos y acciones a realizar para que de esta manera el consumidor reciba un buen servicio por parte de las diversas áreas. Es de vital importancia que haya una involucración de la alta dirección. Porque de nada servirá guiar a todos los trabajadores por el camino correcto si los jefes no van a participar.

Erradicar la falta de información o de datos es crucial en el ofrecimiento de un servicio, ya que, si no se conoce lo que requiere el cliente, cuáles son sus opiniones, deseos o puntos de vista, no se podrá proveer ningún bien o servicio conforme a sus necesidades, lo cual resultaría ser muy perjudicial. (Londoño, 2018)

Instauración de una cultura de servicio al cliente: Fernández (2016) esto implica la involucración de la empresa en general, ya que solo así se obtendrá un servicio de calidad, y a esto hay que sumarle la capacitación constante y la medición de la complacencia de los compradores. Es un proceso que nunca termina, se basa en seguir

perfeccionando aquello que aún no logra su nivel de calidad máximo, además la experiencia entre el consumidor y la organización debe estar basada en una cultura de servicio de atención.

Rumín (2019) expresa que para evitar que tu clientela se sienta desconfiada, es fundamental ofrecerle la información necesaria. Por otro lado, también se le debe dar a conocer las culturas y acciones que hace la organización lleva a cabo y que tienen mucho que ver con él. Asimismo, cabe resaltar que es mejor no hacer promesas que no se van a cumplir, pues de este modo se perderá credibilidad. Es mejor, ofrecerles más de la cuenta.

Establecimiento de estándares: Sin importar si el servicio es de calidad o no, siempre debes procurar no dar evaluaciones subjetivas. La manera correcta de lograr que las valoraciones sean objetivas es determinando estándares, índices de calidad y desarrollo de la misma. (Londoño, 2018)

Fernández (2016) Menciona que es fundamental corroborar o estudiar las tácticas de las empresas que se encuentran en el entorno, puesto que se debe buscar un modelo a quien seguir y sobrepasarlo, hasta lograr ser mejor que el elegido. No debemos preocuparnos por la competencia, más bien debes temer por la incompetencia.

Documentar los requerimientos de los clientes: Rumín (2019) indica que se basa en la ordenación y organización de las dudas, quejas, problemas, opiniones o solicitudes de los compradores. Toda esta información o datos presentados necesitan estar documentados para poder resolver cada uno de estos requerimientos de manera rápida y efectiva. Por otra parte, las distintas áreas de tu organización o distintos jefes de departamento necesitan ser transparentes con el comprador.

Evitar acciones que no suman nada y hacer del servicio algo rápido. La organización debe dinamizar el servicio de atención, porque, pese a que la amabilidad, cortesía, tiempos de espera agradables son factores esenciales, lo que el consumidor quiere ser atendido de manera rápida y eficaz. Un servicio eficiente y profundo es indispensable ya que, con ello, se logrará resolver, no muchas, pero sí una considerable cantidad de quejas, inconvenientes por parte de los clientes. (Londoño, 2018)

Trabajar en la lealtad del cliente: Fernández (2016) dice que el servicio al cliente necesita estar enfocado en obtener la lealtad de las personas que compran sus bienes y servicios. La manera más óptima de conseguir aquello es por medio de la complacencia. Las tácticas mencionadas anteriormente necesitan ser desarrolladas para que esta última funcione.

Rumín (2019) declara que atender a lo que dice el cliente, ofrecerle un trato adecuado, hace que este se sienta comprendido y que se le da la importancia que se merece. Por consiguiente, la capacidad de hacer preguntas clave posibilita una correcta atención.

Estándares de atención al cliente

Izquierdo (2018) detalla que los modelos de servicios de calidad es algo que no puede faltar dentro de un negocio que desea prosperar. En variadas ocasiones se le determina a una persona en específico tal labor. El encargado de la calidad, así pues, es ese individuo responsable de especificar las formas de trabajo, fijar la manera en que se va a llevar a cabo, el camino que debe seguirse, entre otras cosas. Sin embargo, si desempeñas la función de encargado de área, habrás tenido que trabajar muy duro con los empleados, puesto que, aunque ya están determinadas las tareas, siempre hay uno que nos las realiza tal y como está establecido. Cada uno desempeña su labor, tiene su propia manera de hacerlo, y esto produce más inconveniente.

Según, Calderón (2017) asegura que los estándares del servicio al cliente son empleados para sobrepasar las expectativas de los usuarios y dentro de estos, tenemos:

Cortesía. – Es la manera de actuar de un individuo que tiene buenos valores. Una de las particularidades más sobresalientes de esta labor es mostrar siempre disposición para ayudar a los compradores. Con esto nos referimos a que cuando se le presente un problema, e inconveniente, él sienta que hay alguien a su lado, que va a ayudarlo a superar la situación. Es crucial que haya una persona determinada para cuando sucedan este tipo de casos. (Arenal, 2017)

Izquierdo (2018) señala que el empleo de estas capacidades puede hacer que marques la diferencia al momento de proveer un servicio. Por otro lado, puede que no solo sobresalgas entre los demás, sino que, en el mejor de los casos, logres el posicionamiento anhelado. No te desesperes por usar estas habilidades; trabájalo con calma, de manera eficiente y efectiva y te darás cuenta que los niveles de calidad en el servicio aumentarán.

Conocimiento. - Calderón (2017) garantiza que es la información, experiencias pasadas, y datos que se obtiene por alguien por medio de la vivencia o entendimiento práctico.

Un gran número de tus capacidades se basan en cómo tratar a las personas, o en todo caso, como utilizar algunos recursos brindados por la compañía. Debes demostrar tu habilidad en el manejo de computadoras, sistemas, para que de esa forma el comprador se sienta seguro. Al mismo tiempo, durante el proceso de servicio de atención al cliente puedes trabajar de manera rápida con el fin de eliminar los tiempos de espera y por ende la insatisfacción del cliente. Por otro lado, agilizar el trabajo no significa que vas

a hacerlo todo mal, al contrario, haz que tu servicio se desarrolle con eficacia y logre el éxito esperado. (Arenal, 2017)

Seguimiento. - Izquierdo (2018) señala que la observación detallada de los cambios y desenvolvimiento del proceso son aspectos claves.

Calderón (2017) asegura que, si se establece un correcto vínculo con el usuario, tienes la posibilidad de proveer bienes y servicios que vayan acorde a sus deseos y necesidades y ellos te lo agradecerán muchísimo. La determinación de cuáles son sus requerimientos se puede realizar en base a lo que los consumidores compran constantemente o también según hechos pasados. Por tal motivo, se recomienda siempre recolectar y almacenar la información de tus usuarios para que cuando regrese le ofrezcas una experiencia inolvidable.

Sorprender. – Es por hecho que para tener un buen posicionamiento y reconocimiento debes suministrar un servicio de calidad. Sin embargo, algunas veces eso no lo es todo. (Arenal, 2017)

Izquierdo (2018) expresa que mayormente durante tu labor en el área de servicio vas a tener que enfrentar situaciones que van más allá de lo que la organización tenía previsto. Cuando esto pasa, vas a requerir de la habilidad para analizar la circunstancia y en base a los resultados tomar decisiones eficientes y efectivas, también si en ese momento requieres de la presencia o contribución de la alta dirección, no dudes en buscarla. Una de las capacidades en este servicio es saber qué es lo que piensa o como se siente tu cliente por medio de las expresiones que hace, sus movimientos, etc. Pero, para lo que todo esto sea ejecutado con eficacia, necesitas actuar con rapidez y naturalidad de manea que el comprador ni siquiera se imagine que lo estás estudiando.

Triangulo del servicio al cliente. - Calderón (2017) menciona que es una forma de expresar a través de un gráfico la relación de 3 componentes cruciales, los cuales actúan en conjunto para logra altos niveles de calidad en el servicio. Así pues, este modelo es el método del servicio.

Aparte de tener la capacidad de escucha, no debes olvidar que la comunicación entre suministrador y comprador es algo que no puede faltar. Si bien la comunicación tiene varias maneras de darse o expresarse, la más empleada por las organizaciones es la verbal especialmente cuando el servicio se realiza vía telefónica. El objetivo de este tipo de comunicación es asegurar la obtención de información y datos reales del cliente, para luego complacerlos. Es esencial que tengas un vocabulario correcto y extenso.

Momentos de verdad. - Izquierdo (2018) señala que es el momento en que el comprador se relaciona con la empresa y hace preguntas sobre los bienes y servicios que provees. El servicio, en todo momento debe enfocarse en cubrir y satisfacer los requerimientos del cliente. Cuando estas no son complacidas, aparecen los momentos de verdad.

Calderón (2017) Declara que todos los encargados de brindar el servicio al cliente necesitamos ser profesionales a pesar de que en algunas ocasiones es complicado satisfacer a los usuarios. En todo momento hay que considerar que para trabajar en este departamento se deben tener algunos conocimientos, para en momentos críticos saber controlar una situación imprevista, y afrontarla adecuadamente. Asimismo, debes mostrar profesionalidad en todo momento, incluso cuando hay algunos clientes que no se contentan ni conforman con nada que se les brinde, pero a pesar de ello, debes mantener la postura y demostrar que haces muy bien tu trabajo.

Estelar. – Hace referencia a la complacencia obtenida por el servicio brindado, y la calidad de los mismos. (Arenal, 2017)

Izquierdo (2018) expresa que hace referencia a la inclinación por cubrir los requerimientos de los compradores. Tu comprador valorará todo lo que hagas para solucionar sus problemas, y si él nota que no se está haciendo un buen trabajo o en todo caso, se saltan algunos pasos o los clientes piden algo que no está en manos de los encargados es importante hacérselos saber de manera que no sientan que han sido dejados en el aire, pues solo así conseguiremos su satisfacción.

Critico. - Calderón (2017) menciona que es el momento cuando el comprador no está seguro del servicio de atención brindado por los productos ofrecidos.

Los momentos de verdad son distintos. En una organización desarrollada y que tiene una buena relación con los usuarios, pueden existir múltiples momentos de verdad, pero mayormente, sólo unos cuantos impactarán en los puntos de vista de los consumidores. Las ocasiones críticas de verdad necesitan de un esfuerzo y dedicación particular. Los directivos no siempre pueden hacer todo ellos solos, por lo que deben identificar qué factores son los que los ayudarán a tener un mayor impacto sobre la complacencia de los compradores. Así pues, necesitan manejar estos elementos o situaciones del bien y asesorar a los trabajadores eficientemente. (Arenal, 2017)

III. Hipótesis

Hernández & Mendoza (2018) mencionan que las hipótesis indican lo que tratamos de experimentar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones. Asimismo, manifiestan que, para la investigación cualitativa con aspecto descriptivo, solo se formulan hipótesis cuando se pronostica un hecho o dato. Es así que, en la presente investigación no se realizará algún pronóstico, no se busca relacionar una incidencia con otros factores, sino que se recolectarán datos sobre las diferentes características de las variables tanto para la gestión de calidad y clima organizacional en las MYPE objeto de estudio, por tanto, no se registró hipótesis.

IV. Metodología de la investigación

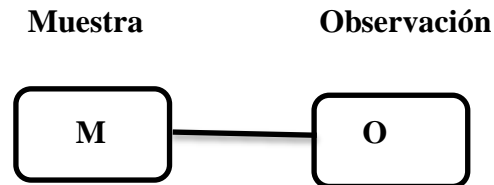
4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue de tipo cuantitativa, ya que mediante el uso de herramientas estadísticas se examinaron la información de forma científica, mediante la representación de frecuencias y porcentajes; permitiendo evaluar y analizar los resultados de las variables; y generalizarlos según la realidad problemática evidenciado de forma objetiva. Según (Romero, 2016) señalan que los estudios cuantitativos, estandarizan procedimientos para que a través de la estadística se puedan representar los resultados de manera científica.

El presente trabajo de investigación fue de nivel descriptivo, porque se detallaron las características de los hechos evaluados en relación a las variables estudiadas (gestión de calidad y atención al cliente) en el contexto de las unidades de análisis. Según (Romero, 2016), los estudios descriptivos, refieren las características bajo la perspectiva del grupo de personas que se desempeñan en el mismo concepto, describiendo sus perfiles o la ocurrencia empresarial en relación a las variables estudiadas.

Y el diseño de la presente investigación fue no experimental, ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Por consiguiente, (Ibañez, 2017) define “es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural”. También fue de corte transversal, porque “se

recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito esencial es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores y se pueden dividir en dos tipos fundamentales". (Ibañez, 2017)



Dónde:

M = Muestra conformada por los clientes encuestados.

O = Observación de las variables: Gestión de calidad y Atención al Cliente.

4.2. Población y muestra

Población:

Para la variable calidad de servicio y atención al cliente se necesitó de la apreciación de los clientes por lo tanto la población es infinita.

Muestra:

Para la variable calidad de servicio y atención al cliente se necesitó de una fórmula estadística, ya que la población es infinita y según Sampieri en su libro metodología de la investigación afirma que cuando la población es mayor de 50 se necesita una fórmula estadística, la cual es:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

El tamaño de muestra, para un nivel de confianza del 95 %, un error del 5 % y una proporción estimada de 0.05. Para $2-\alpha= 0.95$ resulta $Z_{2-\alpha/2}= 1.96$

Siendo que existe población determinada que permitió asignar cantidad de personas en p y q, entonces se procede de acuerdo con (Hernández, Fernández y Batista, 2010) en asignar término medio donde:

P = probabilidades de concurrencia: 50%

Q = probabilidades de no concurrencia: 50%

E = error muestral de 5%

Z = Confianza 95%

n = Factor valor por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2} =$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.50 \times 0.50}{0.25}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.25}$$

$$n = 3.8416$$

$$n = 384$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

Cuadro 1
RUC de MYPE en investigación

RUC:	20526109237 - CLINICA SANTA ROSA SULLANA S.A.C.
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Nombre Comercial:	-
Fecha de Inscripción:	02/07/2011
Estado:	ACTIVO
Condición:	HABIDO
Domicilio Fiscal:	AV. PANAMERICANA NRO. 332 URB. SANTA ROSA (A MEDIA CUADRA DEL COLEGIO SANTA URSULA) PIURA - SULLANA - SULLANA
Actividad(es) Económica(s):	Principa - CIIU 85193 - OTRAS ACTIV.RELAC. CON SALUD HUMANA Secundaria 1 - CIIU 74117 - ACTIVIDADES JURIDICAS
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA NOTA DE CREDITO NOTA DE DEBITO GUIA DE REMISION - REMITENTE
Sistema de Emisión Electrónica:	BOLETA PORTAL DESDE 31/12/2019

Fuente: SUNAT

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Nivel
Calidad de servicio	Pizzo (2016) define la calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable.	Estrategias	La dimensión de estrategias se medirá con sus indicadores: el autoservicio es fundamental, estar presente cuando sea necesario, llama a tus clientes asegúrate de ofrecer un buen servicio, respuestas automáticas, ser proactivo es una virtud, la empatía lo es todo, esperar lo inesperado y ten en mente que cada día hay algo nuevo, con cotejo de escala nominal.	El autoservicio es fundamental	Clientes	Nominal
				Estar presente cuando sea necesario		
				Llama a tus clientes asegúrate de ofrecer un buen servicio		
				Respuestas automáticas		
				Ser proactivo es una virtud		
				La empatía lo es todo		
				Espera lo inesperado		
		Ten en mente que cada día hay algo nuevo				
		Beneficios	La dimensión de beneficios se medirá con sus indicadores: aumento de ingresos, mejor reputación, mejor satisfacción del cliente, lealtad del cliente y empleados involucrados, con cotejo de escala nominal	Aumento de ingresos		
				Mejor reputación		
Mejor satisfacción del cliente						
		Lealtad de los clientes				
		Empleados involucrados				

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Nivel
Atención al cliente	Para, Torres (2018) determina que el servicio al cliente es aquel que provee una organización para mantener un vínculo con sus compradores. corresponde a una serie de procedimientos y acciones relacionadas entre sí que ejecuta la compañía con el objetivo de que su razón de ser consiga el bien o servicio en el momento y lugar correcto y garantice la eficaz utilización del mismo.	Estrategias	La dimensión de estrategias se medirá con sus indicadores: conocimiento de sus clientes, creación de un área responsable, instauración de una cultura de servicio al cliente, establecimiento de estándares, documentar los requisitos de los clientes y trabajar en la lealtad de los clientes, con cotejo de escala nominal.	Conocimiento de sus clientes	Clientes	Nominal
				Creación de un área responsable		
				Instauración de una cultura de servicio al cliente		
				Establecimiento de estándares		
				Documentar los requisitos de los clientes		
				Trabajar en la lealtad de los clientes		
		Estándares	La dimensión de estándares se medirá con sus indicadores: cortesía, conocimiento ,seguimiento sorprender ,triangulo del servicio al cliente, momentos de verdad ,estelar y Crítico, con cotejo de escala nominal.	Cortesía		
				Conocimiento		
				Seguimiento		
				Sorprender		
				Triangulo del servicio al cliente		
				Momentos de verdad		
				Estelar		
Critico						

4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Según Nolzco & Carhuancho (2019) indica que las técnicas e instrumentos de investigación se refiere al tipo de recurso que empleó el investigador, para recolectar información y datos relacionados con el tema que se estudia. Por tanto, para el desarrollo de la presente investigación, se empleó la encuesta como técnica de recojo de datos. Asimismo, López & Fachelli (2018) señalan que el cuestionario es el instrumento más utilizado para recolectar información y ha trascendido notablemente en la investigación científica. Además, que través de estos instrumentos, se obtiene información sintetizada que se utilizó e interpretó de acuerdo con el Marco Teórico. En tal sentido, para la investigación se empleó como instrumento, el cuestionario pre – diseñado de escala nominal.

Es así que se elaboró un cuestionario aplicado a clientes, constan de 27 preguntas, los cuales sirvió para medir las variables calidad de servicio y atención al cliente. Dicho cuestionario es un total de 27 preguntas cerradas y se especifica de la siguiente manera: de la pregunta 1 a la pregunta 13, el cuestionario está enfocado al indicador calidad de servicio, de la pregunta 14 a la 27, en el segundo cuestionario se busca conocer e identificar las estrategias y estándares de la atención al cliente. Éstos fueron validados por tres expertos, y con ello se busca dar respuesta a los objetivos de la investigación. Los cuestionarios se obtuvieron a partir de la matriz de operacionalización en donde se determina cuáles son las dimensiones e indicadores que medirán a cada variable según los objetivos. La variable calidad de servicio está dividida por las dimensiones: Estrategias y principios, a la vez estas dimensiones serán medidas por sus indicadores.

De igual manera la variable atención al cliente está dividida por sus dimensiones: estrategias y estándares.

Además, se recurrió al marco teórico, así como a los cuestionarios de los antecedentes, los cuales sirvieron de guía para diseñar los cuestionarios del presente estudio. Antes de la recolección de datos, se acudió a la clínica Santa Rosa, con la finalidad de coordinar con el administrador, el momento oportuno para realizar los cuestionarios, es así que para la aplicación de los mismos se fijó un tiempo determinado, siendo un día de semana.

4.5. Plan de análisis

Según Escudero (2017) describe las distintas operaciones a las que fueron sometidos los datos que se obtengan según su: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso, y en el análisis se definieron las técnicas lógicas que fueron empleadas para descifrar lo que revelan los datos recolectados, estableciendo que en el presente estudio de investigación se realizó a través de la recopilación de datos haciendo uso de diferentes técnicas, tales como: La encuesta.

En la presente investigación se usó la técnica de la encuesta que permitió recoger los datos mediante dos cuestionarios estructurados de preguntas, aplicados a los clientes de la Clínica Santa Rosa Sullana SAC. en Sullana, los cuales han sido seleccionados por el investigador. La información recopilada se procesó a través del programa estadístico SPSS V25, haciendo uso de la estadística descriptiva de cada una de las variables utilizando el programa Excel de Windows 2018, representando las frecuencias y porcentajes a través de tablas y gráfico.

4.6. Matriz de Consistencia

Título	Enunciado del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	Metodología
Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020	¿Cuáles son las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020?	Determinar las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.	a) Identificar las estrategias de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020	Calidad de Servicio	Nivel de investigación: Descriptiva tipo de investigación: Cuantitativa Diseño: No experimental, corte transversal
			b) Describir los beneficios de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020		Unidades Económicas de la investigación: 01 MYPE
			c) Identificar las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020	Atención al Cliente	Población: Infinita para calidad de servicio y atención al cliente. Muestra: 384 clientes
			d) Describir los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020		Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

4.7.Principios éticos

Es de vital importancia los principios de ética porque permitió tener en cuenta criterios fundamentales que sirven de guía para una preparación concienzuda de protocolos de investigación científica y la ejecución coherente con ellos hasta el final de una investigación. Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia y acuciosidad al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio, y según el Código de Ética para la Investigación (versión 002) de la (ULADECH, 2019) indica que los principios éticos que se tuvieron en cuenta en la presente investigación fueron:

Protección a las personas. – Durante el tiempo de la investigación se respetó al administrador, personal y los clientes, ya que no se obligó a desarrollar la encuesta si es que no están con disponibilidad, y solo se tomó en cuenta a las personas que tengan disponibilidad para llenar las encuesta, asimismo no se divulgó su nombre.

Libre participación y derecho a estar informado. – En la presente investigación se contó con la libre participación del administrador de la clínica Santa Rosa, a quien se solicitó una entrevista, quien afirmó que se tomó el tiempo para leer la investigación y de acuerdo a ello brindó su consentimiento, luego de la firma brindó datos de números y correos para enviar el link de la encuesta, con la finalidad de desarrollar y obtener datos concretos para el desarrollo de los resultados.

Justicia. - Al administrador, personal y clientes se les trató con el total respeto que se merecen, y por ningún motivo se dieron comentarios fuera de lugar o maliciosos, para no ocasionar imprevistos o faltas de respeto, asimismo no se manipularon ni se

cambiaron los datos obtenidos mediante la encuesta, y se descargó del sistema tal cual es, de todas las preguntas.

Integridad científica. – En todo momento se colocó las respectivas citas bibliográficas, para no caer en plagio, y se colocó las citas de acuerdo a las normas APA séptima edición, además se utilizó el sistema Mendeley para la acumulación de los libros y páginas de donde se obtuvieron los párrafos y definiciones de las bases teóricas.

V. Resultados

5.1. Resultado

VARIABLE: Calidad de servicio

Primer objetivo específico: Identificar las estrategias de la Calidad de servicio

en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020

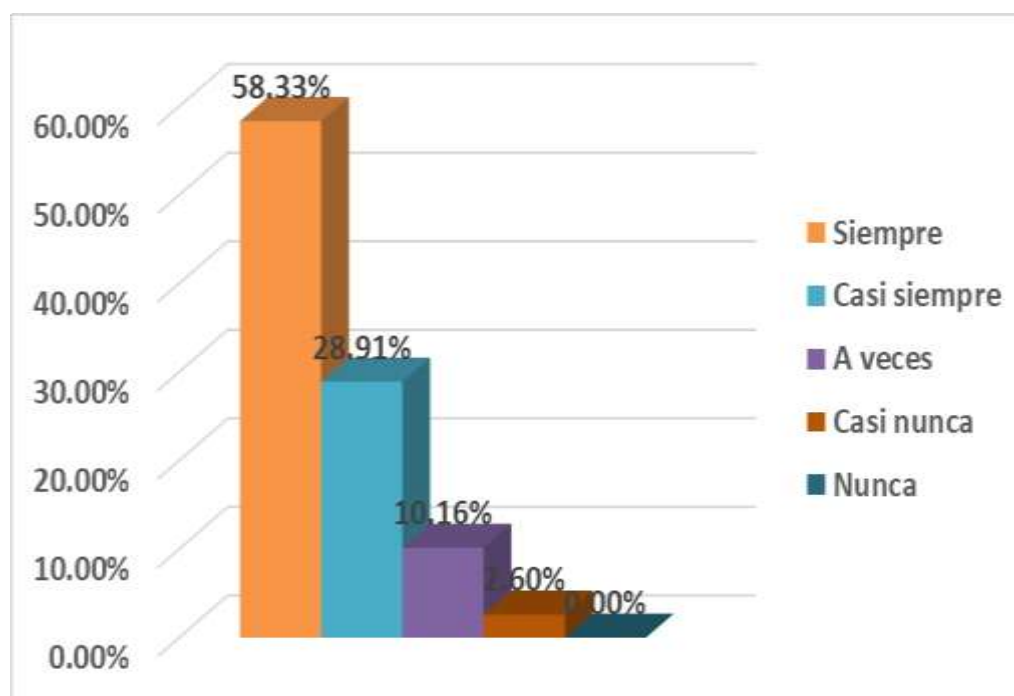
Tabla 1

Está satisfecho con la atención inmediata

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	224	58.33%
Casi siempre	111	28.91%
A veces	39	10.16%
Casi nunca	10	2.60%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 1

Está satisfecho con la atención inmediata

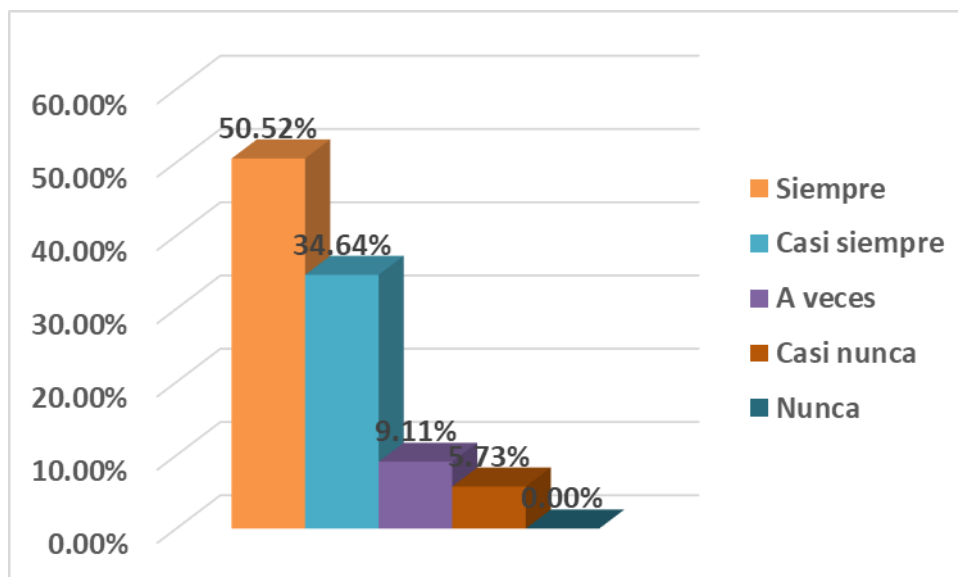


Interpretación:

Según la tabla y figura 1 se observa que el 58.33% de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa, mientras que el 28.91% indica que casi siempre está satisfecho con la atención inmediata, además el 10.16% indican que a veces está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa, asimismo el 2.60% indican que casi nunca está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa.

Tabla 2***La clínica ha mejorado el control y monitoreo***

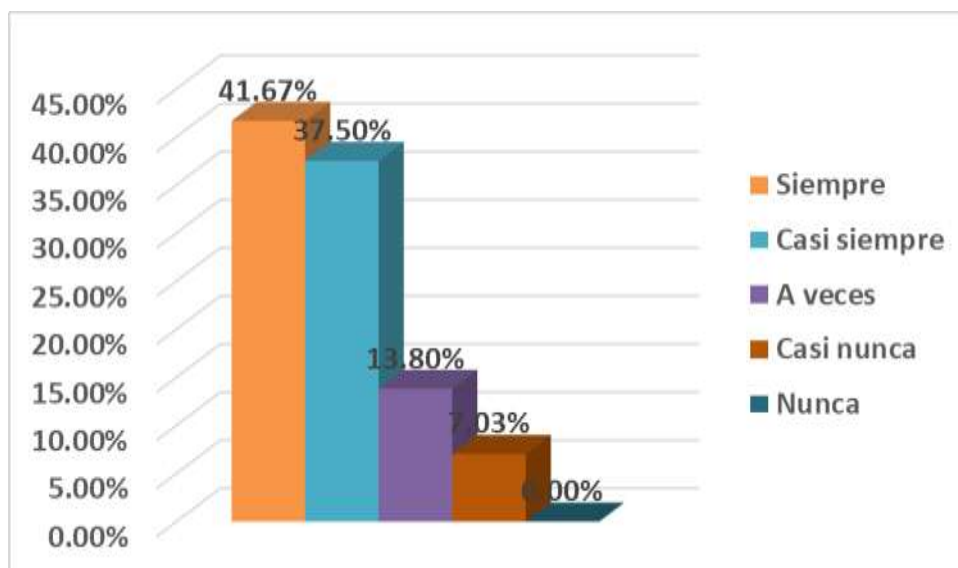
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	194	50.52%
Casi siempre	133	34.64%
A veces	35	9.11%
Casi nunca	22	5.73%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 2***La clínica ha mejorado el control y monitoreo*****Interpretación:**

Según la tabla y figura 2 se observa que el 50.52% de los clientes consideran que en los últimos tiempos la clínica siempre ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias, mientras que el 34.64% indica que en los últimos tiempos la clínica casi siempre ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias, el 9.11% indica que en los últimos tiempos la clínica a veces ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias, además el 5.73% indica que en los últimos tiempos la clínica casi nunca ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias.

Tabla 3*La clínica le llama para entregarle los resultados*

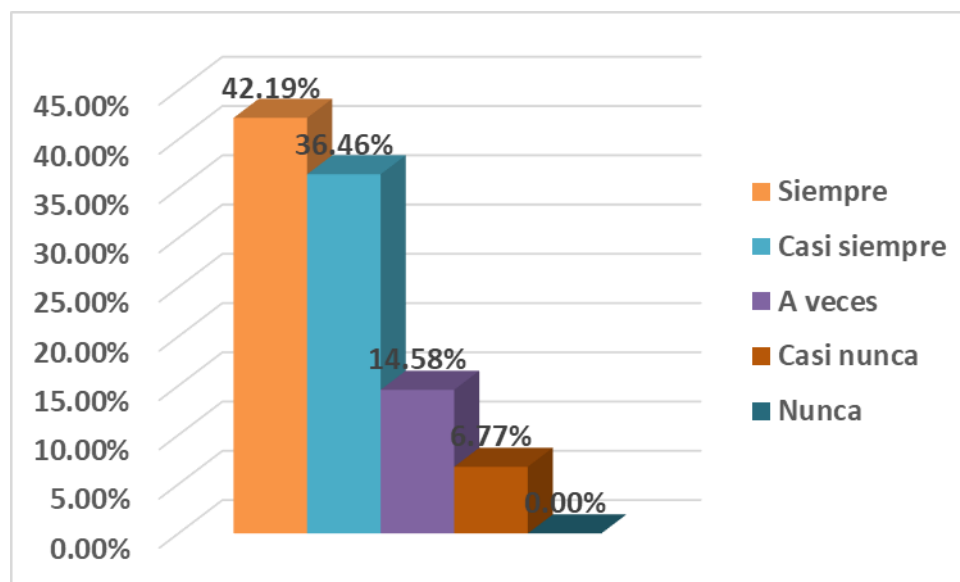
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	160	41.67%
Casi siempre	144	37.50%
A veces	53	13.80%
Casi nunca	27	7.03%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 3*La clínica le llama para entregarle los resultados***Interpretación:**

Según la tabla y figura 3 se observa que el 41.67% de los clientes consideran que cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica siempre le llama para entregarle los resultados, mientras que el 37.50% indica que cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica casi siempre le llama para entregarle los resultados, el 13.80% menciona que cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica a veces le llama para entregarle los resultados, asimismo el 7.03% menciona que cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica casi nunca le llama para entregarle los resultados.

Tabla 4*El médico le contesta inmediatamente*

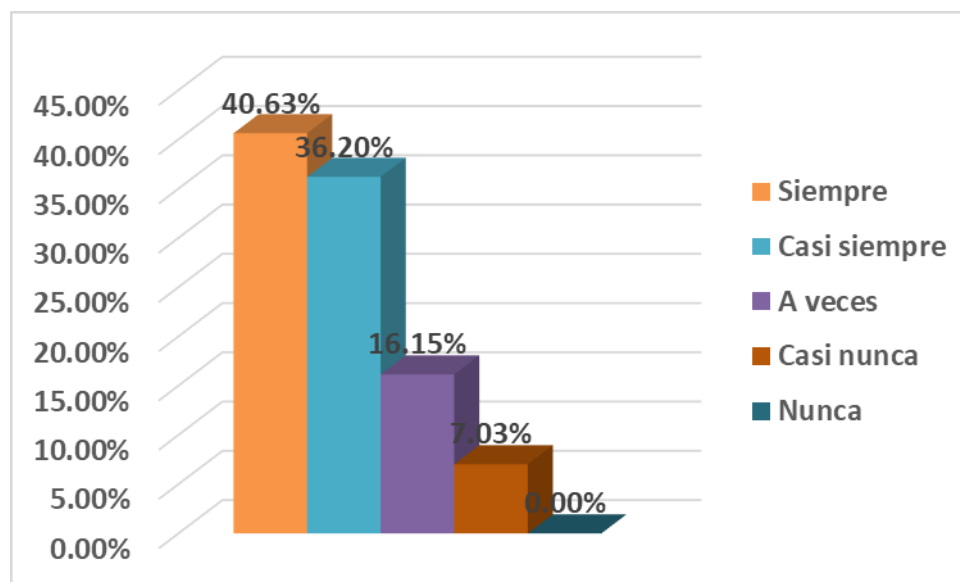
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	162	42.19%
Casi siempre	140	36.46%
A veces	56	14.58%
Casi nunca	26	6.77%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 4.*El médico le contesta inmediatamente***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 4 se observa que el 42.19% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico, mientras que el 36.46% indica que el médico que le está atendiendo casi siempre le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico, el 14.58% indica que el médico que le está atendiendo a veces le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico, además el 6.77% indica que el médico que le está atendiendo casi nunca le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico.

Tabla 5***El personal de admisión brinda información rápida y oportuna***

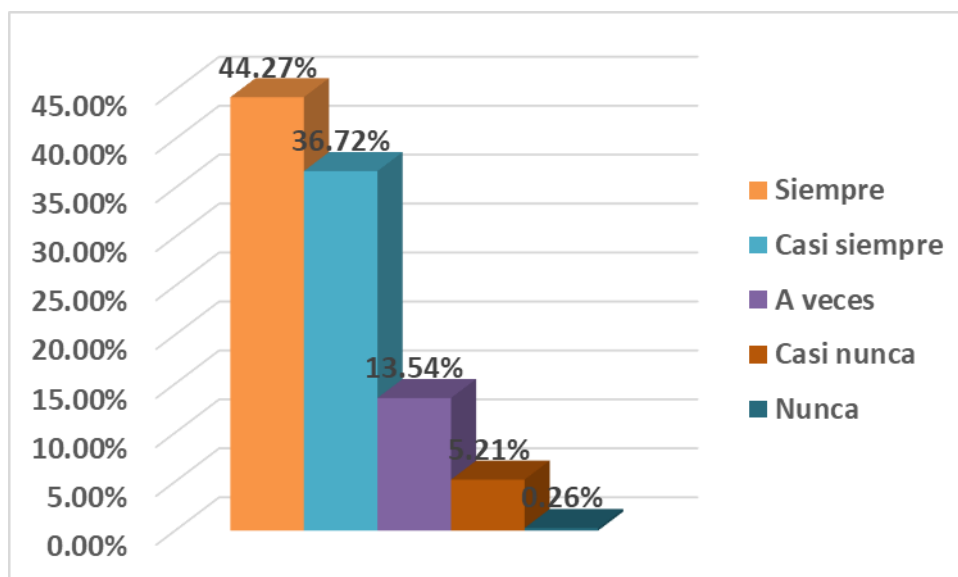
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	156	40.63%
Casi siempre	139	36.20%
A veces	62	16.15%
Casi nunca	27	7.03%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 5***El personal de admisión brinda información rápida y oportuna*****Interpretación:**

Según la tabla y figura 5 se observa que el 40.63% de los clientes consideran que el personal de admisión siempre brinda información rápida y oportuna, mientras que el 36.20% afirma que el personal de admisión casi siempre brinda información rápida y oportuna, el 16.15% manifiesta que el personal de admisión a veces brinda información rápida y oportuna, además el 7.03% manifiesta que el personal de admisión casi nunca brinda información rápida y oportuna.

Tabla 6***El personal de enfermería se muestra empático***

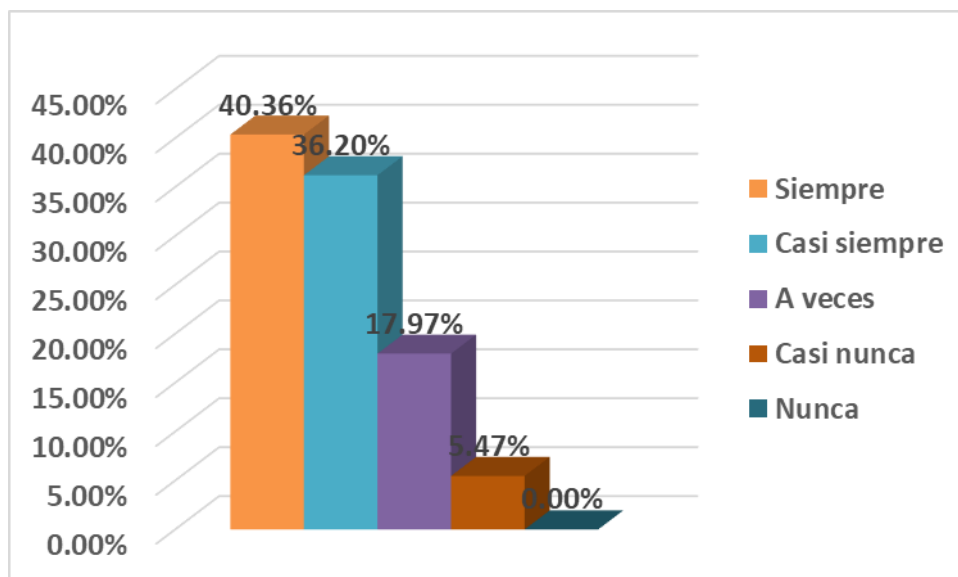
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	170	44.27%
Casi siempre	141	36.72%
A veces	52	13.54%
Casi nunca	20	5.21%
Nunca	1	0.26%
Total	384	100.00%

Figura 6***El personal de enfermería se muestra empático*****Interpretación:**

Según la tabla y figura 6 se observa que el 44.27% de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud, mientras que el 36.72% afirma que el personal de enfermería casi siempre se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud, el 13.54% manifiesta que el personal de enfermería a veces se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud, además el 5.21% manifiesta que el personal de enfermería casi nunca se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud, y el 0.26% manifiesta que el personal de enfermería nunca se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud.

Tabla 7*El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada*

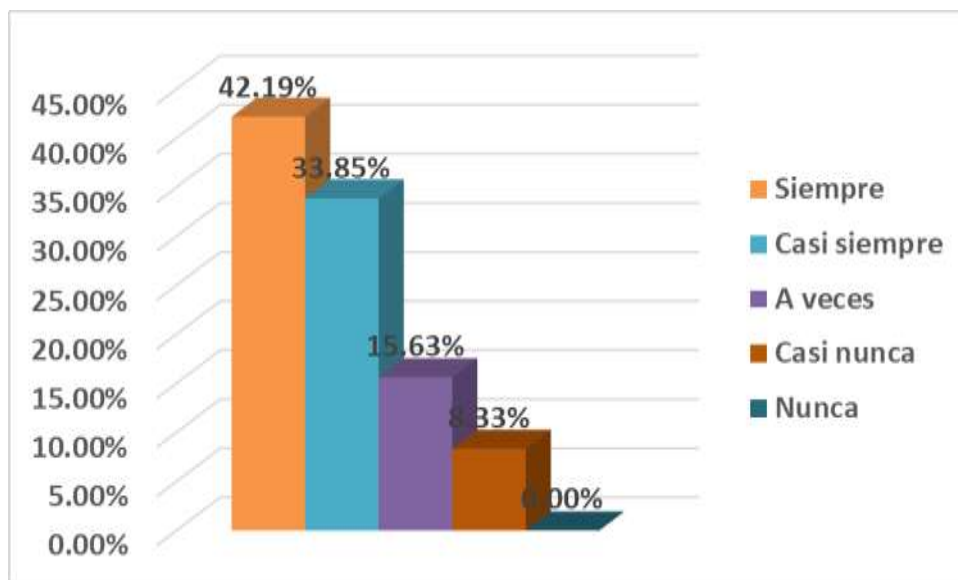
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	155	40.36%
Casi siempre	139	36.20%
A veces	69	17.97%
Casi nunca	21	5.47%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 7*El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 7 se observa que el 40.36% de los clientes consideran que el tiempo de espera para realizar una consulta médica siempre es la adecuada, mientras que el 36.20% indica que el tiempo de espera para realizar una consulta médica casi siempre es la adecuada, además el 17.97% afirma que el tiempo de espera para realizar una consulta médica a veces es la adecuada, asimismo el 5.47% afirma que el tiempo de espera para realizar una consulta médica casi nunca es la adecuada.

Tabla 8***La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos***

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	162	42.19%
Casi siempre	130	33.85%
A veces	60	15.63%
Casi nunca	32	8.33%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 8***La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos*****Interpretación:**

Según la table y figura 8 se observa que el 42.19% de los clientes consideran que la clínica siempre tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos, mientras que el 33.85% afirma que la clínica casi siempre tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos, además el 15.63% manifiesta que la clínica a veces tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos, asimismo el 8.33% manifiesta que la clínica casi nunca tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos.

Segundo objetivo específico: Describir los beneficios de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

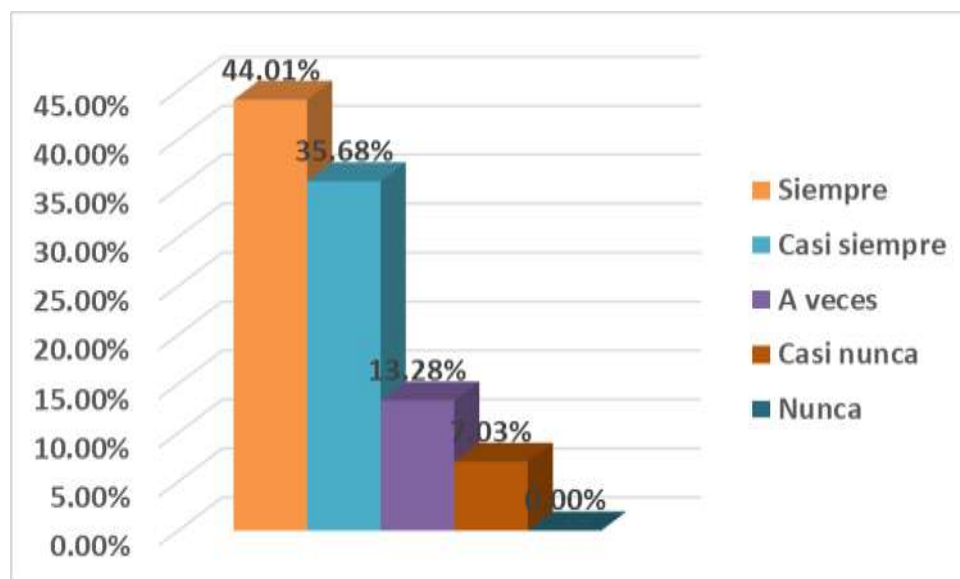
Tabla 9

Usted está satisfecho con la atención brindada

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	169	44.01%
Casi siempre	137	35.68%
A veces	51	13.28%
Casi nunca	27	7.03%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 9

Usted está satisfecho con la atención brindada

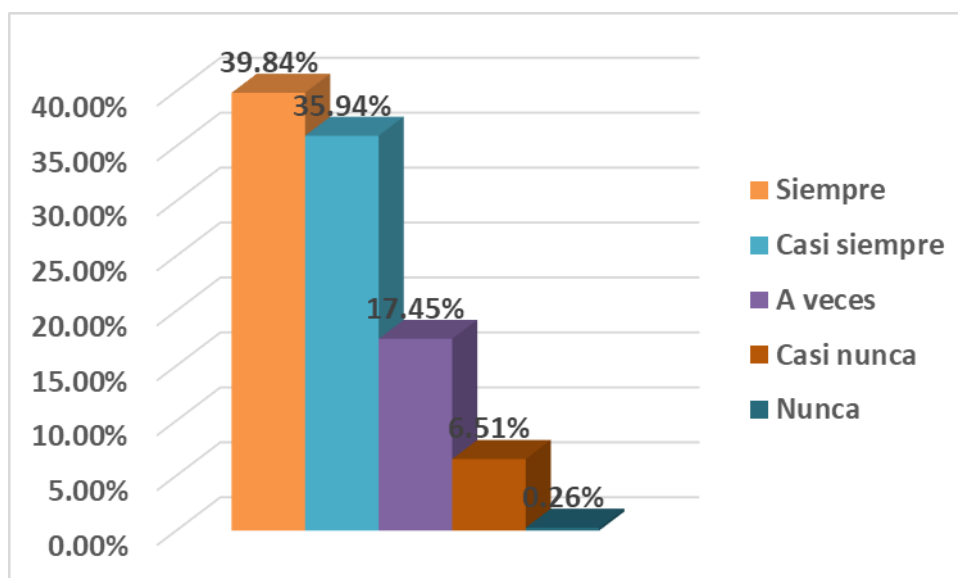


Interpretación:

Según la tabla y figura 9 se observa que el 44.01% de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica, mientras que el 35.68% considera que casi siempre está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica, el 13.28% considera que a veces está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica, además el 7.03% considera que casi nunca está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica.

Tabla 10***El personal otorga una buena imagen y competencia***

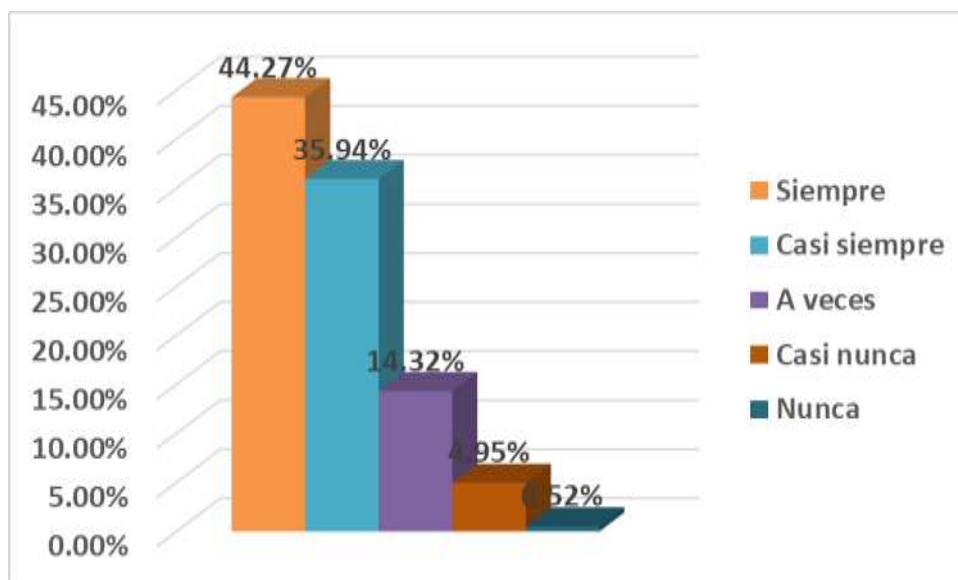
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	153	39.84%
Casi siempre	138	35.94%
A veces	67	17.45%
Casi nunca	25	6.51%
Nunca	1	0.26%
Total	384	100.00%

Figura 10***El personal otorga una buena imagen y competencia*****Interpretación:**

Según la tabla y figura 10 se observa que el 39.84% de los clientes consideran que el personal siempre otorga una buena imagen y competencia, mientras que el 35.94% indica que el personal casi siempre otorga una buena imagen y competencia, el 17.45% indica que el personal a veces otorga una buena imagen y competencia, además el 6.51% indica que el personal casi nunca otorga una buena imagen y competencia, asimismo el 0.26% indica que el personal nunca otorga una buena imagen y competencia.

Tabla 11*Usted está satisfecho con la técnica empleada*

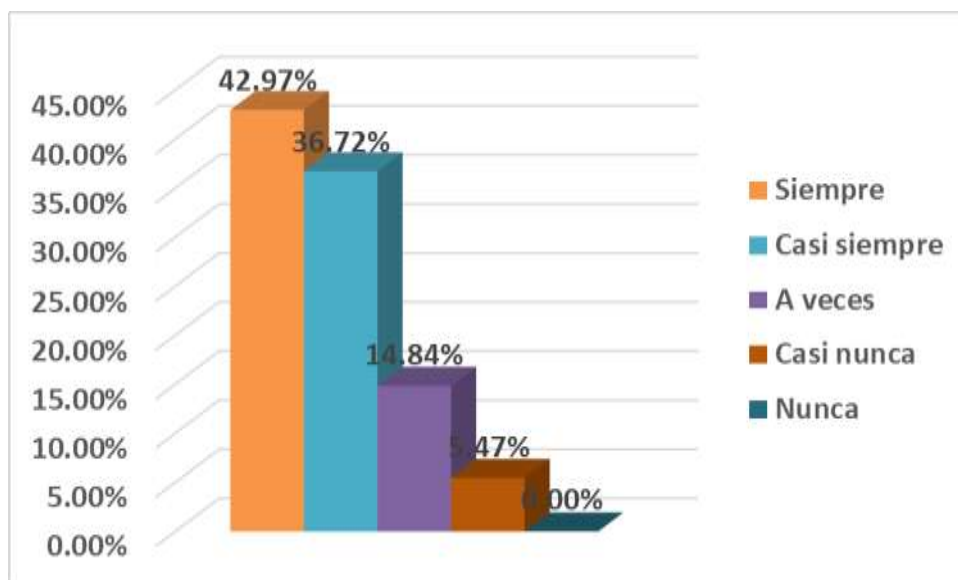
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	170	44.27%
Casi siempre	138	35.94%
A veces	55	14.32%
Casi nunca	19	4.95%
Nunca	2	0.52%
Total	384	100.00%

Figura 11*Usted está satisfecho con la técnica empleada***Interpretación:**

Según la tabla y figura 11 se observa que el 44.27% de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica, mientras que el 35.94% indica que casi siempre está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica, el 14.32% indica que a veces está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica, además el 4.95% indica que casi nunca está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica, asimismo el 0.52% indica que nunca está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica.

Tabla 12*Usted es leal a la clínica*

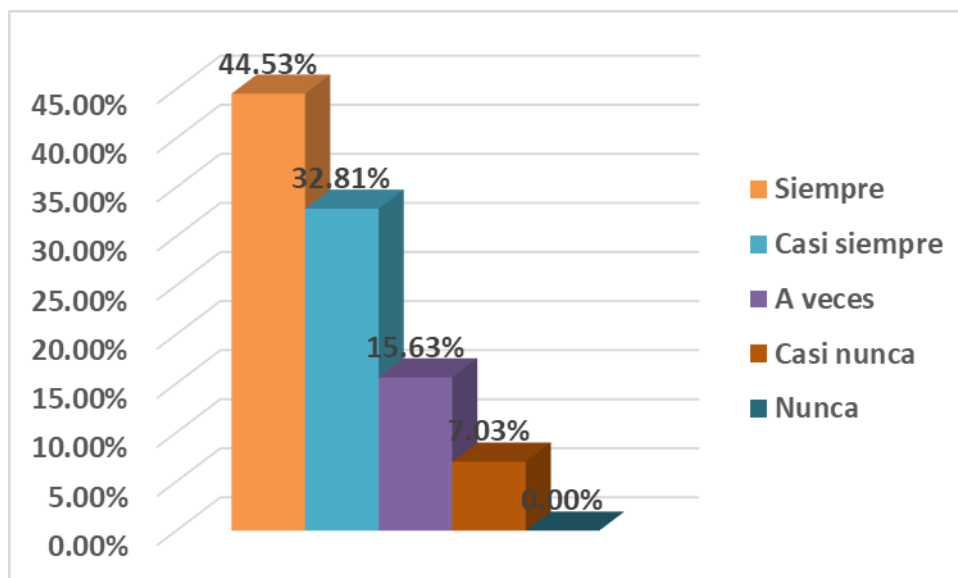
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	165	42.97%
Casi siempre	141	36.72%
A veces	57	14.84%
Casi nunca	21	5.47%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 12*Usted es leal a la clínica***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 12 se observa que el 42.97% de los clientes consideran que el siempre es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo, mientras que el 36.72% indica que casi siempre es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo, además el 14.84% explican que a veces es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo, asimismo el 5.47% explican que casi nunca es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo.

Tabla 13***El personal tiene actitud de servicio***

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	171	44.53%
Casi siempre	126	32.81%
A veces	60	15.63%
Casi nunca	27	7.03%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 13***El personal tiene actitud de servicio*****Interpretación:**

Según, la tabla y figura 13 se observa que el 44.53% de los clientes consideran que el personal siempre tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, mientras que el 32.81% indica que el personal casi siempre tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, asimismo el 15.63% afirma que el personal a veces tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, además el 7.03% afirma que el personal casi nunca tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes.

Variable: Atención al cliente

Tercer objetivo específico: Identificar las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

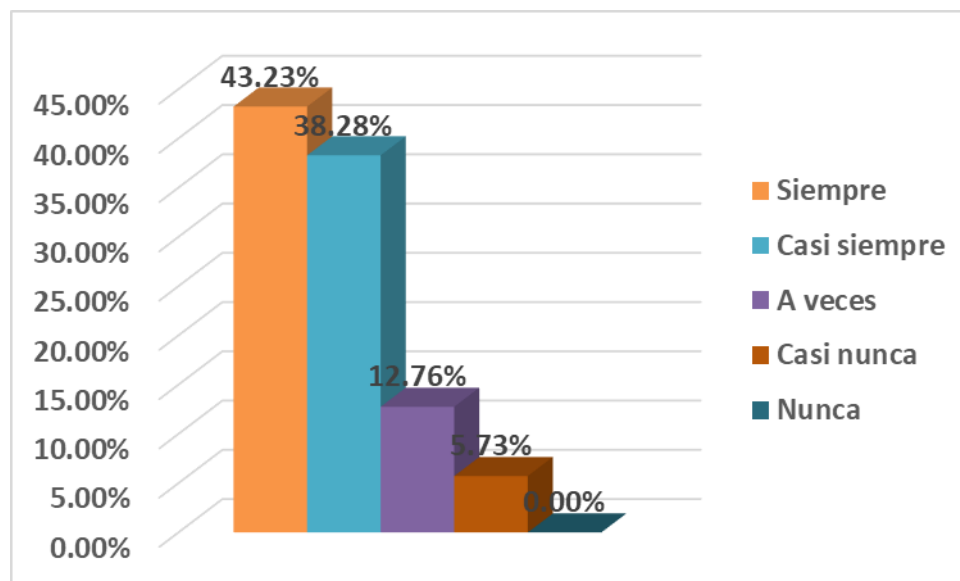
Tabla 14

El personal le ha solicitado sus datos personales

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	166	43.23%
Casi siempre	147	38.28%
A veces	49	12.76%
Casi nunca	22	5.73%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 14

El personal le ha solicitado sus datos personales

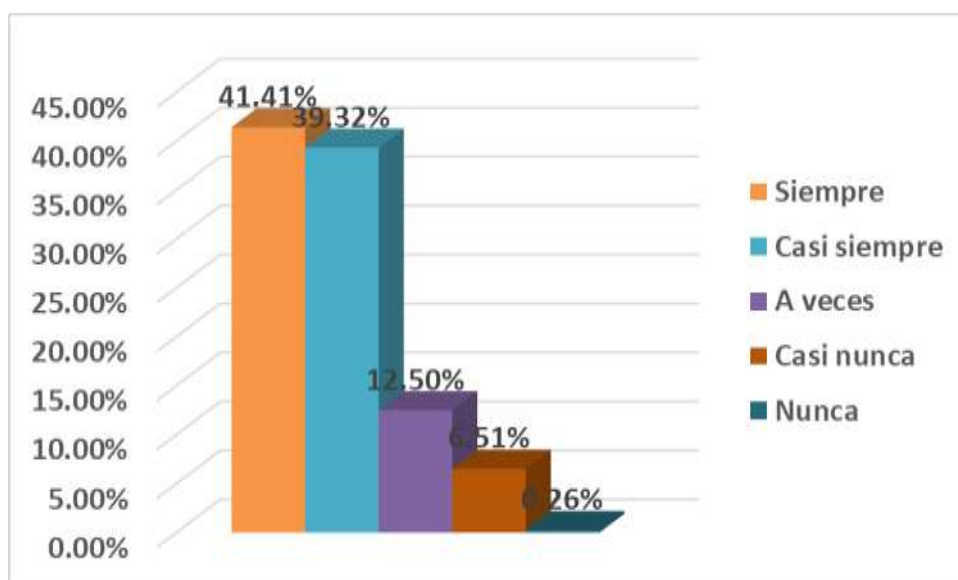


Interpretación:

Según, la tabla y figura 14 se observa que el 43.23% de los clientes consideran que cuándo ha sacado su cita médica el personal siempre le ha solicitado sus datos personales, mientras que el 38.28% considera cuándo ha sacado su cita médica el personal casi siempre le ha solicitado sus datos personales, además el 12.76% indica que cuándo ha sacado su cita médica el personal a veces le ha solicitado sus datos personales, asimismo el 5.73% indica que cuándo ha sacado su cita médica el personal casi nunca le ha solicitado sus datos personales.

Tabla 15***La clínica tiene un área responsable***

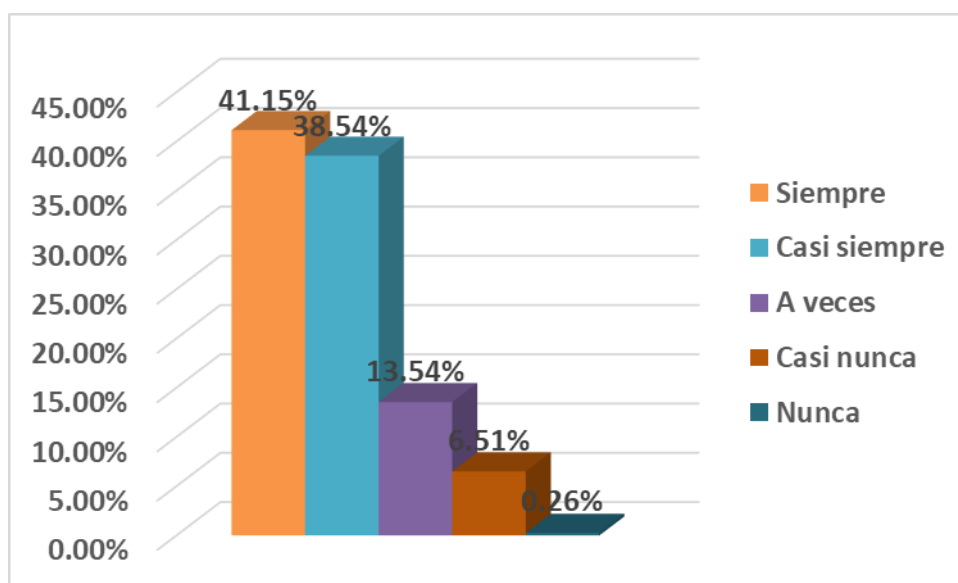
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	159	41.41%
Casi siempre	151	39.32%
A veces	48	12.50%
Casi nunca	25	6.51%
Nunca	1	0.26%
Total	384	100.00%

Figura 15***La clínica tiene un área responsable*****Interpretación:**

Según, la tabla y figura 15 se observa que el 41.41% de los clientes consideran que la clínica siempre tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente, mientras que el 39.32% indica la clínica casi siempre tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente, además el 12.50% indica la clínica a veces tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente, asimismo el 6.51% indica la clínica casi nunca tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente, y el 0.26% indica la clínica nunca tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente.

Tabla 16*La clínica promueve una cultura de servicio*

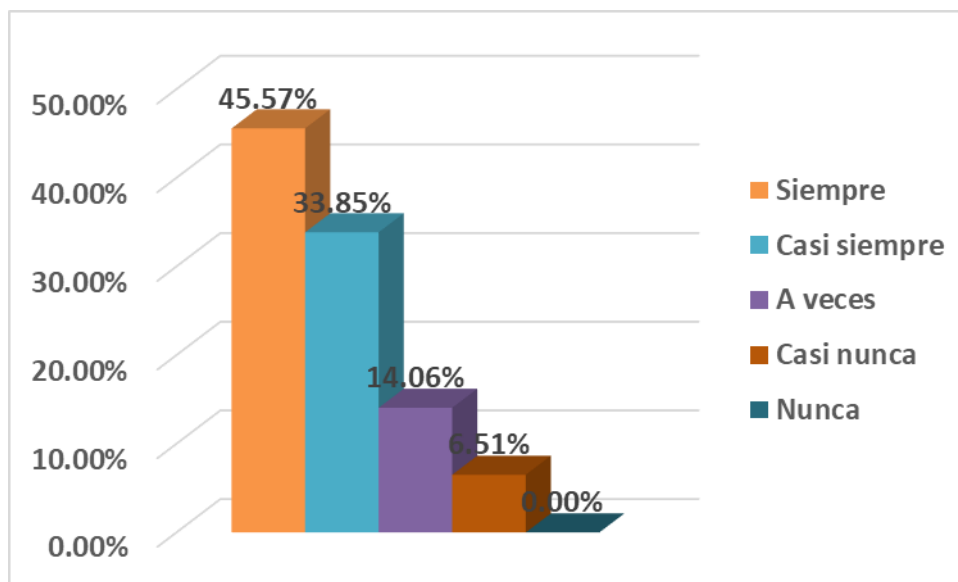
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	158	41.15%
Casi siempre	148	38.54%
A veces	52	13.54%
Casi nunca	25	6.51%
Nunca	1	0.26%
Total	384	100.00%

Figura 16*La clínica promueve una cultura de servicio***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 16 se observa que el 41.15% de los clientes consideran que la clínica siempre promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente, mientras que el 38.54% indica que la clínica casi siempre promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente, además el 13.54% indica que la clínica a veces promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente, asimismo el 6.51% indica que la clínica casi nunca promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente, y el 0.26% indica que la clínica nunca promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente.

Tabla 17***El personal de enfermería tiene estándares***

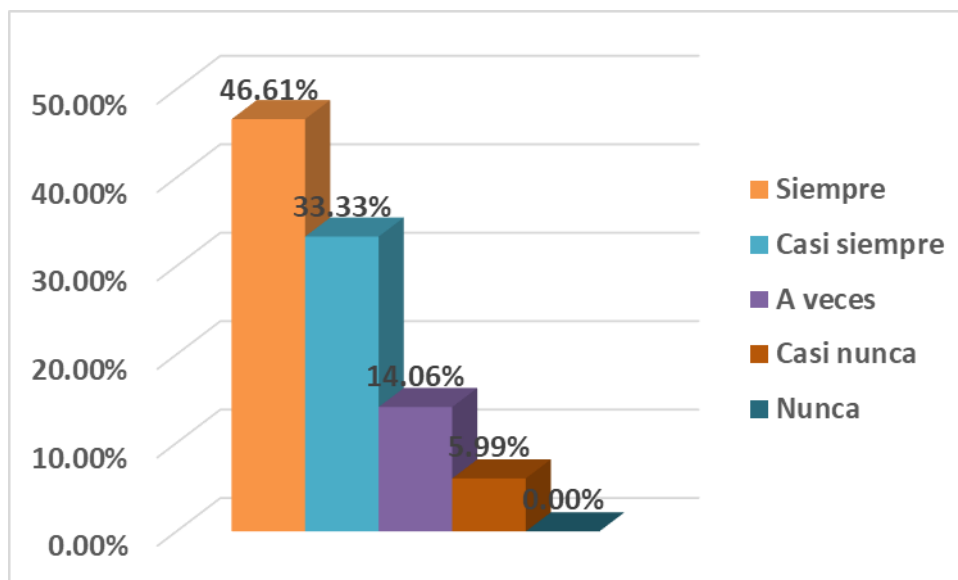
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	175	45.57%
Casi siempre	130	33.85%
A veces	54	14.06%
Casi nunca	25	6.51%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 17***El personal de enfermería tiene estándares*****Interpretación:**

Según, la tabla y figura 17 se observa que el 45.57% de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda, mientras que el 33.85% indica que el personal de enfermería casi siempre tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda, además el 14.06% indica que el personal de enfermería a veces tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda, asimismo el 6.51% indica que el personal de enfermería casi nunca tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda.

Tabla 18***Conoce si la clínica tiene documentado la información***

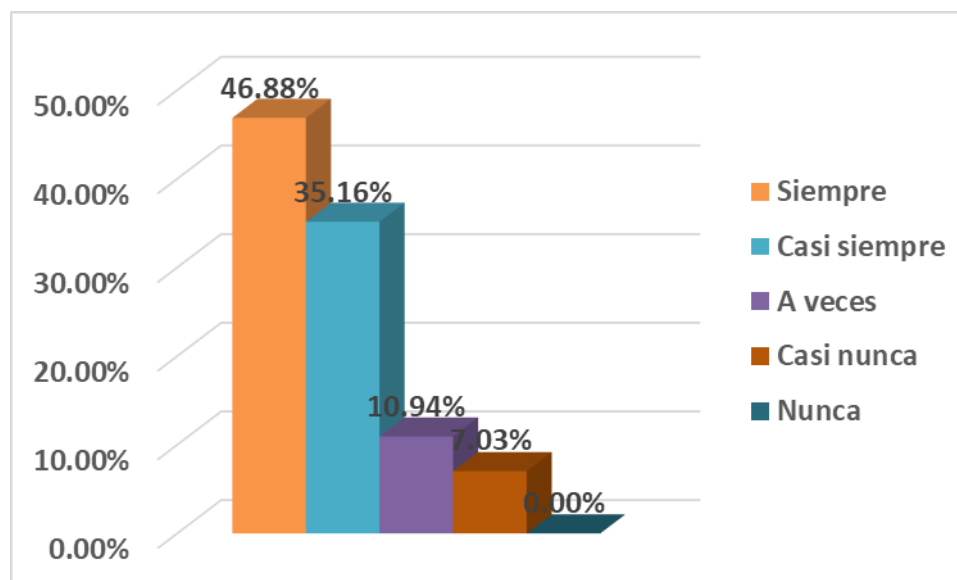
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	179	46.61%
Casi siempre	128	33.33%
A veces	54	14.06%
Casi nunca	23	5.99%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 18***Conoce si la clínica tiene documentado la información*****Interpretación:**

Según la tabla y figura 18 se observa que el 46.61% de los clientes consideran que la clínica siempre tiene documentado la información sobre su historia clínica, mientras que el 33.33% indica que la clínica casi siempre tiene documentado la información sobre su historia clínica, además el 14.06% indica que la clínica a veces tiene documentado la información sobre su historia clínica, asimismo el 5.99% indica que la clínica casi nunca tiene documentado la información sobre su historia clínica.

Tabla 19*El personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	180	46.88%
Casi siempre	135	35.16%
A veces	42	10.94%
Casi nunca	27	7.03%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 19*El personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 19 se observa que el 46.88% de los clientes consideran que el personal siempre ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, mientras que el 35.16% indica que el personal casi siempre ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, además el 10.94% indica que el personal a veces ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, asimismo el 7.03% indica que el personal casi nunca ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar.

Cuarto objetivo específico: Describir los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

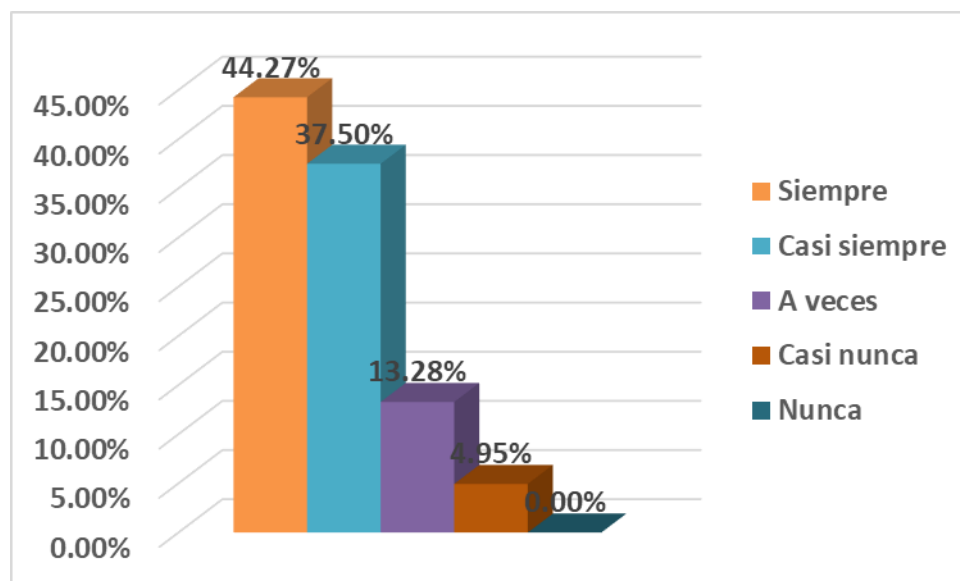
Tabla 20

El personal de enfermería es cortés y amable

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	170	44.27%
Casi siempre	144	37.50%
A veces	51	13.28%
Casi nunca	19	4.95%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 20

El personal de enfermería es cortés y amable

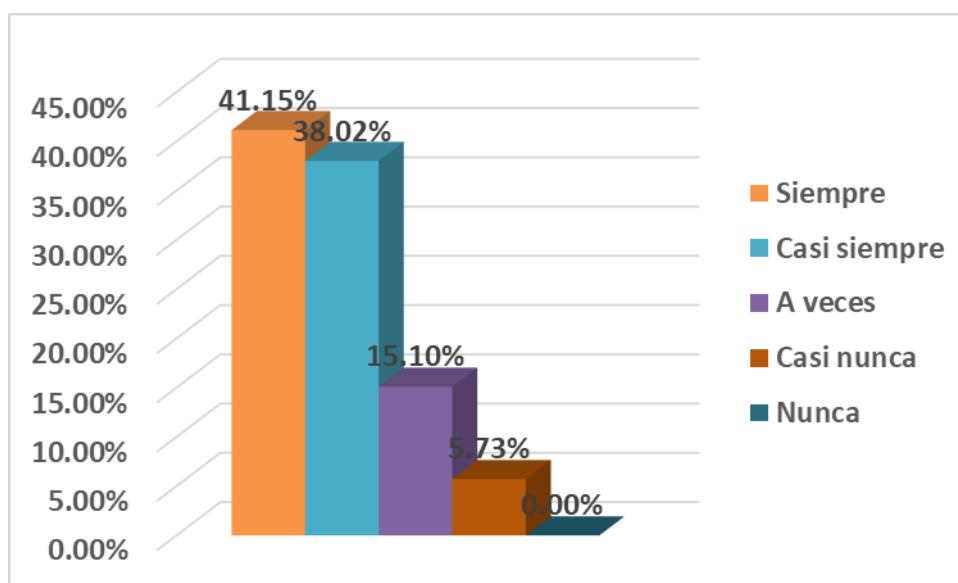


Interpretación:

Según, la tabla y figura 20 se observa que el 44.27% de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre es cortés y amable al momento de brindar sus servicios, mientras que el 37.50% indica que el personal de enfermería casi siempre es cortés y amable al momento de brindar sus servicios, además el 13.28% explican que el personal de enfermería a veces es cortés y amable al momento de brindar sus servicios, asimismo el 4.95% explican que el personal de enfermería casi nunca es cortés y amable al momento de brindar sus servicios.

Tabla 21*El médico tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta*

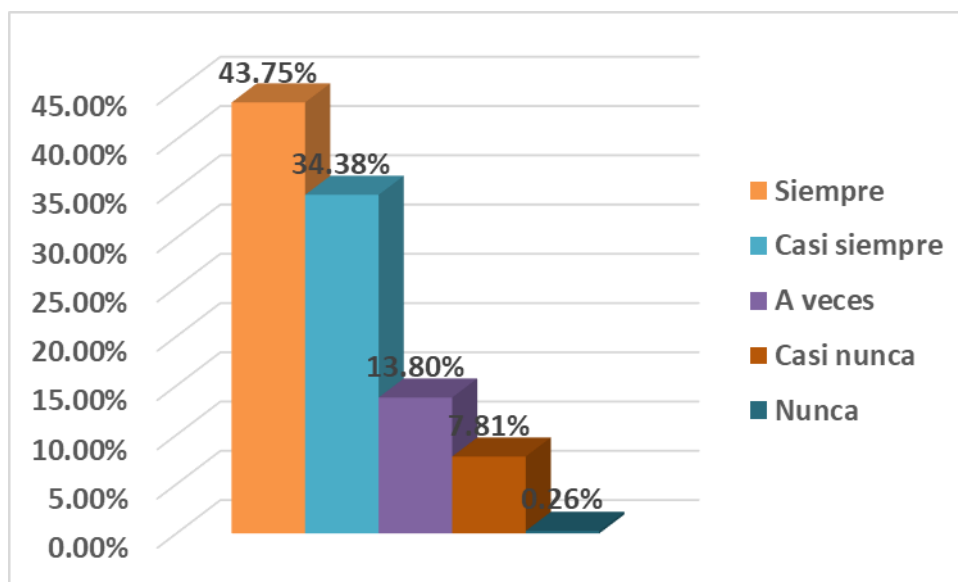
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	158	41.15%
Casi siempre	146	38.02%
A veces	58	15.10%
Casi nunca	22	5.73%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 21*El médico tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 21 se observa que el 41.15% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica, mientras que el 38.02% indica que el médico que le está atendiendo casi siempre tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica, además el 15.10% indica que el médico que le está atendiendo a veces tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica, asimismo el 5.73% indica que el médico que le está atendiendo casi nunca tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica.

Tabla 22*El médico le realiza seguimiento al tratamiento*

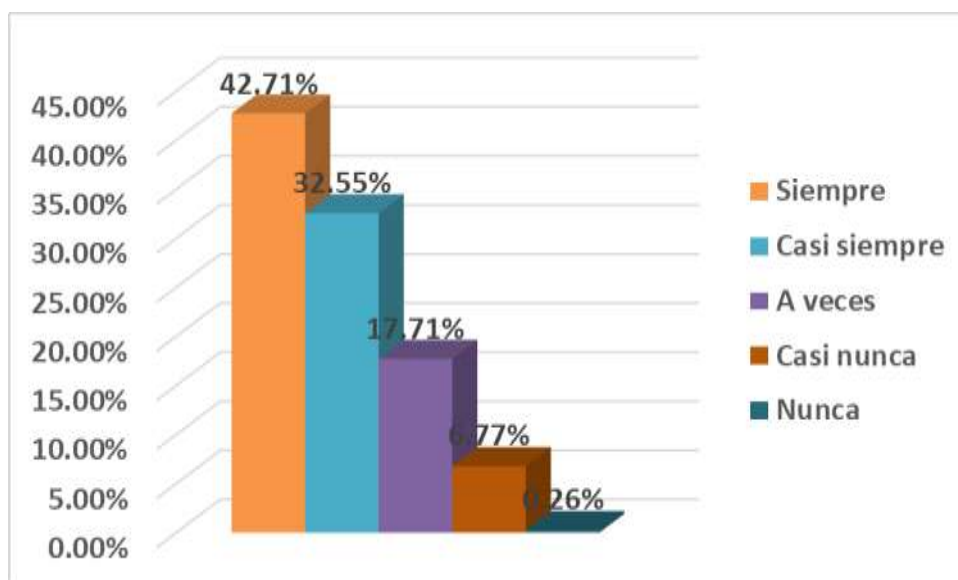
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	168	43.75%
Casi siempre	132	34.38%
A veces	53	13.80%
Casi nunca	30	7.81%
Nunca	1	0.26%
Total	384	100.00%

Figura 22*El médico le realiza seguimiento al tratamiento***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 22 se observa que el 43.75% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad, mientras que el 34.38% indica que el médico que le está atendiendo casi siempre le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad, además el 13.80% indica que el médico que le está atendiendo a veces le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad, asimismo el 7.81% indica que el médico que le está atendiendo casi nunca le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad, y el 0.26% indica que el médico que le está atendiendo nunca le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad.

Tabla 23***Está sorprendido con la confianza***

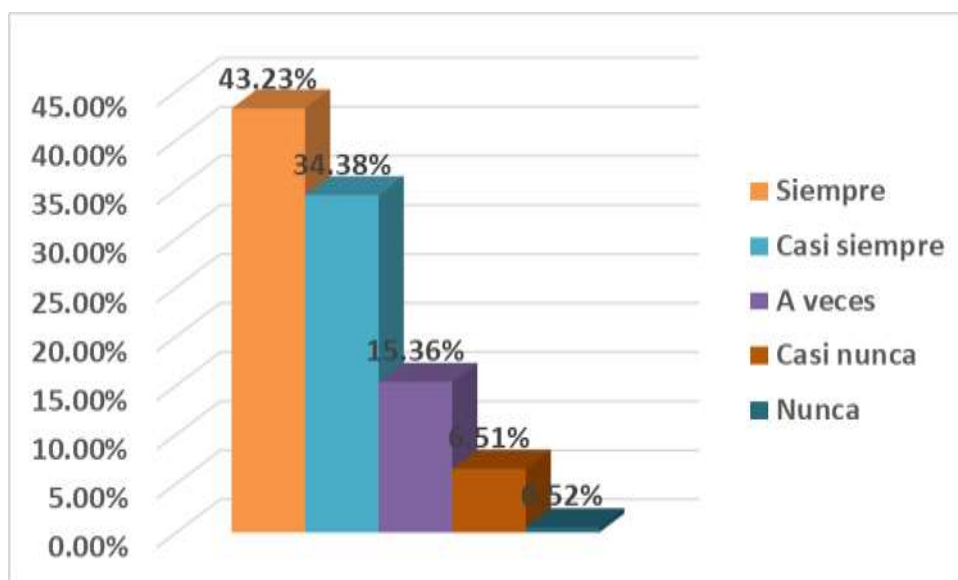
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	164	42.71%
Casi siempre	125	32.55%
A veces	68	17.71%
Casi nunca	26	6.77%
Nunca	1	0.26%
Total	384	100.00%

Figura 23***Está sorprendido con la confianza*****Interpretación:**

Según, la tabla y figura 23 se observa que el 42.75% de los clientes consideran que siempre está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica, mientras que el 32.55% considera que casi siempre está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica, además el 17.71% indica que a veces está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica, asimismo el 6.77% indica que casi nunca está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica, y el 0.26% indica que nunca está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica.

Tabla 24*Usted está satisfecho con el tiempo*

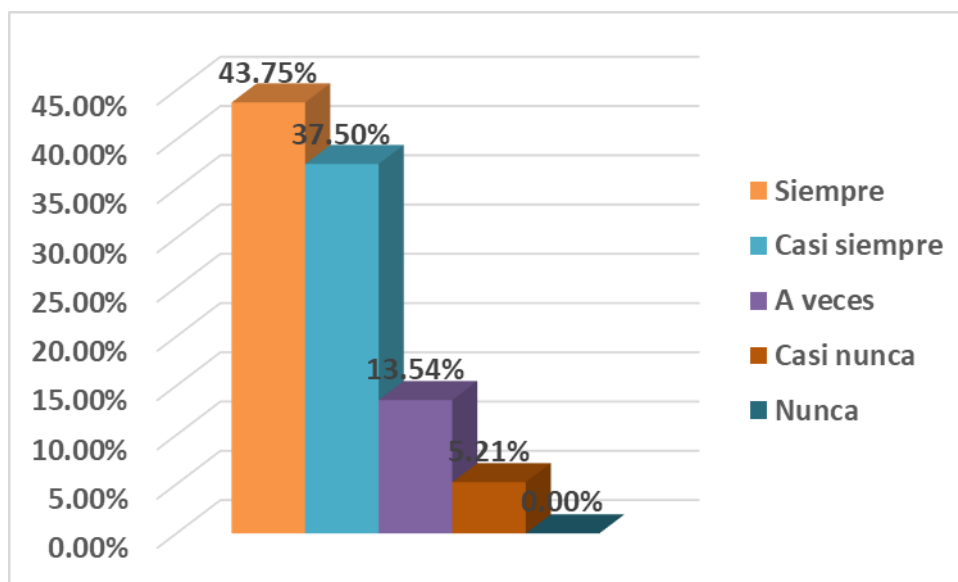
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	166	43.23%
Casi siempre	132	34.38%
A veces	59	15.36%
Casi nunca	25	6.51%
Nunca	2	0.52%
Total	384	100.00%

Figura 24*Usted está satisfecho con el tiempo***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 24 se observa que el 43.23% de los clientes afirman que siempre está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad, mientras que el 34.38% indica que casi siempre está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad, asimismo el 15.36% indica que a veces está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad, además el 6.51% indica que casi nunca está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad, y el 0.52% indica que nunca está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad.

Tabla 25***El médico que le está atendiendo le trata con empatía***

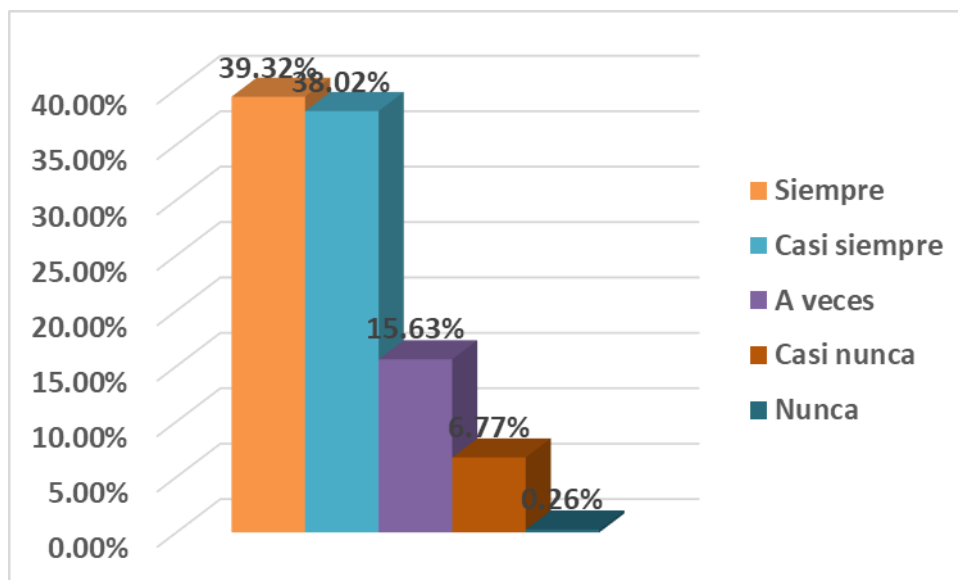
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	168	43.75%
Casi siempre	144	37.50%
A veces	52	13.54%
Casi nunca	20	5.21%
Nunca	0	0.00%
Total	384	100.00%

Figura 25***El médico que le está atendiendo le trata con empatía*****Interpretación:**

Según, la tabla y figura 25 se observa que el 43.75% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad, mientras que el 37.5% indica que el médico que le está atendiendo casi siempre le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad, asimismo el 13.54% indica que el médico que le está atendiendo a veces le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad, además el 5.21% indica que el médico que le está atendiendo casi nunca le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad.

Tabla 26*Usted está satisfecho con el medio ambiente*

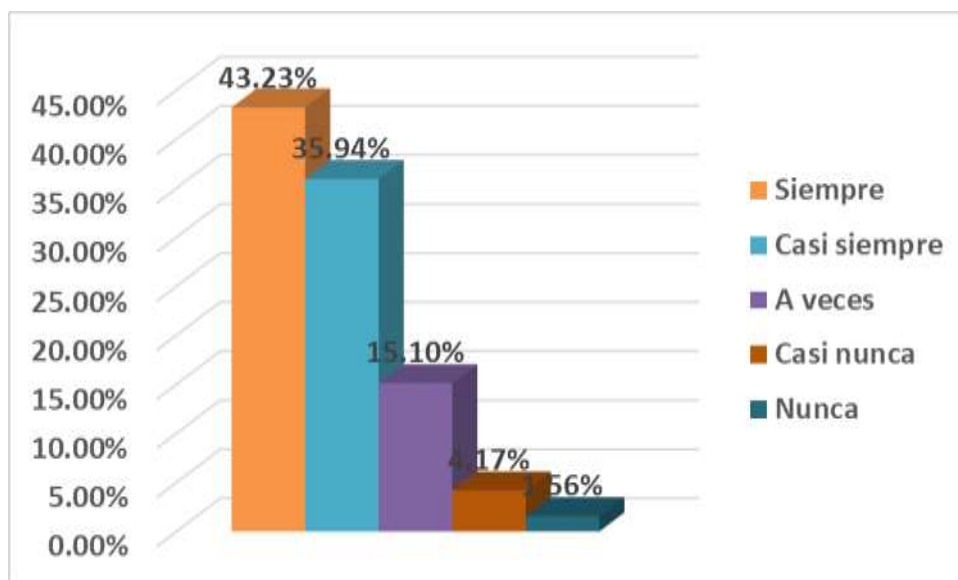
Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	151	39.32%
Casi siempre	146	38.02%
A veces	60	15.63%
Casi nunca	26	6.77%
Nunca	1	0.26%
Total	384	100.00%

Figura 26*Usted está satisfecho con el medio ambiente***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 26 se observa que el 39.32% de los clientes afirman que siempre está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica, mientras que el 38.02% indica que casi siempre está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica, asimismo el 15.63% indica que a veces está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica, además el 6.77% indica que casi nunca está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica, y el 0.26% indica que nunca está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica.

Tabla 27*Se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Siempre	166	43.23%
Casi siempre	138	35.94%
A veces	58	15.10%
Casi nunca	16	4.17%
Nunca	6	1.56%
Total	384	100.00%

Figura 27*Se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x***Interpretación:**

Según, la tabla y figura 27 se observa que el 43.23% de los clientes consideran que siempre se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica, mientras que el 35.94% indica que casi siempre se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica, asimismo el 15.10% indica que a veces se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica, además el 4.17% indica que casi nunca se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica, y el 1.56% indica que nunca se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica.

5.2. Análisis de resultados

VARIABLE: Calidad de servicio

Primer objetivo específico: Identificar las estrategias de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020

Según la tabla y figura 1 se observa que el 58.33% de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa, por consiguiente, coincide con la tesis de Alama (2019) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios rubro clínicas particulares en el distrito de Sullana año 2018”, quien concluyó que, el 96% de clientes manifiesta que las clínicas particulares para brindar un servicio de calidad deben tener atención inmediata, donde indica cómo se realiza cada proceso de la empresa y quienes son los responsables de cada actividad que se da en la misma, además, coincide con el libro de Hurtado, (2018) menciona que el autoservicio es un aspecto que permite aumentar la capacidad de competir de una empresa. Los clientes aprecian los bienes que les facilitan la resolución de sus propios inconvenientes. Actualmente, un gran número de empresas tienen una base de datos, conocimientos, con los que los consumidores dan una respuesta eficaz y rápida a sus problemas en el momento preciso, sin necesidad de contactar con la empresa. Llegando a concluir que la mayoría los clientes consideran que siempre está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa, porque cada vez que se acercó le atendieron inmediatamente, y aún más cuando

se acercó por emergencia, la atención fue inmediatamente, y personalizada por médicos eficientes.

Según la tabla y figura 2 se observa que el 50.52% de los clientes consideran que en los últimos tiempos la clínica siempre ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias, por consiguiente, coinciden con la tesis de Celis & Farias (2018) en su trabajo de investigación denominado “Determinación e implementación de indicadores de calidad para mejorar la atención en el área de emergencias de una clínica”, quien concluyó que sin duda es una herramienta que puede ser utilizada para aumentar dicha satisfacción mejorando el control y monitoreo del proceso presente en ambientes médicos de emergencias; además estos resultados coinciden con el libro de Yañez (2018) determina que otra de las tácticas para perfeccionar la calidad del servicio es conocer las necesidades de tus usuarios y ayudarlos cuando lo requieran. Si lo realizas de manera sencilla, una gran cantidad de compradores están dispuestos a ayudarse ellos mismos, al momento en que tus trabajadores no se encuentren disponibles. Sin embargo, es fundamental que tus empleados estén bien capacitados y comprometidos con su trabajo. Llegando a concluir que, la mayoría de los clientes consideran que en los últimos tiempos la clínica siempre ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias, con equipamientos modernos y de última generación, ya que realizan operaciones, de alto riesgo y en la sala de emergencia tiene equipos modernos que son utilizados con pacientes en alto riesgo.

Según la tabla y figura 3 se observa que el 41.67% de los clientes consideran que cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica siempre le llama para entregarle los resultados, por consiguiente, discrepa con la tesis de Rubio (2016) en su trabajo de investigación denominada “La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016”, quien concluyó que la variable Calidad de atención que percibe el cliente que es atendido en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. es considerado como insatisfactorio (53.5%), porque el personal no es atento y menos es amable, sin embargo coincide con el libro de Romero (2019) señala que no existe nada mejor que una comunicación por vía telefónica para crear un vínculo con el comprador. Pero, cabe resaltar que es complicado brindar un servicio de calidad por este medio. Una persona puede hablar mucho tiempo por teléfono, en tanto los consumidores esperan una respuesta por vía mensaje. Llegando a concluir que, la mayoría de los clientes consideran que cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica siempre le llama para entregarle los resultados, el cual permite que la atención con los médicos es rápida, ya que tienen los resultados solicitados, y pueden saber con prontitud sobre el diagnóstico de su enfermedad, el cual demuestra que el personal de laboratorio clínico son personas muy responsables y amables.

Según, la tabla y figura 4 se observa que el 42.19% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico, por consiguiente, coincide con la tesis de Rubio (2016) en su trabajo de investigación denominada “La gestión de calidad,

relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016”, quien concluyó que las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%) mediante la contestación de los médicos de la clínica, además, coincide con el libro de Yañez (2018) determina que esta técnica implica utilizar respuestas automáticas de manera que el usuario sepa que tiene conocimiento de sus situación. Las organizaciones que no proveen un servicio instantáneo por correo electrónico, igualmente, serán buscadas y contactadas por las distintas redes sociales, y si los clientes no consiguen lo que buscan, posiblemente se genere un alto nivel de insatisfacción. Po ello se recomienda emplear una respuesta rápida para después hacer que el pedido de los usuarios se cumpla. Llegando a concluir que, la mayoría de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico, el cual queda demostrado que son médicos eficientes, y nunca han tenido dudas, y menos se han ido a otra clínica para comprobar su diagnóstico, haciéndose tratar con otros médicos.

Según la tabla y figura 5 se observa que el 40.63% de los clientes consideran que el personal de admisión siempre brinda información rápida y oportuna, por consiguiente, discrepa con la tesis de Bustos (2019) en su trabajo de investigación denominado “Características de la calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Torres S.A. en la ciudad de Talara año 2018”, expresa que el 93% de clientes manifiesta que la información de los resultados de su diagnóstico a veces ha tenido acceso rápido y oportuno; por otro lado, coincide con el libro de Romero (2019) indica

que aquí la clave es guardar respuestas eficientes y productivas para laborar de manera rápida y precisa y no hacer esperar a los clientes más de la cuenta. Pero entender los pedidos de los clientes que deben resolverse en determinada cantidad de tiempo resulta ser más sencillo cuando ya has prestado atención y tomada nota de las anteriores conversaciones con los consumidores. Llegando a concluir que, la mayoría de los clientes consideran que el personal de admisión siempre brinda información rápida y oportuna, sobre las consultas con los diferentes médicos, y les derivan inmediatamente para ser atendidos por los especialistas que requieran cada paciente, asimismo brindan información sobre los precios de cada médico o en caso de hospitalización.

Según la tabla y figura 6 se observa que el 44.27% de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre se muestra empático cuando se encuentra delicado de salud, por consiguiente, coincide con la tesis de Bustos (2019) en su trabajo de investigación denominado “Características de la calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Torres S.A. en la ciudad de Talara año 2018”, expresa que empatía y accesibilidad porque en la información de los resultados de su diagnóstico ha tenido acceso rápido y oportuno; asimismo coincide con el libro de Hurtado, (2018) indica que la empatía es un elemento esencial a poner en práctica cuando se presenten inconvenientes. Siempre procura escuchar atentamente a cliente y comprenderlo. No en todo momento puedes asegurar una buena experiencia, sin embargo, cuando se comunican contigo, debes hacer que confíen en que te estas preocupando por ayudarlos. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre se muestra empático cuando se encuentra delicado de

salud, porque comprende el motivo de su angustia, dolor y desesperación cuando llegan por emergencia, o cuando asisten a una consulta médica.

Según, la tabla y figura 7 se observa que el 40.36% de los clientes consideran que el tiempo de espera para realizar una consulta médica siempre es la adecuada, por consiguiente, coinciden con la tesis de Boton (2018) en su trabajo de investigación denominada “Satisfacción del usuario de la atención que recibe del personal de enfermería en el centro de atención permanente Cap de Cunén, Quiché, Guatemala, año 2017”, expresa que le llaman por su nombre, el tiempo de espera es adecuado para la consulta con su médico; asimismo coincide con el libro de Romero (2019) determina que no siempre puedes dar una resolución rápida, sin embargo, tener un plan B te permitirá reponerte y evitará que los usuarios se enojen. La capacitación de tu grupo de trabajo es crucial, saber cuál es la distinción que existe entre servicio al cliente y éxito del mismo, te permitirá a ti, junto con los demás miembros entender y conocer la esencialidad de cambiar una circunstancia negativa en positiva. Llegando a concluir que, la mayoría de los clientes consideran que el tiempo de espera para realizar una consulta médica siempre es la adecuada, porque es mediante una cita y se respetan, es por ello que cada paciente tiene una hora aproximada para llegar y no causar aglomeración y se mantenga el cuidado de seguridad necesaria en medio de la pandemia, de esa manera no se propague el virus del COVID 19.

Según la table y figura 8 se observa que el 42.19% de los clientes consideran que la clínica siempre tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos, por

consiguiente, coincide con el libro de Hurtado, (2018) explica que este es el último método, pero no menos importante, es más, se considera como un factor fundamental al momento de brindar un servicio al cliente. Para ello, es necesario que innoves constantemente, evita las fallas. Esto quiere decir que el equipo de trabajo debe saber adaptarse fácilmente a los cambios, y a las exigencias de los compradores. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que la clínica siempre tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos, tanto de laboratorio, rayos x, el cual le permite saber con eficiencia sobre su diagnóstico, y no necesita asistir a otros laboratorios para saber sobre el diagnóstico de su enfermedad.

Segundo objetivo específico: Describir los beneficios de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

Según la tabla y figura 9 se observa que el 44.01% de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica, por consiguiente, coincide con la tesis de Lozano (2017) en su investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en las MYPES del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de Tingo María, año 2017”, quien concluyó que los odontólogos que conducen sus MYPES afirman mayoritariamente en la rentabilidad de sus negocios porque creen que es necesario invertir para mejorar los servicios como productos y en las capacitaciones del personal con la finalidad de diferenciarse en el mercado y con el cual el cliente queda completamente satisfecho; y también coincide con el libro de Lizarburu, (2016) quien concluyó que un servicio de calidad repercute positivamente en el desarrollo

económico de la empresa que lo implanta, pero este crecimiento se debe a un mayor número de ventas. Cuando este servicio sobrepasa los puntos de vista que tenía el usuario, es muy posible que se genere confianza por parte de los compradores y estos tiendan a adquirir más bienes y servicios de una misma marca porque saben que van a obtener algo que en realidad los va a satisfacer. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica, ya que el personal médico, enfermeras y asistentes les reciben con toda la cordialidad y son totalmente agradables, el cual permite quedar en completa satisfacción, y siempre van a acudir a la misma clínica, por todos los servicios de calidad que han recibido.

Según la tabla y figura 10 se observa que el 39.84% de los clientes consideran que el personal siempre otorga una buena imagen y competencia, por consiguiente, coincide con la tesis de Bustos (2019) en su trabajo de investigación denominado “Características de la calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Torres S.A. en la ciudad de Talara año 2018”, quien concluyó que profesionalismo porque el personal otorga una buena imagen y competencia. De la misma forma, coincide con el libro de Galán (2017) menciona que las empresas son reconocidas por el servicio que ofrecen. Cuando los clientes pasan un mal rato con una empresa, comunicarán todo ello a las personas de su alrededor y lo mismo pasará si se le satisface completamente y se le brinda la experiencia que este esperaba. Por medio de redes sociales, o plataformas de internet, los clientes dan a conocer el vínculo que tienen con un determinado negocio. Un servicio de calidad, potencia la imagen y reputación de tu corporación. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el

personal siempre otorga una buena imagen y competencia, porque son totalmente profesionales, y han demostrado ser muy eficientes al momento de atender y siempre muestran una correcta imagen sobre su personalidad y sobre la clínica.

Según la tabla y figura 11 se observa que el 44.27% de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica. Por consiguiente, coincide con la tesis de Zambrano (2017) en su trabajo de investigación denominado “Grado de calidad de la atención que recibe el paciente por parte del terapeuta físico en el hospital Pablo Arturo Suarez en diciembre del 2016”, quien concluyó que la técnica que el terapeuta emplea para atender al paciente es de total satisfacción para el mismo; asimismo coincide con el libro de Paresson (2017) expresa que la complacencia del usuario se da cuando se cubren sus necesidades. Brindar un servicio eficiente y efectivo quiere decir que la empresa está cumpliendo los requisitos establecidos. Una manera eficaz de conocer las opiniones de los clientes, es por medio de encuestas que permitan conocer su nivel de contentamiento. Las mismas necesitan presentar interrogantes sobre la última experiencia con la organización, la eficiencia de sus bienes y servicios y lo que les desagrada. Por otro lado, también se debe preguntar que es la percepción que tienen de la competencia. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que siempre está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica, ya que los médicos pediátricos son muy amables con los niños al momento de atenderlos, a pesar que ellos estén irritados, los tratan con mucha amabilidad y cariño, demostrando amor por cada uno de ellos.

Según, la tabla y figura 12 se observa que el 42.97% de los clientes consideran que siempre es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo, por consiguiente, coincide con el libro de Benavides (2016) señala que como representantes de la empresa, tenemos que preocuparnos por dárselo para aumentar así su lealtad hacia la empresa. Asimismo, coincide con el libro de Lizarburu, (2016) quien concluyó que un servicio que genera una buena experiencia directamente significará la fidelización de los usuarios. Si la empresa verdaderamente trabaja conforme a los requerimientos de los compradores, este preferirá a determinada compañía por encima de las otras del entorno. Constantemente, la nueva competencia brinda sus productos a un menor precio que las que ya están posicionadas. El encargado puede evitar esta situación amenazante con el ofrecimiento de un servicio de calidad. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que siempre es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo, y son fieles a la clínica debido a que se sienten seguros, y siempre les atienden de la mejor manera cuando llegan a la clínica.

Según, la tabla y figura 13 se observa que el 44.53% de los clientes consideran que el personal siempre tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, por consiguiente, coincide con la tesis de Astohuaman (2017) en su trabajo de investigación denominada “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES sector servicios, clínicas, distrito de Callería, año 2017”, quien concluyó que disminución de quejas y reclamos (29.4%) porque 47.1% indica que su personal tiene actitud de servicio; y tiene coincidencia con el libro de Galán (2017) especifica que un excelente servicio se obtienen en primer lugar a los empleados que

trabajan arduamente para lograr este tipo de resultados. Ellos, en lugar de lidiar con la misma situación complicada, toman las medidas adecuadas para generar el contentamiento del comprador, y también lo hacen para evitar que ese tipo de situaciones vuelva a presentarse de forma repentina. El trabajador encargado de esta área, tiene un contacto directo con los consumidores y este se encarga de impactar positiva o negativamente en el mismo. Por ello, se recomienda motivarlos y hacer que se sientan comprometidos. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el personal siempre tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, especialmente con los pacientes que se encuentran internados, han mostrado que tienen calidad de personalidad y compasión por cada paciente, y les tratan de la mejor manera.

Variable: Atención al cliente

Tercer objetivo específico: Identificar las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

Según, la tabla y figura 14 se observa que el 43.23% de los clientes consideran que cuándo ha sacado su cita médica el personal siempre le ha solicitado sus datos personales, por consiguiente, coincide con el libro de Amador & Cubero, (2015) quien concluyó que por medio de información correcta, realización de encuestas, capacidad de escuchar y entender cuando te están hablando, se logra conocer al usuario. Por otro lado, debes ser rápido en dar soluciones y respuestas, y más aún cuando no muestran una buena actitud. Llegando a concluir, que la mayoría de los clientes consideran que cuándo ha sacado su cita médica el personal siempre le ha solicitado sus datos personales, para ser ingresado a una base de datos, también para sacar su expediente

médico, y poder ser archivado, para cualquier consulta posterior y el médico de cabecera pueda saber los antecedentes de cada paciente.

Según, la tabla y figura 15 se observa que el 41.41% de los clientes consideran que la clínica siempre tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente, por consiguiente, coincide con la tesis de Alama (2019) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios rubro clínicas particulares en el distrito de Sullana año 2018”, quien concluyó que llevan una buena organización y control, planificación porque crean una área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente; y de la misma manera coincide con el libro de Rumín (2019) indica que pese a que en una organización el servicio deber ser tomado en cuenta por todos, siempre debe existir un departamento encargado que a su vez organice y dirija los procedimientos y acciones a realizar para que de esta manera el consumidor reciba un buen servicio por parte de las diversas áreas. Es de vital importancia que haya una involucración de la alta dirección. Porque de nada servirá guiar a todos los trabajadores por el camino correcto si los jefes no van a participar. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que la clínica siempre tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente, debido a que es una empresa con bastante personal, y necesitan tener el control de cada uno, además cada personal ha sido capacitado y entregado sus debidas actividades, y funciones diarias, para que no exista inconvenientes, debido a que se trata con la salud de seres humanos y necesita todo estar bien, además de la buena atención al cliente van obtener mayor cantidad de clientes.

Según, la tabla y figura 16 se observa que el 41.15% de los clientes consideran que la clínica siempre promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente, por consiguiente, discrepa con la tesis de Astohuaman (2017) en su trabajo de investigación denominada “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES sector servicios, clínicas, distrito de Callería, año 2017”, quien concluyó que la mayoría (76.57%) indican que promueven una cultura de servicio pero no han definido un protocolo de servicio; sin embargo, coincide con el libro de Fernández (2016) esto implica la involucración de la empresa en general, ya que solo así se obtendrá un servicio de calidad, y a esto hay que sumarle la capacitación constante y la medición de la complacencia de los compradores. Es un proceso que nunca termina, se basa en seguir perfeccionando aquello que aún no logra su nivel de calidad máximo, además la experiencia entre el consumidor y la organización debe estar basada en una cultura de servicio de atención. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que la clínica siempre promueve una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente, el cual se encuentra en su manual de organización y funciones, y en el reglamento interno de trabajo para tener todo en regla, y que todos tengan en claro lo que tienen que hacer.

Según, la tabla y figura 17 se observa que el 45.57% de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda, de tal manera, estos resultados coincide con la tesis de Ayala (2018) en su trabajo de investigación denominado “Satisfacción del paciente adulto sobre el cuidado de enfermería en el Servicio de Emergencia del Hospital Apoyo II – 2 Sullana, Setiembre – Diciembre 2018”, quien concluyó que cuidados estandarizados

y claridad de información hacia a los cuidados que brinda el profesional de enfermería; y de la misma forma, coincide con el libro de Amador & Cubero, (2015) quien concluyó que sin importar si el servicio es de calidad o no, siempre debes procurar no dar evaluaciones subjetivas. La manera correcta de lograr que las valoraciones sean objetivas es determinando estándares, índices de calidad y desarrollo de la misma. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda, ya que son personas profesionales y capacitadas en el cuidado del ser humano, además como se viene indicando son personas carismáticas y muy amables hacia el servicio y cuidado de cada paciente, ya que tienen en claro que la calidad y atención al cliente debe ser única.

Según la tabla y figura 18 se observa que el 46.61% de los clientes consideran que la clínica siempre tiene documentado la información sobre su historia clínica, por consiguiente, coincide con la tesis de Alama (2019) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios rubro clínicas particulares en el distrito de Sullana año 2018”, quien concluyó que procedimientos porque tienen documentado lo que van a seguir para cumplir con una buena gestión de calidad; además tiene coincidencia con el libro de Rumín (2019) indica que se basa en la ordenación y organización de las dudas, quejas, problemas, opiniones o solicitudes de los compradores. Toda esta información o datos presentados necesitan estar documentados para poder resolver cada uno de estos requerimientos de manera rápida y efectiva. Por otra parte, las distintas áreas de tu organización o distintos jefes de departamento necesitan ser

transparentes con el comprador. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que la clínica siempre tiene documentado la información sobre su historia clínica, de cada paciente, ya que es necesario debido al seguimiento de su enfermedad o en caso exista percances mayores, y porque es necesario si tiene que necesitar de otro especialista, pero la clínica le falta tener un sistema en línea donde cada paciente pueda ver su historia clínica.

Según, la tabla y figura 19 se observa que el 46.88% de los clientes consideran que el personal siempre ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, por consiguiente, coincidencia con el libro de Fernández (2016) dicen que el servicio al cliente necesita estar enfocado en obtener la fidelidad de las personas que compran sus bienes y servicios. La manera más óptima de conseguir aquello es por medio de la complacencia. Las tácticas mencionadas anteriormente necesitan ser desarrolladas para que esta última funcione. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el personal siempre ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, a cada cliente, y así ellos mismos puedan recomendar entre sus amigos, familiares y vecinos, el cual sirve para el incremento de clientes, y por ende aumenta la rentabilidad de la empresa.

Cuarto objetivo específico: Describir los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

Según, la tabla y figura 20 se observa que el 44.27% de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre es cortés y amable al momento de brindar sus servicios, de tal manera estos resultados tienen coincide con la tesis de Ayala (2018) en su trabajo de investigación denominado “Satisfacción del paciente adulto sobre el

cuidado de enfermería en el Servicio de Emergencia del Hospital Apoyo II – 2 Sullana, Setiembre – Diciembre 2018”, quien concluyó que la enfermera establece contacto físico en lo que necesita el paciente frente al cuidado de enfermería, mostrando cortesía y amabilidad en cada momento; además tiene coincidencia con el libro de Arenal (2017) define que es la manera de actuar de un individuo que tiene buenos valores. Una de las particularidades más sobresalientes de esta labor es mostrar siempre disposición para ayudar a los compradores. Con esto nos referimos a que cuando se le presente un problema, e inconveniente, él sienta que hay alguien a su lado, que va a ayudarlo a superar la situación. Es crucial que haya una persona determinada para cuando sucedan este tipo de casos. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el personal de enfermería siempre es cortés y amable al momento de brindar sus servicios, el cual se ha venido reiterando durante todos los resultados, ya que el personal es muy amable y cortés cada que atienden a sus clientes.

Según, la tabla y figura 21 se observa que el 41.15% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica, por consiguiente, coincide con el libro de Calderón (2017) garantiza que es la información, experiencias pasadas, y datos que se obtiene por alguien por medio de la vivencia o entendimiento práctico. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica, ya que cada medicina que le han recomendado les hizo bien, cuando se han acercado al consultorio de un determinado especialista y no han regresado para hacerse otro chequeo.

Según, la tabla y figura 22 se observa que el 43.75% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad, por consiguiente, coincide con el libro de Calderón (2017) asegura que si se establece un correcto vínculo con el usuario, tienes la posibilidad de proveer bienes y servicios que vayan acorde a sus deseos y necesidades y ellos te lo agradecerán muchísimo. La determinación de cuáles son sus requerimientos se puede realizar en base a lo que los consumidores compran constantemente o también según hechos pasados. Por tal motivo, se recomienda siempre recolectar y almacenar la información de tus usuarios para que cuando regrese le ofrezcas una experiencia inolvidable; además coincide con el libro de Izquierdo (2018) señala que la observación detallada de los cambios y desenvolvimiento del proceso son aspectos claves. Esto demuestra llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad, mediante las consultas, que le indica, ya que algunas enfermedades necesitan de seguimientos o chequeos cada cierto tiempo, y el médico les solicita asistir cada cierto tiempo.

Según, la tabla y figura 23 se observa que el 42.75% de los clientes consideran que siempre está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica, por consiguiente, coincide con la tesis de Boton (2018) en su trabajo de investigación denominada “Satisfacción del usuario de la atención que recibe del personal de enfermería en el centro de atención permanente Cap de Cunén, Quiché, Guatemala, año 2017”, quien concluyó que le brindaron confianza a la hora de consultar sus problemas de salud, respetaron su privacidad durante la atención,

resolvieron las dudas de sus problemas de salud; además coincide con el libro de Arenal (2017) menciona que es por hecho que para tener un buen posicionamiento y reconocimiento debes suministrar un servicio de calidad. Sin embargo, algunas veces eso no lo es todo. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que siempre está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica, mostrando sinceridad y responsabilidad en cada momento que han brindado atención a cada paciente.

Según, la tabla y figura 24 se observa que el 43.23% de los clientes afirman que siempre está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad, por consiguiente, discrepa con la tesis de Maggi (2018) en su trabajo de investigación denominada “Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro”, quien concluyó que este porcentaje de personas se mostraron en desacuerdo, el 32.5% estuvo ligeramente en desacuerdo con que los hospitales culminan su servicio en el tiempo estipulado; y por el contrario coincide con el libro de Calderón (2017) menciona que es una forma de expresar a través de un gráfico la relación de 3 componentes cruciales, los cuales actúan en conjunto para logra altos niveles de calidad en el servicio. Así pues, este modelo es el método del servicio. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes afirman que siempre está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad, ya que han sido lo suficiente para sanarse, y han recibido el tratamiento y cuidados adecuados mediante el personal y el médico de cabecera, con el cual hizo posible la mejoría de su enfermedad.

Según, la tabla y figura 25 se observa que el 43.75% de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad, por consiguiente, coincide con el libro de Izquierdo (2018) señala que es el momento en que el comprador se relaciona con la empresa y hace preguntas sobre los bienes y servicios que provees. El servicio, en todo momento debe enfocarse en cubrir y satisfacer los requerimientos del cliente. Cuando estas no son complacidas, aparecen los momentos de verdad. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que el médico que le está atendiendo siempre le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad, ya que muchas personas son vulnerables, al recibir una noticia fuerte, y muchas veces el medico ha sido de apoyo para estas personas.

Según, la tabla y figura 26 se observa que el 39.32% de los clientes afirman que siempre está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica, por consiguiente, coincide con la tesis de Maggi (2018) en su trabajo de investigación denominada “Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro”, quien concluyó que elevar los niveles de satisfacción de los usuarios se propuso un mayor control en cuanto a la limpieza de la institución; además coincide con el libro de Arenal (2017) menciona que hace referencia a la complacencia obtenida por el servicio brindado, y la calidad de los mismos. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes afirman que siempre está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica, ya que no han encontrado en mal estado, o con olores fuertes, el personal de limpieza mantiene limpio la infraestructura de la clínica, e incluso los servicios se

mantienen limpios y con buen olor, el cual permite que los clientes se sientan satisfechos.

Según, la tabla y figura 27 se observa que el 43.23% de los clientes consideran que siempre se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica, por consiguiente, coincide con la tesis de Celis & Farias (2018) en su trabajo de investigación denominado “Determinación e implementación de indicadores de calidad para mejorar la atención en el área de emergencias de una clínica”; quien llego a concluir que en promedio que el paciente no está tan satisfecho ni tan insatisfecho por la atención médica recibida, por otro lado, discrepa con el libro Calderón (2017) menciona que es el momento cuando el comprador no está seguro del servicio de atención brindado por los productos ofrecidos. Llegando a concluir que la mayoría de los clientes consideran que siempre se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica, ya que existen demoras, y muchas veces no está quien lee los resultados, para indicar lo adecuado debido a cada examen.

VI. Conclusiones

Las estrategias de la calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. es que el cliente está satisfecho con la atención inmediata que le brinda el personal, donde en los últimos tiempos la clínica ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias, por otro lado, el personal de enfermería se muestra empático cuando el paciente se encuentra delicado de salud; sin embargo, el médico que le está atendiendo le contesta inmediatamente cuando realiza una consulta sobre su diagnóstico; asimismo la clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos; y el personal cuando le realizan exámenes médicos llama para entregarle los resultados; además brinda información rápida y oportuna. Por el cual la clínica utiliza las estrategias de calidad de servicio para satisfacer a los clientes, para el cual ha mejorado los procesos de atención en emergencias, el personal es empático, asimismo brindan información inmediata oportuna y rápida, sobre todo la clínica cuenta con herramientas innovadoras para sus pacientes.

En el trabajo de investigación se describen los beneficios de la calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020, es que el personal tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes, para obtener mayor cantidad de clientes, y; por otro lado, los clientes están satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica; y con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica; por el cual es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo en su diagnóstico médico, y finalmente el personal otorga una buena imagen y competencia demostrando profesionalismo en cada momento brindado. Por el cual la clínica se beneficia

mediante una excelente calidad de servicio, por medio del personal cada vez que brinda actitud, buena imagen, profesionalismo, para que el cliente se sienta satisfecho llegando a fidelizarse y recomendar la clínica.

En la investigación se identifican las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020; es que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar, e incrementar la rentabilidad de la clínica; por el cual tiene documentado la información sobre su historia clínica; mientras tanto el personal de enfermería tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda a los pacientes; y cuando el paciente ha sacado su cita médica el personal le ha solicitado sus datos personales para ser ingresado a sus expediente y a una bases de datos; asimismo la clínica tiene área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente; para el cual promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente. Por lo tanto, el personal realiza diferentes estrategias para brindar una excelente atención a los clientes, al cumplir con los estándares, también cuenta con una base de datos de los clientes, donde cualquier médico de la clínica va obtener sus datos del paciente y la atención será con mayor rapidez y facilidad.

Y en la investigación se describen los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020, es cortesía ya que el personal de enfermería es cortés y amable al momento de brindar sus servicios; seguimiento porque el médico que le está atendiendo le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad; momentos de verdad mediante la atención del médico que le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad;

además está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad; sin embargo el paciente en algún momento se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica; pero está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica; y el medico está totalmente capacitado para brindar las recetas médicas, también se sienten satisfechos con la atención brindada. Por el cual los colaboradores vienen usando estándares de atención para que el cliente se sienta satisfecho, donde muestran cortesía, empatía, cumplimiento de tiempos en los procesos, de las diferentes áreas, pero los pacientes se sienten insatisfechos con el área de Rayos X, ya que no obtuvieron los exámenes con tiempo.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Implementar e incorporar un sistema donde pueda calcular el tiempo de espera de cada paciente, en las diferentes especialidades, para indicar a los pacientes con mayor certeza, y no tenga que realizar aglomeración en la sala de espera de cada consultorio.

Elaborar y brindar un plan de capacitación para cada área de la empresa, para que el personal reciba capacitación sobre temas exclusivos y realizar su trabajo con eficiencia.

Incentivar a todo el personal diariamente para que promueven una cultura de servicio con el protocolo de servicio al cliente, que tiene la empresa, y realizar sus actividades con eficiencia y efectividad diariamente.

Incrementar personal para limpieza de la clínica, durante el tiempo que dure la pandemia, ya que es necesario desinfectar a cada instancia, para precaución y contagio por la cantidad de clientes que tiene la clínica.

Referencias Bibliográficas

- Alama, G. M. G. (2019). Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios rubro clínicas particulares en el distrito de Sullana año 2018. *Universidad Católica Los Angeles de CHimbote*.
- Alva, G. (2017). Cuidado: la calidad de los servicios de salud está en riesgo. *Conexión ESAN*.
- Alva, L. M. A. (2019). FMI: Perú será uno de los motores de crecimiento de la región. *El Peruano*.
- Álvarez, P. (2018). Clínicas y hospitales en el Perú: ¿A quién confían su salud los peruanos? *Proexpansión*.
- Amador, C., & Cubero, O. (2015). *Un sistema de gestión de calidad en salud, situación actual y perspectivas en la atención primaria*. *Cubana Salud Pública* v.36 n.2 Ciudad de La Habana Mayo-jun. 2010.
- Arenal, L. C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. UF0036 (Editorial). <https://doi.org/9788416482450>, 9781512945355
- Arroyo, J. (2016). Clínicas enfrentan ola económica. *Diario Gestión*.
- Astohuaman, H. A. D. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes sector servicios, clínicas, distrito de Callería, año 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.
- Ayala, J. K. (2018). Satisfacción del paciente adulto sobre el cuidado de enfermería en el Servicio de Emergencia del Hospital Apoyo II – 2 Sullana, Setiembre – Diciembre 2018. *Universidad Cesar Vallejo*.
- Azañedo, J. P. (2020). Hospitales y clínicas de Lima generan más de 56,000 toneladas de residuos al año. *Diario Gestión*.

- Balón, L. W. G. (2019). Plan mejora procesos servicio atención al cliente, para aumentar satisfacción usuarios, en área consulta externa de clínica y maternidad San Gregorio. *Universidad Tecnológico Bolivariano de Tecnología*.
- Barba, M. C. R. (2019). Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mype sector servicio-rubro consultorios dentales, provincia de Sullana año 2018. *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*, 86.
- Benavides, C. (2016). Gestión del conocimiento y calidad total. *España: AEC*.
- Boton, G. S. I. (2018). Satisfacción del usuario de la atención que recibe del personal de enfermería en el centro de atención permanente Cap de Cunén, Quiché, Guatemala, año 2017. *Universidad Rafael Landivar*, 3, 1–13. <https://doi.org/10.1093/imamci/dnt037>
- Bravo, M. (2016). Sistema integrado de gestión de calidad ambiental para la zona natural andina ecuatoriana de la provincia de Chimborazo,. *Editorial Universitaria*.
- Bustos, G. S. P. (2019). Características de la calidad de servicio y atención al cliente en la clínica torres s.a. en la ciudad de Talara año 2018. *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*.
- Calderón, S. (2017). *Estándares del servicio al cliente*.
- Campoverde, S. E. A. (2020). Nivel de satisfacción del usuario sobre calidad de atención en centros de salud del primer nivel de atención, Piura, 2019. *Universidad César Vallejo*, 0(18), Pág. 76-85-85. <https://doi.org/10.5354/0717-8883.1988.22598>
- Celis, solano K., & Farias, V. C. (2018). Determinación e implementación de indicadores de calidad para mejorar la atención en el área de emergencias de una

- clínica. *Universidad Nacional de Piura*.
- Cordero, R. (2016). La tecnología llega a los centros médicos. *Diario Gestión*.
- Cruzado, J. carmona. (2019). Hospitales y clínicas ecoambientales en Perú. *IBRID S.A.C*.
- Díaz, Fernandez Manuel Jose. (2014). *Atención básica al cliente: manual teórico* (Editorial).
- Díaz, Fernández Manuel José. (2016). *Atención básica al cliente: cuaderno de ejercicios* (Editorial). <https://doi.org/9788468155081>, 9788468161143
- Escudero, Z. D. (2017). *Metodología del trabajo científico: proceso de investigación y uso de SPSS* (E. U. A. del Plata (ed.)).
- Estremadoyro, R. (2019). Allura Clarity: La tecnología de Philips que busca ganar presencia en clínicas y hospitales en Perú. *Diario Gestión*.
- Faucett, E. (2017). ISO 10002:2004 Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones. *Revista SGS. Revista SGS*.
- Galán, C. R. (2017). Manual de calidad y gestion de la red española de aerobiología, REA. Cordova: *Universidad de Córdoba*.
- Gonzales, J. (2018). *Gestión empresarial y competitividad en las MYPE del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria – Lima. Victoria-Lima*.
- Heredia, J. W. R. (2016). Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro actividades de la práctica odontológica del cercado de Chimbote, 2015. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*, 93.

- Hernández, S. R., & Mendoza, T. C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (M. McGrawHill (ed.)). <https://www.abebooks.co.uk/Metodologíainvestigación-rutas-cuantitativa-cualitativa-mixta/30039131736/bd>
- Hurtado, R. (2018). Impacto en los beneficios de la implementación de las normas de calidad iso 9000 en las empresas . Chile: *Universidad de Atacama*.
- Ibañez, P. J. (2017). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica* (Dykinson S).
- Izquierdo, R. (2018). Canales de comunicación con los clientes. *Integriams*.
- Lastra, E. (2017). La realidad de las Mypes en Perú en el Día Nacional de las MyPE: 15 de mayo. *Prensa*.
- Lauz, J. M. (2018). Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. *Diario Gestión En Línea*. <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918>
- Lira, S. (2018). Perú tiene 2.30 millones de empresas registradas, ¿cuántas se crearon al cierre del 2017?. *Diario Gestión En Línea*.
- Lizarburu, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *España: Universidad Carlos III* .
- Llenque, T. F. (2019). LA COLUMNA DEL DÍA | Importancia de la MYPE en el Perú. *Radio RSD*.
- Llosa, L. (2017). 4 ventajas de las aplicaciones de salud en línea. Herramientas digitales,. *Diario El Comercio En Línea*.
- Londoño, J. E. (2018). *Nueve estrategias de atención al cliente que harán crecer tu*

- negocio* (A. Edici (ed.)).
- López, R. P., & Fachelli, S. (2018). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. *Revista de Educación y Derecho*, 17. <https://doi.org/10.1344/reyd2018.17.13>
- Lozano, segundo S. M. (2017). Caracterización de la gestión de calidad y la rentabilidad en las MYPES del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de Tingo María, año 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*, 1–175. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9301/Financiamiento_rentabilidad_gonzales_torres_arturo_manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maggi, V. W. A. (2018). Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia. *Universidad Católica Santiago de Guayaquil*, 95. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9976>
- Martínez, O. (2019). Tecnología en Salud: ¿qué se está haciendo en el Perú? *El Economista*.
- Meza, M. (2019). *El negocio de las clínicas está en venderle sus servicios al Estado. en:*
- Morales, Tania., & Acosta, L. (2017). *Atención al cliente en la limpieza de pisos en alojamientos*. (Málaga: IC).
- Muñoz, H. M. A. (2016). Diseño de un Manual de Calidad basado en la norma ISO 15189 para el laboratorio clínico del Hospital Básico de Guamote. *Universidad Politécnica de Chamborazo, Bachelor*, 136.
- Nolazco, L. F. A., & Carhuancha, M. I. M. (2019). *Metodología de la investigación*

- holística* (G. Universidad Internacional del Ecuador (ed.)).
- Noreña, D. (2019). *El futuro de las MYPES. Diario Gestión*.
- Palacios, A. (2018). *Perú: situación de las micro y pequeñas empresas. Expreso*.
- Palacios, D. A. (2018). *Perú: situación de las micro y pequeñas empresas*.
- Panta, S. jorge L. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente de la micro y pequeña empresa rubro laboratorio de análisis clínico en el distrito de sullana año 2018*.
- Paresson, L. (2017). *Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente. Tercera Edición. México: Editorial Pax México*.
- Peña, H. (2020). *La salud privada le cuesta a peruanos S/ 4,100 millones al año, según SuSalud. RPP Noticias*.
- Pérez, C. C. A., Puerto, R. A. N., & Serrano, H. L. D. (2020). *Propuesta para estructurar un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2015, en la empresa Asisderma clínica de la piel. Universidad Agustiniana*.
- Pérez, E. R. J., & Rojas, E. T. F. (2018). *Estrategias para mejorar los procesos de atención al paciente provenientes de convenios institucionales de la clínica Santamaría*.
- Pizzo, M. (2016). *Cómo Servir Con Excelencia. En M. Pizzo, Cómo Servir Con Excelencia (pág. 23)*.
- Pozo, J. M. (2016). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: promoción turística local e información al visitante (UF0049)*,. (2012. ProQuest Ebook Central IC Editorial (ed.)).
- Rabanal, R. L. A. (2019). *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas en el distrito*

- de Callería, año 2019. *universidad católica los ángeles de chimbote*, 1–175.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9301/financiamiento_rentabilidad_gonzales_torres_arturo_manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Río-frio, S. (2017). “*Caracterización de la competitividad y atención YPE comercializadoras rubro equipos de cómputo del centro de Piura, año 2016*”. .
Piura:
- Rodríguez, G. R. A. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de liderazgo en las mypes del sector servicios, clínicas privadas, distrito de Iquitos, año 2017.
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 0–2.
- Romero, J. (2019). Gestión de restaurantes: Descubre las nuevas tendencias. *Campus*.
- Romero, L. (2016). Metodología de investigación jurídica. España: *Ediciones de La Universidad de Castilla-La Mancha*.
- Rubio, C. R. S. (2016). La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016.
Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, 79.
- Rubio, R. (2016). La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016.
Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, 79.
- Ruíz, R. (2017). La gestión clínica: ¿qué es y para qué sirve? *Conexión ESAN*.
- Rumín, H. J. M. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial* (Ediciones).
<https://doi.org/9789587920673>, 9789587920666
- Sausa, M. (2018). Ineficiencias del sector salud están afectando a millones de peruanos
. Peru 21.

- Siu, H. (2018). Mira qué clínicas ofrecen certificaciones de calidad. *Diario Gestión*.
- Suarez, L. J. A. (2018). Documentación del Proceso de Talento Humano para el Sistema de Gestión de Calidad de la Clínica san José de Cúcuta. *Universidad Libre Seccional Cúcuta*, 53(9), 1689–1699.
- Téllez, Á., & Pérez, D. (2014). Gestión cognitiva: un programa de calidad en la atención primaria en 10 pasos,. *Ediciones Díaz de Santos, 2014. ProQuest Ebook Central, DocID=3428957*.
- Tello, S. (2018). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex*.
- Torres, G. C. A. (2018). *Gestión de la atención al cliente/consumidor* (IC Editori). <https://doi.org/9788491986270>
- ULADECH. (2019). Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 16 de agosto del 2019. *Código de ética para la investigación versión 002*, 1–7.
- Vargas, G. V. (2016). El Servicio al cliente:¡ Más que un querer, un deber!. *TEC Empresarial*, 1(1), 17–19.
- Vilchez, S. W. P. (2019). Características de la calidad de servicio y atención al cliente en el consultorio integral virgen del cobre, distrito de Ignacio Escudero, año 2018. *Universidad Católica Los Angeles de CHimbote*, 1–33. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/Control_interno_administrativo_sanchez_adanaque_enid_yaqueline.pdf?sequence=1
- Villacís, C. A. E. (2017). Gestión de la Atención al Cliente y el nivel de Satisfacción de la Clínica Central de la ciudad de Ambato. *Universidad Técnico de Ambato*, 130.

- <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/5301/Mg.DCEv.Ed.1859.pdf?sequence=3>
- Villanueva, W. (2019). Proponen que clínicas atiendan a asegurados como pago a cuenta de impuestos. *Diario La Gestión*.
- Yañez, C. (2018). Sistema de Gestión de Calidad en base a la norma ISO 9001. *Internacional Eventos*.
- Zambrano, G. P. M. (2017). Propuesta de diseño de un sistema de gestión de calidad basada en la norma ISO 9001-2008 para la Clínica Norvida S.A. *Universidad de Guayaquil*.
- Zambrano, V. (2017). Grado de calidad de la atención que recibe el paciente por parte del terapeuta físico en el hospital Pablo Arturo Suarez en diciembre del 2016. *Pontificia Universidad Catolica Del Ecuador*.
- Zelaya, E. (2018). Susalud: Las quejas más frecuentes de los pacientes de hospitales y clínicas. *Diario Gestión*.

Anexos**Anexo 1: Cuestionario**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a la Clínica Santa Rosa Sullana SAC. en Sullana. Como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.

MARCA CON X LA RESPUESTA QUE CREA CONVENIENTE.

N°	PREGUNTA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
CALIDAD DE SERVICIO						
1	¿Usted está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa?					

2	¿La clínica ha mejorado mejorando el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias?					
3	¿Cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica le llama para entregarle los resultados?					
4	¿El personal le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico?					
5	¿El personal de admisión brinda información rápida y oportuna?					
6	¿El personal se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud?					
7	¿El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada?					
8	¿La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos?					
9	¿Usted está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica?					
10	¿El personal otorga una buena imagen y competencia?					
11	¿Usted está satisfecho con la técnica empleada en el área de terapia de la clínica?					
12	¿Usted es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brindo el médico?					

13	¿El personal tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes?					
ATENCIÓN AL CLIENTE						
14	¿Conoce si la clínica tiene una base de datos donde le solicitan sus datos personales?					
15	¿La clínica tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente?					
16	¿La clínica promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente?					
17	¿El personal de enfermería tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda?					
18	¿La clínica tiene documentado toda la información sobre la historia clínica de los pacientes?					
19	¿Considera que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar?					
20	¿La enfermera establece contacto físico en lo que necesita el paciente frente al cuidado de enfermería?					
21	¿El médico tiene los conocimientos suficientes para brindarle una receta médica?					
22	¿El médico le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad?					
23	¿Usted está sorprendido con la confianza que le					

	brinda el personal de la clínica?					
24	¿Usted está satisfecho con el tiempo estipulado de para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad?					
25	¿El médico le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad?					
26	¿Usted está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica?					
27	¿En algún momento se ha sentido insatisfecho con los exámenes que lo han realizado en la clínica?					

Muchas gracias por su colaboración.

Sullana, noviembre del 2020.

Anexo 2: Cuadro de resultados

PR	Variable	Dimensiones	OE// Indicadores	Items	RESULTADOS POR PORCENTAJES				
			Primer OE		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
1	Calidad de servicio	Estrategias	El autoservicio es fundamental	¿Usted está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa?	58.33%	28.91%	10.16%	2.60%	0.00%
2			Estar presente cuando sea necesario	¿En los últimos tiempos la clínica ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias?	50.52%	34.64%	9.11%	5.73%	0.00%
3			Llama a tus clientes	¿Cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica le llama para entregarle los resultados?	41.67%	37.50%	13.80%	7.03%	0.00%
4			Respuestas automáticas	¿El médico que le está atendiendo le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico?	42.19%	36.46%	14.58%	6.77%	0.00%
5			Ser proactivo es una virtud	¿El personal de admisión brinda información rápida y oportuna?	40.63%	36.20%	16.15%	7.03%	0.00%
6			La empatía lo es todo	¿El personal de enfermería se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud?	44.27%	36.72%	13.54%	5.21%	0.26%
7			Espera lo inesperado	¿El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada?	40.36%	36.20%	17.97%	5.47%	0.00%
8			Cada día hay algo nuevo	¿La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos?	42.19%	33.85%	15.63%	8.33%	0.00%

			Segundo OE						
9	Beneficios	Aumento de ingresos	¿Usted está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica?	44.01%	35.68%	13.28%	7.03%	0.00%	
10		Mejor reputación	¿El personal otorga una buena imagen y competencia?	39.84%	35.94%	17.45%	6.51%	0.26%	
11		Mejor satisfacción del cliente	¿Usted está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica?	44.27%	35.94%	14.32%	4.95%	0.52%	
12		Lealtad de los clientes	¿Usted es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo?	42.97%	36.72%	14.84%	5.47%	0.00%	
13		Empleados involucrados	¿El personal tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes?	44.53%	32.81%	15.63%	7.03%	0.00%	

PR	Variable	Dimensiones	OE// Indicadores	Items	RESULTADOS POR PORCENTAJES				
			Tercer OE		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
14	Atención al cliente	Estrategias	Conocimiento de sus clientes	¿Cuándo ha sacado su cita médica el personal le ha solicitado sus datos personales?	43.23%	38.28%	12.76%	5.73%	0.00%
15			Creación de un área responsable	¿La clínica tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente?	41.41%	39.32%	12.50%	6.51%	0.26%
16			Instauración de una cultura	¿La clínica promueven una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente?	41.15%	38.54%	13.54%	6.51%	0.26%
17			Establecimiento de estándares	¿El personal de enfermería tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda?	45.57%	33.85%	14.06%	6.51%	0.00%
18			Documentar los requerimientos de los clientes	¿Conoce si la clínica tiene documentado la información sobre su historia clínica?	46.61%	33.33%	14.06%	5.99%	0.00%
19			Trabajar en la lealtad del cliente	¿Considera que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar?	46.88%	35.16%	10.94%	7.03%	0.00%
			Cuarto OE						
20			Estándares	Cortesía	¿El personal de enfermería es cortés y amable al momento de brindar sus servicios?	44.27%	37.50%	13.28%	4.95%

21		Conocimiento	¿El médico que le está atendiendo tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica?	41.15%	38.02%	15.10%	5.73%	0.00%
22		Seguimiento	¿El médico que le está atendiendo le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad?	43.75%	34.38%	13.80%	7.81%	0.26%
23		Sorprender	¿Usted está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica?	42.71%	32.55%	17.71%	6.77%	0.26%
24		Triangulo del servicio al cliente	¿Usted está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad?	43.23%	34.38%	15.36%	6.51%	0.52%
25		Momentos de verdad	¿El médico que le está atendiendo le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad?	43.75%	37.50%	13.54%	5.21%	0.00%
26		Estelar	¿Usted está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica?	39.32%	38.02%	15.63%	6.77%	0.26%
27		Critico	¿En algún momento se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica?	43.23%	35.94%	15.10%	4.17%	1.56%

Anexo 3: Validaciones

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Cristihan Sosa Orellana, con cédula de colegiatura 007335, con profesión Licenciado en Administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

"Calidad de servicio y atención al cliente en la clínica santa rosa Sullana s.a.c. en el distrito de Sullana año 2020", presentado por la estudiante universitaria Palacios Campoverde, Kelly Yusel de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



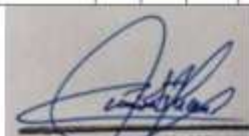
Mgr. Lic. Abn. CRISTIHAN SOSA ORELLANA
NUMERO DE COLEGIATURA 007335
MAESTRO EN FINANZAS

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS										
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		
	VARIABLE DE CALIDAD DE SERVICIO		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1° OE	a) Identificar las estrategias de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020									
1	¿Usted está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa?	X			X		X		X	
2	¿En los últimos tiempos la clínica ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias?	X			X		X		X	
3	¿Cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica le llama para entregarle los resultados?	X			X		X		X	
4	¿El médico que le está atendiendo le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico?	X			X		X		X	
5	¿El personal de admisión brinda información rápida y oportuna?	X			X		X		X	
6	¿El personal de enfermería se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud?	X			X		X		X	
7	¿El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada?	X			X		X		X	
8	¿La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos?	X			X		X		X	



Mg. L. A. ALVARO VILLALBA ROSA ORELLANA
 DIRECTORA GENERAL DE CALIDAD DE SERVICIO
 HOSPITAL SANTA ROSA SULLANA S.A.C.

2° OE	b) Describir los beneficios de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.							
9	¿Usted está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica?	X			X		X	X
10	¿El personal otorga una buena imagen y competencia?	X			X		X	X
11	¿Usted está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica?	X			X		X	X
12	¿Usted es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo?	X			X		X	X
13	¿El personal tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes?	X			X		X	X



Mgtr. Lic. Rómulo OSORIO SOSA ORELLANA
 NUMERO DE COLEGIATURA 867338
 MAESTRO EN FINANZAS

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3º OE	c) Identificar las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.								
14	¿Cuándo ha sacado su cita médica el personal le ha solicitado sus datos personales?	X			X		X		X
15	¿La clínica tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente?	X			X		X		X
16	¿La clínica promueve una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente?	X			X		X		X
17	¿El personal de enfermería tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda?	X			X		X		X
18	¿Conoce si la clínica tiene documentado la información sobre su historia clínica?	X			X		X		X
19	¿Considera que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar?	X			X		X		X



MYLLEY ROSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLGAFATURA 98733
 MAGÍSTER EN FINANZAS

4° OE	d) Describir los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020							
20	¿El personal de enfermería es cortés y amable al momento de brindar sus servicios?	X			X		X	X
21	¿El médico que le está atendiendo tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica?	X			X		X	X
22	¿El médico que le está atendiendo le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad?	X			X		X	X
23	¿Usted está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica?	X			X		X	X
24	¿Usted está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad?	X			X		X	X
25	¿El médico que le está atendiendo le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad?	X			X		X	X
26	¿Usted está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica?	X			X		X	X
27	¿En algún momento se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica?	X			X		X	X



Mgtr. Lic. Adrián CRISTINA ROSA ORELLANA
 NUMERO DE COLEGIATURA 96733
 MAGISTER EN FINANZAS

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Elizabeth Zapata Castro, con cédula de colegiatura 06563, con profesión Licenciado en Administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

"Calidad de servicio y atención al cliente en la clínica santa rosa Sullana s.a.c. en el distrito de Sullana año 2020", presentado por la estudiante universitaria Palacios Campoverde, Kelly Yusel de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN
Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	VARIABLE DE CALIDAD DE SERVICIO	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1º OE	a) Identificar las estrategias de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020								
1	¿Usted está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa?	X			X		X		X
2	¿En los últimos tiempos la clínica ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias?	X			X		X		X
3	¿Cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica le llama para entregarle los resultados?	X			X		X		X
4	¿El médico que le está atendiendo le contesta inmediatamente cuándo realiza una consulta sobre su diagnóstico?	X			X		X		X
5	¿El personal de admisión brinda información rápida y oportuna?	X			X		X		X
6	¿El personal de enfermería se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud?	X			X		X		X
7	¿El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada?	X			X		X		X
8	¿La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos?	X			X		X		X


 UNIVERSIDAD CUSCO - UNICUSCO
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
 Mgtr. Elizabeth Espinoza Córdova
 COORDINADORA DEL PROCESO ACADÉMICO-DE INVESTIGACIÓN

2º OE	b) Describir los beneficios de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.							
9	¿Usted está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica?	X			X		X	X
10	¿El personal otorga una buena imagen y competencia?	X			X		X	X
11	¿Usted está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica?	X			X		X	X
12	¿Usted es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo?	X			X		X	X
13	¿El personal tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes?	X			X		X	X


 UNIVERSIDAD LATINA AMERICANA DE SULLANA
 CENTRO EDUCATIVO SULLANA SULLANA
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3° OE	c) Identificar las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.								
14	¿Cuándo ha sacado su cita médica el personal le ha solicitado sus datos personales?	X			X		X		X
15	¿La clínica tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente?	X			X		X		X
16	¿La clínica promueve una cultura de servicio y han definido un protocolo de servicio al cliente?	X			X		X		X
17	¿El personal de enfermería tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda?	X			X		X		X
18	¿Conoce si la clínica tiene documentado la información sobre su historia clínica?	X			X		X		X
19	¿Considera que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar?	X			X		X		X

4° OE	d) Describir los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020							
20	¿El personal de enfermería es cortés y amable al momento de brindar sus servicios?	X			X		X	X
21	¿El médico que le está atendiendo tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica?	X			X		X	X
22	¿El médico que le está atendiendo le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad?	X			X		X	X
23	¿Usted está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica?	X			X		X	X
24	¿Usted está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad?	X			X		X	X
25	¿El médico que le está atendiendo le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad?	X			X		X	X
26	¿Usted está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica?	X			X		X	X
27	¿En algún momento se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica?	X			X		X	X


 UNIVERSIDAD CUSCO UNIBUS DE CUSCO
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Edita Jerid Periche Castro, con cédula de colegiatura 04038, con profesión Administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Calidad de servicio y atención al cliente en la clínica santa rosa Sullana s.a.c. en el distrito de Sullana año 2020”, presentado por la estudiante universitaria Palacios Campoverde, Kelly Yusel de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



Edita Jerid Periche Castro
Administradora
CORLAD 004038

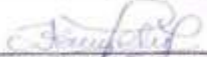
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1º OE	a) Identificar las estrategias de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020								
1	¿Usted está satisfecho con la atención inmediata que le brindan en la clínica Santa Rosa?	X			X		X		X
2	¿En los últimos tiempos la clínica ha mejorado el control y monitoreo del proceso en ambientes médicos de emergencias?	X			X		X		X
3	¿Cuándo le realizan exámenes médicos el personal de la clínica le llama para entregarle los resultados?	X			X		X		X
4	¿El médico que le está atendiendo le contesta inmediatamente cuando realiza una consulta sobre su diagnóstico?	X			X		X		X
5	¿El personal de admisión brinda información rápida y oportuna?	X			X		X		X
6	¿El personal de enfermería se muestra empático cuando usted se encuentra delicado de salud?	X			X		X		X
7	¿El tiempo de espera para realizar una consulta médica es la adecuada?	X			X		X		X
8	¿La clínica tiene herramientas innovadoras para los exámenes médicos?	X			X		X		X


Edita Jirón Pericón Oestre
 Administradora
 CORLAD 004038

2º OE	b) Describir los beneficios de la Calidad de servicio en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020.							
9	¿Usted está satisfecho con la atención brindada por el cual regresa a la misma clínica?	X		X		X		X
10	¿El personal otorga una buena imagen y competencia?	X		X		X		X
11	¿Usted está satisfecho con la técnica empleada en el área de pediatría de la clínica?	X		X		X		X
12	¿Usted es leal a la clínica por el trato y buen diagnóstico que le brinda el médico que le está atendiendo?	X		X		X		X
13	¿El personal tiene actitud de servicio y está involucrado con los pacientes?	X		X		X		X


Edita Jerid Periche Castro
 Administradora
 CORLAD 004038

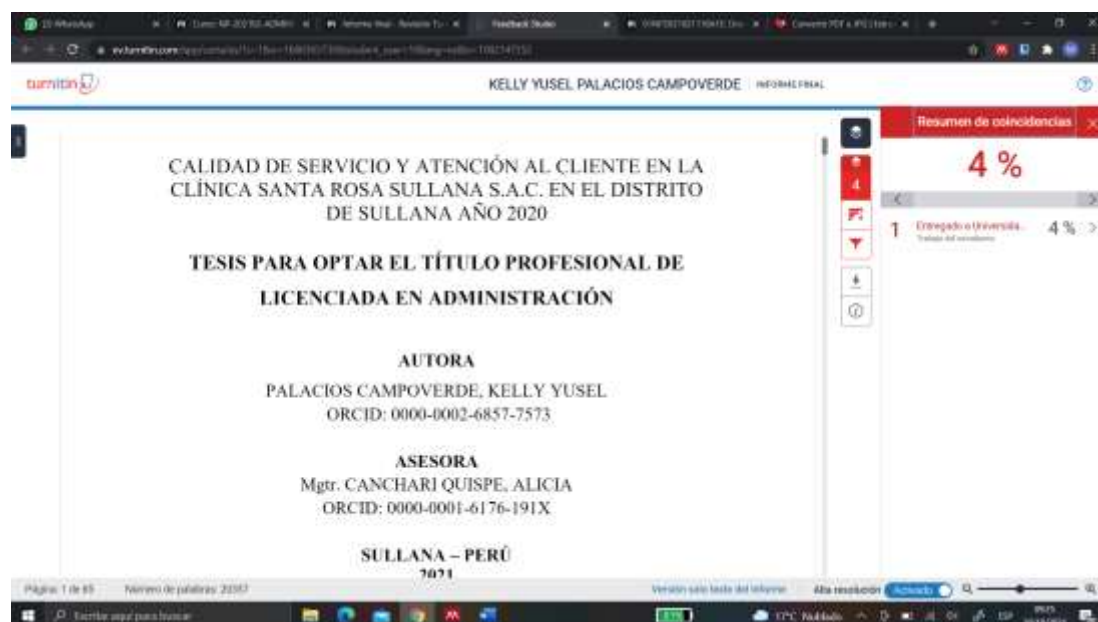
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3° OE	c) Identificar las estrategias de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C en el distrito de Sullana año 2020.								
14	¿Cuándo ha sacado su cita médica el personal le ha solicitado sus datos personales?	X			X		X		X
15	¿La clínica tiene un área responsable donde se coordine las actividades dirigidas a la atención al cliente?	X			X		X		X
16	¿La clínica promueve una cultura de servicio y han definido un protocolo deservicio al cliente?	X			X		X		X
17	¿El personal de enfermería tiene estándares y claridad de información hacia los cuidados que brinda?	X			X		X		X
18	¿Conoce si la clínica tiene documentado la información sobre su historia clínica?	X			X		X		X
19	¿Considera que el personal ha establecido una fuerte conexión con los pacientes con la finalidad de fidelizar?	X			X		X		X


 Berta Jurid Periche Castro
 Administradora
 CORLAD 904038

4° OE	d) Describir los estándares de atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C en el distrito de Sullana año 2020							
20	¿El personal de enfermería es cortés y amable al momento de brindar sus servicios?	X			X		X	X
21	¿El médico que le está atendiendo tiene conocimientos suficientes para brindarle una receta médica?	X			X		X	X
22	¿El médico que le está atendiendo le realiza seguimiento al tratamiento de su enfermedad?	X			X		X	X
23	¿Usted está sorprendido con la confianza que le brinda el personal de enfermería de la clínica?	X			X		X	X
24	¿Usted está satisfecho con el tiempo estipulado para la hospitalización del tratamiento de su enfermedad?	X			X		X	X
25	¿El médico que le está atendiendo le trata con empatía al momento que le da su diagnóstico de su enfermedad?	X			X		X	X
26	¿Usted está satisfecho con el medio ambiente y la limpieza de la clínica?	X			X		X	X
27	¿En algún momento se ha sentido insatisfecho con los exámenes de rayos x que lo han realizado en la clínica?	X			X		X	X


Estela Jirón Pérez
 Administradora
 C.O.R.L.A.F 004038

Anexo 4: Turnitin




The image shows a screenshot of a Turnitin submission page. The main content area displays the title and author information of a thesis document. The title is "CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CLÍNICA SANTA ROSA SULLANA S.A.C. EN EL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2020". The author is "PALACIOS CAMPOVERDE, KELLY YUSEL" with ORCID: 0000-0002-6857-7573. The advisor is "Mgtr. CANCHARI QUISPE, ALICIA" with ORCID: 0000-0001-6176-191X. The location is "SULLANA - PERÚ" with the number "7071".

On the right side, there is a "Resumen de similitudes" (Similarity Summary) panel showing a similarity score of 4%. Below this, a table lists the sources contributing to the similarity:

Source	Similarity Score
1 Entrega a Universi...	4%

The bottom of the page shows the Turnitin interface with "Página: 1 de 95" and "Número de palabras: 2293". The status is "Alta resolución" (High resolution) and "Actualizado" (Updated).

Anexo 5: Consentimiento informado


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
 CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CLÍNICA SANTA ROSA SULLANA S.A.C. EN EL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2020 y es dirigido por Palacios Campoverde, Kelly Yusel, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Determinar las principales características de la Calidad de servicio y atención al cliente en la Clínica Santa Rosa Sullana S.A.C. en el distrito de Sullana año 2020. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 962071473. Si desea, también podrá escribir al correo az.yusel@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: JOSE ROEL CARREÑO CISNEROS

Fecha: 03 / NOVIEMBRE / 2020

Correo electrónico: Lmanniqui.csr@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA