

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN
DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA
OFTALMOVISIÓN S.A.C., TRUJILLO, 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Daniel Robinson Benites Gutierrez

Miki Shirley Villanueva Polo

Asesor:

Mg. José Roberto Huamán Tuesta

<https://orcid.org/0000-0001-7700-9116>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	MARIA EUGENIA ALFARO SÁNCHEZ	31676901
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	ROSSANA MAGALY CANCINO OLIVERA	17818053
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	CARLOS ALBERTO PASTOR CASAS	18089419
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

El esfuerzo brindado en este trabajo de investigación está dedicado a nuestros padres por formarnos en valores, las cuales nos ayudan a seguir adelante en momentos difíciles y de lograr llegar a esta etapa final de nuestra carrera.

A nuestros profesores, por su tiempo, apoyo y sabiduría, que nos transmitieron a lo largo del desarrollo de nuestra formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por protegernos durante todo nuestro camino y darnos las fuerzas para superar obstáculos y momentos difíciles a lo largo de toda nuestra vida.

A maestros, nuestro asesor y al Dr. Carlos Rojas Marín que fueron los que nos acompañaron en cada paso que dimos para llegar hasta aquí.

Finalmente, a todos aquellos que se involucraron en nuestro trabajo de investigación, a los clientes entrevistados y a la empresa por confiar en nosotros al brindarnos la información y espacio requerido.

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	24
1.3. Objetivos	25
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	29
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	49
REFERENCIAS	58
ANEXOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	31
Tabla 2.....	32
Tabla 3.....	36
Tabla 4.....	37
Tabla 5.....	38
Tabla 6.....	39
Tabla 7.....	40
Tabla 8.....	41
Tabla 9.....	42
Tabla 10.....	43
Tabla 11.....	44
Tabla 12.....	45
Tabla 13.....	46
Tabla 14.....	47
Tabla 15.....	48
Tabla 16.....	104
Tabla 17.....	104
Tabla 18.....	105
Tabla 19.....	106
Tabla 20.....	106
Tabla 21.....	107
Tabla 22.....	108
Tabla 23.....	108
Tabla 24.....	109
Tabla 25.....	110
Tabla 26.....	111
Tabla 27.....	112
Tabla 28.....	112
Tabla 29.....	113
Tabla 30.....	114
Tabla 31.....	114
Tabla 32.....	116
Tabla 33.....	116

Tabla 34.....	117
Tabla 35.....	118
Tabla 36.....	118
Tabla 37.....	119
Tabla 38.....	120
Tabla 39.....	120
Tabla 40.....	121
Tabla 41.....	122
Tabla 42.....	122
Tabla 43.....	123
Tabla 44.....	124
Tabla 45.....	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Toma de encuesta a paciente	98
Figura 2. Toma de encuesta a paciente	99
Figura 3. Toma de encuesta a paciente	100
Figura 4. Toma de encuesta a paciente	101
Figura 5. La clínica Oftalmovisión tiene equipos modernos y materiales para un servicio de calidad.	104
Figura 6. Las instalaciones físicas son limpias, cómodas y acogedoras.	105
Figura 7. Las señalizaciones orientan de manera eficaz el uso y ubicación de los servicios.....	105
Figura 8. El uniforme institucional potencia la identidad de la clínica.....	106
Figura 9. Los colaboradores tienen un trato ante su necesidad en relación con su consulta.....	107
Figura 10. La atención es personalizada durante su permanencia en la clínica.	107
Figura 11. Los horarios son favorables para acceder al servicio.	108
Figura 12. El protocolo de la atención se realiza con rapidez y eficacia.	109
Figura 13. Los colaboradores orientan y brinda información oportuna para agendar una cita	110
Figura 14. Los canales de citas por medios virtuales son rápidos, efectivos y profesionales.	110
Figura 15. El equipo de profesionales brinda confianza durante el acceso a un servicio.	111
Figura 16. Durante el acceso a un servicio se respeta su privacidad.	112
Figura 17. Se siente seguro en los diferentes ambientes que tiene la clínica.....	113
Figura 18. El tiempo de espera para la atención oftalmológica es el adecuado.....	113
Figura 19. El equipo de profesionales de salud resuelve todas sus dudas y preguntas.....	114
Figura 20. Ud. siente que la clínica está comprometida con su salud oftalmológica y seguimiento.	115
Figura 21. El personal soluciona oportuna y satisfactoriamente sus quejas y reclamos.....	116
Figura 22. El personal de la Clínica Oftalmovisión le brinda el servicio que esperaba.....	117
Figura 23. El personal está comprometido en los intereses y necesidades de sus clientes.	117
Figura 24. La Clínica Oftalmovisión presta un servicio satisfactorio.....	118
Figura 25. Las mejoras en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.	119
Figura 26. La calidad de los servicios prestados por la Clínica Oftalmovisión es conforme.	119
Figura 27. Usted tiene confianza en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.	120
Figura 28. Ante un problema o inconveniente con los servicios la clínica, mostró interés por resolverlo. ...	121
Figura 29. Los médicos de la Clínica brindan confianza y seguridad en la atención recibida.....	121
Figura 30. La Clínica Oftalmovisión se preocupa por las necesidades de sus pacientes.	122
Figura 31. El servicio que brinda la Clínica Oftalmovisión es lo que Ud. Esperaba.	123
Figura 32. El personal de la Clínica es claro en las explicaciones o informaciones brindadas.	124
<i>Figura 33. El personal de la Clínica posee los conocimientos acerca de los servicios brindados.</i>	<i>124</i>
<i>Figura 34. Recomendaría este servicio de salud Oftalmológico.....</i>	<i>125</i>

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. en la ciudad de Trujillo al año 2022.

Se identificó constantes quejas, falta de capacitación al personal, retrasos en la entrega de lentes, demoras en la atención integral, falta de conocimiento de servicios por parte del personal, entre otros.

El tipo de diseño metodológico es descriptivo – correlacional, con un diseño no experimental de corte transversal.

Además, se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Asimismo, se halló que la calidad de servicio se encuentra en un nivel bueno según el 78% de los encuestados y la satisfacción del cliente se encuentran en un nivel alto según el 71% de los encuestados. Por tanto, se concluyó que existe un grado de correlación positiva del 0.754, y es altamente significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, esto nos indica, que mientras mejor sea la calidad de servicio en la clínica, mejor será la satisfacción de los clientes.

PALABRAS CLAVE: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, clínica.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La calidad del servicio al cliente es fundamental hoy en día, ya que las empresas luchan por retener la mayor cantidad posible de clientes para sobrevivir en el mercado y diferenciarse de sus competidores. Al respecto (Wellington, 1997) sostiene “Son elementos que deben ser entregados de acuerdo a las necesidades del cliente”. Por lo tanto, el cliente es un individuo o entidad que adquiere o compra; es la razón principal por la que se crean, producen, producen y venden productos y servicios, en definitiva “el cliente es el rey” (Kotler, 1989).

En el Perú la globalización y sus consecuencias como los intercambios culturales, económicos, tecnológicos y sociales han traído consigo grandes cambios en las empresas; Hoy, el cliente se ha convertido en el héroe de la organización, creyendo que el mayor logro es la satisfacción del cliente, que va de la mano con la calidad del servicio prestado. Alcaide (2015) en su libro Fidelización de clientes expone “Si quieres fidelizar a tus clientes, la calidad y experiencia del servicio de tu empresa debe ser una prioridad absoluta en la gestión empresarial”. La satisfacción del cliente debe ser la base de las organizaciones que quieren lograr el crecimiento y desarrollo empresarial, en este ámbito es necesario mejorar continuamente el servicio y en este caso este tema es muy buscado por las empresas, las empresas de transporte se preocupan por el servicio al cliente.

El sector salud en entidades públicas y privadas cumple un rol muy importante en la sociedad, debido a que se encargan de prevenir, tratar y velar la salud de las personas, protegiéndolas de todo tipo de enfermedades. La pandemia de la COVID- 19 ha afectado el desarrollo de nuestra vida diaria y la forma en que nos relacionamos con los demás. En ese

contexto, la salud ha sido uno de los ámbitos más afectados. Las personas empezaron a usar de forma continua los equipos tecnológicos, celulares, computadoras o tablets, aumentando las enfermedades de la vista, por tal razón, muchos decidieron hacerse chequeos médicos mensuales y anuales en diferentes establecimientos como hospitales y clínicas.

Por ello, Proaño (2018), consultora del Banco Interamericano de Desarrollo señala que “en la salud, una atención de calidad es tan importante, que su ausencia tiene repercusiones no solamente sobre la eficiencia del sistema de salud o la percepción que los ciudadanos tienen de él, sino que, literalmente puede costarles la vida”. En este sentido, uno de los principales retos que enfrentan las empresas privadas del sector salud en la oftalmología consiste en generar, implementar y desarrollar estrategias que impacten en la mejora de calidad de servicio brindado a los pacientes, con la finalidad de solucionar sus diferentes diagnósticos en el campo de la salud, con una atención satisfactoria y personalizada, priorizando sus necesidades e inquietudes para contribuir a la mejora continua de diversas entidades.

La Clínica Oftalmovisión S.A.C. viene desarrollando y ofreciendo distintos servicios oftalmológicos, como consulta integral, óptica, farmacia y cirugías en la ciudad de Trujillo; esto ha permitido que con el paso de los años se posicione en el mercado, dando como resultado ser muy mencionada y recomendada por los mismos pacientes. No obstante, se vienen presentando deficiencias relacionadas con la calidad de atención al cliente, tales como, retrasos en la entrega de lentes, falta de conocimiento de información de nuestros servicios por parte del personal de admisión hacia los clientes, demoras en el proceso de atención integral, falta de capacitaciones frente a reclamos de cada caso, quejas de pacientes, carencia de un formato adecuado de atención al cliente. Estos aspectos son de vital importancia atenderlos porque influyen en la satisfacción del cliente; puesto que, son ellos

quienes generan los ingresos para la empresa y recomiendan a otros a atenderse en la clínica. Por tal razón, es muy relevante brindar un servicio de calidad óptimo, adecuado y garantizado, para así, mantenerlos fidelizados.

Ante esta situación, se pretende dar una respuesta basada en evidencia científica, a partir del análisis de un conjunto de antecedentes internacionales, nacionales y locales, los cuales se presentan a continuación:

Osorio (2016) en su trabajo de investigación, tuvo como objetivo principal medir el nivel de la satisfacción al cliente percibido por los pacientes en la clínica de oftalmología de Cali, según el modelo SERQVUAL. En primer lugar, se procedió a hacer un diagnóstico de los procesos de servicio que se ofrece al cliente implementados por la clínica, después de ello, se identificó, interpretó y analizó las variables que intervienen en la satisfacción de los pacientes. Como conclusión, se propuso estrategias para mejorar la atención al cliente en la Clínica de Oftalmología de Cali S. A. Además, se evidencia que los pacientes tienen en cuenta diferentes elementos que configuran la experiencia de atención, tales como el tiempo de espera, la infraestructura, sin embargo, es la interacción humana la que tiene una mayor incidencia.

Cobos et al., (2018) en su artículo de investigación titulado “Percepción de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud de consulta externa en una institución prestadora de servicios de salud”, tuvieron como objetivo determinar la percepción de los usuarios de la calidad en la prestación del servicio de salud en consulta externa de una Institución Prestadora de Salud en Boyacá-Colombia, el método empleado fue descriptivo, de diseño transversal, la muestra estuvo conformada por 143 usuarios a los cuales se les aplicó la encuesta SERVQUAL con escala Likert. Los resultados demostraron que el promedio de las cinco dimensiones de percepciones fue de 4.13%, lo cual evidencia un rango

satisfactorio según el 82.6% de los usuarios. La dimensión más alejada de cero fue fiabilidad, seguida de capacidad de respuesta; lo cual significa que los usuarios están satisfechos con la disposición que tiene el personal para atenderlos y brindarles un servicio rápido y oportuno, frente a la demanda con una respuesta de calidad y en un tiempo aceptable; de igual manera se mencionó que la dimensión más cercana a cero fue elementos tangibles, lo cual significa que los usuarios reciben menos de lo que esperaban del servicio referente a las condiciones y apariencia física de las instalaciones, equipos, personal, material de comunicación, limpieza y comodidad.

Cruzado y Llanos (2022) en su tesis titulada “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de las clínicas de salud categoría II-1 en Cajamarca, 2019” para obtener el título profesional de administración, plantearon determinar cómo influye la calidad de servicio entre la satisfacción del cliente de las clínicas de salud categoría II-1 en Cajamarca 2019. La presente investigación fue de tipo descriptivo con un diseño no experimental, el cual aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta a una muestra de 130 clientes de las clínicas de salud categoría II-1. Las conclusiones señalaron como la calidad de servicio tiene una influencia significativa en la complacencia del cliente para clínicas de salud categoría II-1. Asimismo, las dimensiones con mayor influencia en la calidad de servicio fueron la confiabilidad, empatía y seguridad. Donde, la confiabilidad significa que a los clientes les importa que la empresa cumpla con sus promesas, solución de problemas y fijación de precios; la dimensión de empatía significa que a ellos les importa la atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes; la dimensión de seguridad significa que el inspirar credibilidad y confianza promueve a los clientes el regreso y recomendación de esta.

Yaringaño, (2019) en su tesis titulada “Calidad de atención y la satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional Oftalmología Dr. Francisco Contreras Campos, Lima 2019” para obtener el título profesional de administración, planteó como determinar la relación entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario externo UFS-INO, Lima 2019. La investigación corresponde al tipo aplicada, de diseño no experimental transversal, de nivel descriptivo correlacional. La muestra fueron 368 pacientes que acudieron al Instituto Nacional de Oftalmología, a los cuales se aplicó dos cuestionarios de escala Likert. Los resultados indicaron que la Calidad de atención es percibida como Bueno con un 57.9%, y en sus dimensiones la fiabilidad es calificado como Bueno 65.5%, los elementos tangibles como Bueno con un 63%, la empatía como Regular con un 47.6%, la seguridad como Regular con un 46.7% y la capacidad de respuesta como Bueno según el 40.5% de los encuestados.

Asimismo, respecto a la variable satisfacción del usuario externo, se demostró que el 46.7% se encuentra satisfecho. Finalmente, el autor concluye, que si existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario externo UFS-INO, Lima 2019.

Sullón (2020) en su investigación titulada “Calidad de atención y fidelización de usuarios externos en un centro oftalmológico privado de Lima, 2019” para obtener la maestría en gestión de los servicios de la salud ha tenido como objetivo principal establecer la relación entre la calidad de atención y la fidelización de personas externas de un centro oftalmológico exclusivo en Lima, 2019. El método utilizado en su investigación fue hipotético deductivo, de tipo correlacional, diseño no experimental y transversal. Respecto a la recolección de datos se utilizó dos cuestionarios, para calidad de atención y fidelización basados en el modelo Servperf y en la Teoría de Alcaide respectivamente; los cuales fueron

aplicados a una muestra de 137 usuarios externos; y el análisis de datos se realizó con el programa SPSS. Los resultados demostraron que el nivel de calidad de atención es Buena con un 97,08%. De acuerdo con sus dimensiones, los usuarios externos indicaron en un 100% que la empatía, capacidad de respuesta, seguridad y fiabilidad es Buena. Asimismo, el nivel de fidelización en el Centro Oftalmológico es Alta según el 86,86%. Los autores concluyeron que si existe relación positiva entre la calidad de atención y la fidelización de usuarios externos.

Mendoza (2020) en su tesis, tuvo como objetivo principal determinar la relación de la satisfacción de los pacientes en relación con la calidad de atención de salud en el Servicio de Oftalmología del Hospital II Vitarte – Es Salud en el 2014 Vs. 2018, el tipo de investigación fue descriptiva y correlacional; se utilizaron dos instrumentos SERVQUAL, la cual medía la satisfacción de los clientes en base a sus expectativas y percepciones. Como conclusión, los resultados en el año 2014 fueron favorables mostrando satisfacción del paciente con relación a la calidad de atención recibida, sin embargo, en el año 2018 los resultados fueron desfavorables mostrando insatisfacción del paciente en todas sus dimensiones con relación a la calidad de atención recibida, principalmente en la disponibilidad de las citas, en la atención en la caja y del módulo de admisión del asegurado y en la atención para la toma de análisis de laboratorio.

Luego de haber presentado y descrito los diversos elementos de la realidad problemática y los antecedentes de la investigación, a continuación, se describen las bases teóricas correspondientes a las variables de estudio y se consideran algunos conceptos que guardan relación:

Calidad de servicio. - Para Málaga (2008) la calidad es definida como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas por los clientes.

Grönroos (1984) describe a “la calidad del servicio fue una variable de conocimiento es versátil en sus dimensiones que ha formado desde 2 componentes importantes: 1 dimensión técnica en consecuencia a una dimensión eficaz en relación a la causa” (p. 37).

Según Kotler (2006) la calidad de servicio se define como “al total de rasgos y características de un bien y/o servicio como puede influir en su capacidad de satisfacción de las necesidades claras y exteriorizarse de los clientes” (p.42).

Para Horowitz (1991) indica que “el enriquecimiento de un servicio superior en calidad que recae sobre todos y reacciona en cadena de los que se benefician de él; consumidores, empleados, gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad” (p. 28).

Con los conceptos anteriormente mencionados, podemos inferir que la calidad de servicio se basa principalmente en la percepción de cada cliente, y consiste en que las características del servicio puedan satisfacer las necesidades del cliente y superar sus expectativas.

Calidad de servicio en la salud. - En el campo de la salud, la calidad se aplica a la excelencia de una disciplina, a la perfección de un proceso, a la obtención de buenos resultados con una determinada técnica o procedimiento. En términos sencillos, Unir Revista (2022) explica que calidad en salud significa poner a disposición de los pacientes los mejores medios, infraestructuras y materiales con tal de poder dar la máxima calidad posible. Cobo et al. (2018) señala que la calidad en la prestación de los servicios de salud es

un tema relevante para todos los actores que están involucrados en este proceso, puesto que el usuario o cliente es el personaje principal en los escenarios de la prestación de servicios, y es quien se debe atender con calidad, oportunidad y eficiencia, para satisfacer sus expectativas; debido a que él determina el nivel de excelencia de una institución. La calidad de servicios en salud depende de diversos factores relacionados con la percepción del paciente, tales como la atención, los elementos del entorno, factores técnicos, el trato, entre otros. Según los autores Valls et al. (2017) está perfectamente comprobado que la calidad en el servicio es la vía, para ser más competitivo y lograr mejor los objetivos empresariales. Por ello, es importante mencionar, que evaluar la calidad de los servicios que se brindan en diferentes instituciones de salud ha motivado a diversos investigadores a realizar estudios acerca del tema, y de esta manera mejorar la efectividad en la entrega de cuidados de salud (Lages, 2016).

Importancia de la calidad de servicio. - Tigani (2006) menciona que, el 96% de los clientes insatisfechos nunca se quejan, solo se van y nunca vuelven, ellos transmiten su insatisfacción a 9 o más personas, porque siempre una mala experiencia será un buen motivo de conversación. Además, conseguir un nuevo cliente cuesta hasta 5 veces más que venderle a un cliente, debido a que se debe hacer publicidad, promoción, regalos, descuentos, entre otros. Sin embargo, un cliente muy satisfecho transmite esa experiencia a 3 o menos personas. Por ello, la importancia radica en buscar la excelencia en el servicio, y esta consiste en conocer, satisfacer y superar las expectativas del cliente.

Berry, Bennett y Brown (1989) aportan, que los beneficios que se obtienen al brindar una calidad superior en las organizaciones son “obtener una mayor lealtad del cliente, futura recompra, costos menores, baja preocupación a la guerra de precios”, el cual te brinda la posibilidad de subir tus precios sin que afecte la disminución de clientes.

Modelo de medición de la calidad de servicio. - Los estudios sobre la evolución histórica de la gestión, la calidad y el marketing de servicios, ya enfocados en la evaluación de la calidad del servicio, se agrupan alrededor de dos escuelas: la escuela norteamericana, liderada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, y la escuela nórdica, liderada por Grönroos.

Escuela nórdica. – Es un modelo, que se conoce como un tipo de imagen, se formuló por Grönroos (1988, 1994) y relaciona la calidad con la imagen corporativa. Según Grönroos (1994) la calidad se ha percibido para los clientes como se integra la calidad técnica (qué se brinda) y la calidad funcional (cómo se brinda), relacionándose como imagen colectiva. Lo cual significa, en el cliente influir en consecuencia del servicio, a diferencia de la forma en que se recoge a imagen colectiva. La calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente adecuado el cual conduzca a un resultado admisible y todo lo referente al soporte físico, medios materiales y la entidad recluye. La calidad funcional puede encargarse de forma que el consumidor final que ha comprometido para desarrollar los procesos en la elaboración del servicio.

Así también, Grönroos ha afirmado que la calidad total tiene un nivel percibido el cual falta determinarse de manera real con el objetivo de dimensiones con niveles de calidad funcional y técnica a diferenciarse existir la calidad experimental a la esperada.

Escuela americana. - El modelo de la escuela americana formulado por los autores Parasuraman, Zeithalm y Berry (1988) proponen el modelo SERVQUAL que tiene como propósito medir la calidad de servicio. En alguna investigación u evaluaciones, han tomado en base a la calidad de servicio ha percibido pueden desarrollar un instrumento para permitir cuantificar esto y han llamado a SERVQUAL. El instrumento ha permitido acercarse a medir a través de evaluar por separado las posibilidades y percepciones de un usuario, para apoyar

con notas realizadas por consumidores en este estudio. El modelo SERVQUAL al inicio planteo diez dimensiones establecidas por los autores para medir la calidad de servicio, pero luego de críticas recibidas, donde se indicaba que algunas dimensiones no eran independientes unas de otras, se logró reducir a cinco dimensiones, las cuales se presentan a continuación:

- **Confiabilidad:** “Se refiere a una habilidad para elaborar un servicio ofrecido de manera fiel y metódica. Es decir, para un negocio poder cumplir con su palabra en la entrega de abastecimiento del servicio, a la vez solucionar dilemas para fijar sus precios.” (Matsumoto, 2014)

- **Capacidad de respuesta:** “Es la habilidad de ayudar a los usuarios y tener una prestación de un servicio eficaz y apropiado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.” (Matsumoto, 2014)

- **Seguridad:** “Es la atención y conocimiento de cada colaborador sobre sus destrezas para infundir confiabilidad y creencias” (Matsumoto, 2014)

- **Empatía:** “Es el nivel de atención individual el cual ofrecen las empresas a sus clientes. También se transmite con un servicio personificado o adecuado para satisfacer a los clientes” (Matsumoto, 2014)

- **Tipos de tangibles:** “Es la forma física, estructuras físicas, como la infraestructura, equipos de explotación, herramientas, entre otros” (Matsumoto, 2014)

De los Ángeles (2017), en un estudio señala que el modelo SERVQUAL permite evaluar la percepción de calidad con respecto al uso que se da a la salud, dicho estudio

muestra características de validez, confiabilidad y aplicabilidad que se pueden dar uso en el sector salud, para poder monitorear y medir la calidad de los servicios.

Satisfacción del cliente. - ha sido abordada por diversos autores a través de los años, y considerada como la clave del éxito de los intercambios.

Según Bachelet (1992) explicó que la satisfacción fue una reacción apasionada del consumidor final con una explicación de la experiencia con un bien o servicio. En este sentido, mencionamos a Kotler (2002), quien señala que se clasifica en este concepto las sensaciones de placer o disgusto que tiene un cliente al comparar el desempeño (o resultado) que percibe de un producto o servicio, con sus expectativas.

Para Kotler y Armstrong (2003) sostuvieron que la satisfacción “llego a tener un valor del estado de ánimo de una persona con el resultado para comparar el beneficio observado de un bien o servicio con sus perspectivas”.

Según Kotler y Keller (2012) la satisfacción del cliente son un conjunto de emociones como de placer o decepción lo cual ha generado para una persona como resultado en comparación del valor visto al utilizar un bien (o resultado) a diferencia de las expectativas que se tenían, para complacer para reflejar el juicio de una persona en el rendimiento observado de un bien en relación con las posibilidades (p.128).

Kotler y Armstrong (1991), muestran dos beneficios esenciales de conseguir la satisfacción del cliente: el primero, un cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar (lealtad); y segundo, un cliente orgulloso puede comunicar a terceros experiencias positivas con un bien y/o servicio.

Los autores Jones y Sasser (1995) definieron la satisfacción del cliente identificando cuatro factores que afectan a esta. Estos factores que sacian las preferencias, necesidades o valores personales son, (1) aspectos esenciales del producto o servicio que los clientes esperan de todos los competidores de dicho producto o servicio, (2) servicios básicos de apoyo como la asistencia al consumidor, (3) un proceso de reparación en el caso de que se produzca una mala experiencia y (4) la personalización del producto o servicio.

Kotler (2003) señala que, la satisfacción del cliente es una variable importante para la gestión del servicio en donde se toma en cuenta las expectativas del cliente y finalmente se ve en el resultado efectivo del servicio.

Para Hoffman y Bateson (2012), la satisfacción del cliente contribuye a las percepciones del cliente sobre la calidad, debido a que las percepciones de los clientes se basan en sus experiencias o satisfacciones pasadas, las cuales son revisadas en cada encuentro posterior, definiendo a su vez sus expectativas e intenciones de compra.

Para Pizam & Ellis (1999), la satisfacción del cliente es el principal criterio cuando se trata de determinar la calidad del producto o servicio, y es clave para la perdurabilidad de la empresa dado que influye en la decisión del cliente de repetir en la experiencia del servicio y su efecto multiplicador en términos de comunicación “boca en boca”. Un aspecto importante para considerar es que la calidad se vincula con el valor y la satisfacción del cliente según Kotler y Armstrong (2013).

Dimensiones de la satisfacción de los clientes

Echeverría (2011), empleó en su investigación un modelo para la evaluación de satisfacción de los clientes de los servicios bancarios universitarios, el cual se desarrolló a

partir de análisis preliminares, recopilación de variables, indicadores y modelos teóricos de satisfacción de los clientes en general.

Para la identificación de los factores que determinan la satisfacción de los clientes, se realizó usando el Análisis de Factores; con el cual finalmente se presentó cinco dimensiones que permiten medir el grado de satisfacción de los clientes respecto a un servicio. Es importante mencionar, que este modelo ha sido empleado en diversas investigaciones para medir el grado de satisfacción de los clientes.

A continuación, se describen brevemente el significado de cada dimensión:

Calidad funcional percibida: “Es la forma para prestar un servicio” (Echeverría, 2011).

Calidad técnica percibida: “Son características inherentes del servicio” (Echeverría, 2011).

Valor del servicio: “La relación calidad: precio, tasas y/o tarifas que cada cliente extrae tras el servicio admitido” (Echeverría, 2011).

Confianza: “El inconstante rendimiento del grado de satisfacción puede medir en función del valor alcanzado en este resultado con una percepción del cliente sobre la capacidad de una organización para prestar un buen servicio a futuro y retener a sus clientes determinando el grado en que los clientes informan del bien y/o servicio ejecutado; con la intención de que los clientes recomienden el servicio a demás personas” (Echeverría, 2011).

Expectativas: “Valor de informe para la espera del consumidor del bien y/o servicio sea adquirido, antes de cancelar” (Echeverría, 2011).

Definición de términos básicos:

Clínica: “Establecimiento sanitario, generalmente privado, donde se diagnostica y trata la enfermedad de un paciente, que puede estar ingresado o ser atendido en forma ambulatoria.” (Calvo & Porras, 2012)

Calidad: “Afirma que la calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la presentación de servicios.” (Álvarez, 2006).

Servicio: “Son actividades, que benefician o satisfacen en ofrecer en sus ventas o suministrar con respecto a las ventas” (Fisher y Navarro, 1994, p. 175).

Servicio al cliente: “Es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización” (Duque, 2005).

Calidad del servicio al cliente: “Constituye un instrumento valioso que admite brindar un valor añadido a los clientes con respecto al ofertado por los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Pérez, 2006).

Satisfacción del cliente: “Es el efecto causado por el placer o la desilusión que proporciona el comparar la experiencia versus la realidad de adquirir un producto o un servicio. En tal sentido el valor de satisfacción va a depender directamente de los resultados de la experiencia.” (Kotler & Lane, 2009).

1.2. Formulación del problema

Problema general:

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la Ciudad de Trujillo, 2022?

Problemas específicos:

¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre la confiabilidad con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre las capacidades de respuesta con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre la seguridad con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre la calidad funcional con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre la calidad técnica con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre el valor del servicio con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre la confianza con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

¿Qué relación existe entre las expectativas con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022?

1.3. Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Objetivos específicos:

Determinar el nivel de la calidad de servicio de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si la confiabilidad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si las capacidades de respuesta se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si las empatías se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si la seguridad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si la calidad funcional se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si la calidad técnica se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si el valor del servicio se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si la confianza se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Determinar si las expectativas se relacionan con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

1.4. Hipótesis

Hipótesis general

Ho: No es positiva la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

H1: Es positiva la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Hipótesis específicas

El nivel de la calidad de servicio de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022, es bueno.

El nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022, es satisfactorio.

Los elementos tangibles se relacionan de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

La confiabilidad se relaciona de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Las capacidades de respuesta se relacionan de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Las empatías se relacionan de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

La seguridad se relaciona de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

La calidad funcional se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

La calidad técnica se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

El valor del servicio se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

La confianza se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Las expectativas se relacionan de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo de investigación. - Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionaron en su libro que la investigación de tipo aplicada incluye en desarrollar un moderno conocimiento de actualización teniendo presente la finalidad de obtener un resultado verídico.

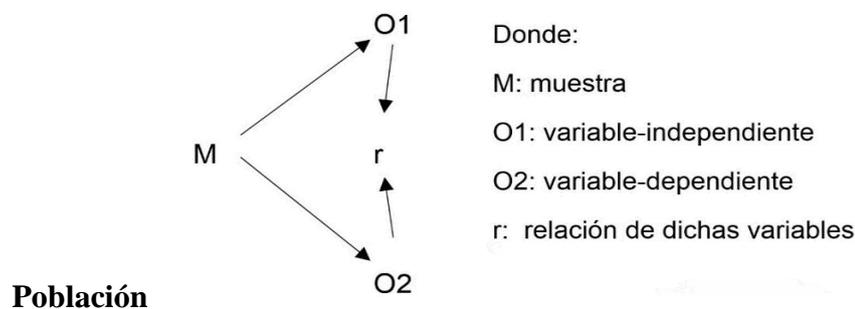
El presente estudio será de **tipo aplicada**, ya que la variable calidad de servicio será descrita, y analizada con la situación actual de la clínica, según sus diferentes dimensiones de la satisfacción laboral.

El diseño de investigación, según Pino (2007), “El diseño de investigación se determina, a partir de la muestra, cuyo resultado se procesa estadísticamente”.

Por lo tanto, el diseño fue no experimental, es decir que las variables no serán manipulables, ya que de tal forma se evidenciará la relación de ambas variables.

Es correlacional, porque la finalidad será relacionar las variables de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, asimismo, será de corte transversal, ya que se recolectará información de un período único (2022).

Diagrama de diseño – correlacional



La población de la clínica Oftalmovisión SAC es de 1000 clientes atendidos por mes en promedio entre los años 2021 y 2022. Por lo tanto, la población es N=1000.

Muestra

Para obtener la muestra se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

Criterios de Selección:

Criterios de inclusión

- Pacientes mayores de 18 años.
- Pacientes que pasan la consulta integral.

Criterios de exclusión

- Pacientes menores de 18 años.
- Pacientes que solo compran medicamentos y lentes.

La muestra está conformada por pacientes mayores a 18 años que pasan una consulta integral.

Por ello, para calcular la muestra se utilizó la fórmula de población finita, la cual se detalla a continuación.

$$n = \frac{N * (Z)^2 * p * q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1000 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (1000 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 278 \text{ clientes.}$$

La muestra está conformada por 278 clientes.

Técnicas y Materiales

La técnica empleada para medir las variables de investigación fue la encuesta. Según Carrasco (2014, p.318) la encuesta es una técnica para la búsqueda, exploración y

recolección de información, por medio de preguntas diseñadas para las personas que constituyen una unidad de análisis.

Tanto para la variable calidad de servicio como para la satisfacción del cliente se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, la cual se estableció mediante la escala de Likert. Estos instrumentos, están dirigidos a los clientes/pacientes de la clínica Oftalmovisión.

Instrumentos

Los instrumentos utilizados y aplicados fueron los cuestionarios:

Cuestionario: CS – calidad de servicio

- Autor original: Benites Gutiérrez D.; Villanueva Polo M.
- Año: 2022
- Cuestionario contuvo preguntas “cerradas”.
- Aplicación: colectiva
- Escala de medición: tipo Likert
- Finalidad: evaluar la calidad de servicio

Tabla 1

Dimensiones de evaluación del instrumento para medir la calidad de servicio

Dimensiones	Ítems
Elementos tangibles	1, 2, 3, 4
Empatía	5,6,7
Capacidad de respuesta	8,9,10
Seguridad	11,12,13
Fiabilidad	14,15,16

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Cuestionario SC – satisfacción del cliente

- Autor original: Benites Gutiérrez D.; Villanueva Polo M.
- Año: 2022

- Cuestionario contuvo preguntas “cerradas”.
- Aplicación: colectiva
- Escala de medición: tipo Likert
- Finalidad: evaluar la satisfacción del cliente

Tabla 2

Dimensiones de evaluación del instrumento para medir la satisfacción del cliente

Dimensiones	Ítems
Calidad funcional	1, 2, 3, 4
Calidad técnica	5,6
Valor de servicio	7,8
Confianza	9,10
Expectativas	11,12,13,14

Nota. Fuente: Elaboración propia.

La **validez** del instrumento se revisó en conjunto con el juicio de expertos profesionales en el rubro.

Nombres de los validadores

- Soledad Mostacero Llerena. - Licenciada en Administración Pública – Dra. En Economía industrial
- Julio Octavio Sánchez Quiroz. - Licenciado en Administración – Magister en Administración
- Isabel Gonzales Alfaro. - Licenciado en Lingüística y Literatura.

Confiabilidad

El criterio de confiabilidad del instrumento se determina en la presente investigación, por el coeficiente de Alfa Cronbach, desarrollado por J. L. Cronbach, requiere de una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre uno y cero.

Es aplicable a escalas de varios valores posibles, por lo que puede ser utilizado para determinar la confiabilidad en escalas cuyos ítems tienen como respuesta más de dos alternativas. Su fórmula determina el grado de consistencia y precisión; la escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Criterio de confiabilidad valores:

No es confiable -1 a 0

Baja confiabilidad 0.01 a 0.49

Moderada confiabilidad 0.5 a 0.75

Fuerte confiabilidad 0.76 a 0.89

Alta confiabilidad 0.9 a 1

La **confiabilidad** se efectuó a través de una prueba piloto a 30 pacientes. Luego de ello, los datos se procesaron en el software Excel, en el cual se calculó el método de Alfa de Cronbach, donde nos arrojó que ambas variables son de excelente confiabilidad: CALIDAD DE SERVICIO con un 0.91, y para SATISFACCIÓN DEL CLIENTE fue de 0.96.

La confiabilidad del instrumento se realizó mediante análisis estadístico, con la ayuda de un profesional experto, quien utilizó dos métodos para determinar la fiabilidad del cuestionario, los cuales son:

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,754**	278

Fuente: Ordenador, SPSS 25

Opinión de expertos

El instrumento se pondrá a consideración de un grupo de expertos, todos ellos profesionales temáticos de las instituciones vinculadas a la materia de la carrera, por lo que sus opiniones serán importantes y determinarán que el instrumento presenta alta validez dado que responde al objetivo de la investigación, así como precisa su validez interna.

Métodos de análisis de datos

Se usará el programa Excel y la aplicación de datos SPSS 25, donde el nivel de significancia es de $p < 0.05$, permitiendo estimar la conexión entre variantes basada en el coeficiente de correlación. Durante el proceso de datos para la indignación actual se utilizará la prueba no paramétrica: el Coeficiente de correlación de Rho Spearman o no paramétrica del coeficiente de Pearson, apoyada por las categorías de información basada en la información recolectada, permitiendo obtener datos ordenados y concentrado en intermedios que permitan ser eliminado si no se orientan a la investigación.

Procedimiento de recolección de datos

Para la recolección de datos se siguieron los siguientes pasos:

- Primero se formuló las preguntas para cada cuestionario.
- Luego se validó los cuestionarios por medio de expertos en la materia.
- Se solicitó el permiso a la Clínica para aplicar los cuestionarios.
- Se aplicó los cuestionarios.
- Luego de encuestar a cada paciente se le entrego un dulce, como muestra de agradecimiento por su participación.

Procedimiento de tratamiento y análisis de datos

Para el análisis de la recolección de datos se utilizó una **estadística inferencial**, que luego de aplicar los cuestionarios de cada variable se procederá al vaciado de datos al programa de Microsoft Excel, que posteriormente serán exportados al programa estadístico IBM SPSS versión 25, el cual permitirá realizar las gráficas, tablas, correlaciones e interpretaciones, cumpliendo el objetivo de realizar el análisis correlacional.

Consideraciones Éticas

Dichos aspectos éticos considerados en esta presente investigación están sometidas a cuidar la integridad de los Doctores, colaboradores y los pacientes de la clínica Oftalmovisión, respetando el anonimato. Asimismo, esta investigación al ser original tiene respeto a la autoría, normas APA, y es confidencial, debido a que la información recopilada de dicha investigación será usada sólo para fines académicos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de la calidad de servicio de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 3

Nivel de la calidad de servicio de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

CALIDAD DE SERVICIO		
Nivel	Pacientes encuestados	%
Mala	0	0
Regular	61	22%
Buena	217	78%
TOTAL	278	100

En la tabla 2 se observa que la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. es percibido por los clientes en un nivel bueno según el 78% de los encuestados y regular según el 22%; lo cual indica que en la clínica se brinda un buen servicio. Sin embargo, en las preguntas 1, 4, 5, 9, 10,11,12 y 14 del cuestionario 1 (ver anexo 8) de la primera variable 1 tienen un porcentaje mínimo 0.4%, 0.4%, 0.4%, 0.7%, 0.7%, 0.4%, 0.4% y 1.4% respectivamente; e indican que se encuentran totalmente en desacuerdo con respecto a calidad de servicio sabiendo que el servicio debe ser óptimo, por ello con la implementación de estrategias pueden tener un mayor impacto en mejorar la calidad de los servicios a ofrecer.

Objetivo específico 2: Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 4

Nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		
Nivel	Pacientes encuestados	%
Bajo	1	0
Medio	79	28%
Alto	198	71%
TOTAL	278	100

En la tabla 3. se observa que la satisfacción en la Clínica Oftalmovisión S.A.C. es percibido por los clientes en un nivel alto según el 71% de los encuestados y medio según el 28%; lo cual indica que los clientes están satisfechos con el servicio brindado. Sin embargo, en las preguntas 1 y 8 del segundo cuestionario de la variable independiente muestran que de los 278 encuestados 34 y 36 clientes no se encuentran seguros de que estén satisfechos con lo ofrecido por Oftalmovisión representando un 12.2% y 12.9% siendo un porcentaje irrelevante a simple vista pero se debe tomar las medidas necesarias para eliminar la inseguridad de los clientes.

Objetivo específico 3: Determinar si los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 5

Correlación entre los elementos tangibles con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Satisfacción del cliente		
	Rho de Spearman	p	N
<i>Elementos Tangibles</i>	,652**	,000	278

En la tabla 4. se observa un coeficiente de correlación del 0.652, es decir que existe un grado de correlación positiva moderada y altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre los elementos intangibles y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea los elementos tangibles en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. Sin embargo, en la tabla 15 y 18 al realizar la recolección del instrumento se halló que el 4% y 2.6% en ambas tablas que indica la totalidad de estar en desacuerdo y en desacuerdo en la dimensión de elementos intangibles indican que carecen de una buen servicio de calidad.

Objetivo específico 4: Determinar si la empatía se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 6

Correlación entre la empatía con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Satisfacción del cliente		
	Rho de Spearman	p	N
<i>Empatía</i>	,653**	,000	278

En la tabla 5. se observa un coeficiente de correlación del 0.653, es decir que existe un grado de correlación positiva moderada y altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la empatía en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. A pesar de que en la tabla 16 existe un desacuerdo por u cliente que representa 0.4% es muy diminuto el porcentaje pero es un indicador que se debe tomar en cuenta para reducir la inseguridad del cliente y se sienta cómodo en la clínica.

Objetivo específico 5: Determinar si las capacidades de respuesta se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 7

Correlación entre las capacidades de respuesta se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	<i>Satisfacción del cliente</i>		
	Rho de Spearman	p	N
<i>Capacidad de respuesta</i>	,681**	,000	278

En la tabla 6. se observa un coeficiente de correlación del 0.681, es decir que existe un grado de correlación positiva moderada y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la calidad de respuesta en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. Por consiguiente, en la tabla 22 existe 0.7% en desacuerdo con la atención realizada en el tiempo adecuado en la tabla 23 la sumatoria de 0.9% de estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que 4 clientes indican que no brindan información adecuada en la empresa y en la tabla 24 existe inseguridad en su respuesta de 36 clientes que los canales de atención no son efectivos y 8 clientes también están en desacuerdo y solo 2 están totalmente en desacuerdo en esta pregunta; brindando un indicador de la calidad de servicio no es la adecuada.

Objetivo específico 6: Determinar si la seguridad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 8

Correlación entre la seguridad con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Satisfacción del cliente		
	Rho de Spearman	p	N
<i>Seguridad</i>	,700**	,000	278

En la tabla 7. se observa un coeficiente de correlación del 0.700, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre la calidad de seguridad y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la seguridad en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. Consecuentemente en la tabla 26 indica que 6 clientes dudan al brindar una respuesta específica de la privacidad de un servicio y 1 cliente indica que está totalmente en desacuerdo.

Objetivo específico 7: Determinar si la fiabilidad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 9

Correlación entre la fiabilidad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Satisfacción del cliente		
	Rho de Spearman	P	N
<i>Fiabilidad</i>	,683**	,000	278

En la tabla 8. se observa un coeficiente de correlación del 0.683, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre la fiabilidad y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la fiabilidad en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. No obstante, en la tabla 28 de los 278 encuestados tiene a 11 clientes insatisfechos y 18 clientes inseguros de su respuesta por el tiempo de espera adecuada ; por otro lado, en la tabla 29 también se muestra la inseguridad de 7 clientes de resolución de dudas y por último en la tabla 30 también hay 3 clientes inseguros del compromiso de la salud del paciente y del seguimiento que brinda la clínica hacia el cliente.

Objetivo específico 8: Determinar si la calidad funcional se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 10

Correlación entre la calidad funcional con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Calidad de servicio		
	Rho de Spearman	p	N
<i>Calidad funcional</i>	,680**	,000	278

En la tabla 9. se observa un coeficiente de correlación del 0.680, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre la calidad funcional y la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la calidad funcional en la clínica, mejor será calidad de servicio. No obstante, en el anexo 7 indica que de los 278 encuestados en su dimensión calidad técnica tiene a 2 clientes insatisfechos lo cual representa el 1% de la totalidad de encuestados siendo un indicador muy diminuto pero si continúa aumentando este desacuerdo la satisfacción del cliente no será adecuada y podría generar problema a futuro.

Objetivo específico 9: Determinar si la calidad técnica se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 11

Correlación entre la calidad técnica con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Calidad de servicio		
	Rho de Spearman	P	N
<i>Calidad técnica</i>	,542**	,000	278

En la tabla 10. se observa un coeficiente de correlación del 0.542, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre la calidad técnica y la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la calidad técnica en la clínica, mejor será la calidad de servicio. Por otro lado, en el anexo 7 indica que de los 278 encuestados en su dimensión calidad técnica tiene a 84 clientes insatisfechos lo cual representa el 30% de la totalidad de encuestados siendo un indicador muy elevado a diferencia de las anteriores dimensiones.

Objetivo específico 10: Determinar si el valor del servicio se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 12

Correlación entre el valor del servicio con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Calidad de servicio		
	Rho de Spearman	P	N
<i>Valor del servicio</i>	,554**	,000	278

En la tabla 11. se observa un coeficiente de correlación del 0.554, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre el valor del servicio y la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea el valor de servicio en la clínica, mejor será la calidad de servicio. Sin embargo, en el anexo 7 la dimensión valor de servicio muestra un 17% un indicador de nivel muy bajo trae consigo descontento por parte de la clientela.

Objetivo específico 11: Determinar si la confianza se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 13

Correlación entre la confianza con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Calidad de servicio		
	Rho de Spearman	P	N
<i>Confianza</i>	,586**	,000	278

En la tabla 12. se observa un coeficiente de correlación del 0.586, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre la confianza y calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la confianza en la clínica, mejor será la calidad de servicio. Siendo la dimensión de confianza tiene un nivel bajo de 20% que representa a 56 clientes inseguros no respalda la confianza de este y el otro 80% es de respuesta a medias es decir una insatisfacción alta.

Objetivo específico 12: Determinar si las expectativas se relacionan con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 14

Correlación entre las expectativas con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	Calidad de servicio		
	Rho de Spearman	P	N
<i>Expectativas</i>	,705**	,000	278

En la tabla 13. se observa un coeficiente de correlación del 0.705, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 < 0.01$ entre las expectativas y la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea las expectativas sobre la clínica, mejor será la calidad de servicio. A diferencia de las tres ultimas dimensiones en expectativas solo tiene 1 cliente en desacuerdo y solo 8 estan inseguros de la insatisfacción del servicio a brindar por parte de la empresa es lo que percibe el cliente.

Objetivo General: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Tabla 15

Correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

VARIABLE	<i>Satisfacción del cliente</i>		
	Rho de Spearman	p	N
<i>Calidad de servicio</i>	,754**	,000	278

En la tabla 1. se observa un coeficiente de correlación del 0.754, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la calidad de servicio en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. No obstante, en la variable 2, indica que de los 278 encuestados en su dimensión calidad técnica tiene a 84 clientes insatisfechos; en la dimensión confianza tiene a 56 clientes insatisfechos y por último en la dimensión valor de servicio tiene a 46 clientes insatisfechos; es decir que existe una relación inversa a menor calidad brindada existe insatisfacción por parte de los clientes indicando que en la segunda variable es la que resalta lo negativo en esta investigación.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de los hallazgos encontrados, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna que establece que la relación es positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. obteniendo como resultado 0.754 en la correlación positiva y es altamente significativa, esto implica que, si la variable calidad de servicio aumenta proporcionalmente, la variable satisfacción de los clientes del servicio económico también aumenta. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Yaringaño (2019) llegó a la conclusión la existencia a una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de personal externo UFS-INO, puesto que al aplicar el Chi cuadrado se encontró en el programa estadístico χ^2 (88,364), es mayor al χ^2 con 6 (GL) (12,5916) con un nivel de confianza de 95%, y se demuestra que las variables están relacionadas. Esto se compara con los resultados de Martin, (2021) se halló que existe una relación positiva moderada entre la dimensión de elementos tangibles y la satisfacción del cliente según el coeficiente de Pearson 0.520; existe una relación positiva moderada entre la dimensión de elementos empáticos y la satisfacción del cliente según el coeficiente de Pearson 0.657; concluyendo que existe una relación alta y positiva, entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la Clínica en estudio

De los resultados obtenidos concernientes al objetivo específico 1, en la Tabla 2, se observa que la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. se encuentra en un nivel bueno según el 78% de los clientes encuestados y regular según el 22%; lo cual indica que en la clínica se brinda un buen servicio. Estos resultados se comparan con la investigación de Sullón (2020) sus resultados son similares, el grado de calidad de atención en el Centro Oftalmológico 20/20 es buena según el 97.08 % de los encuestados, y regular según el 2,92% de los encuestados; La veracidad de estos resultados demuestra que es

inevitable que la organización apueste por hacer mejoras continuas en las dimensiones evaluadas, esto concuerda con Grados (2010) que destacó un programa de calidad no es una solución inmediata y duradera en una empresa, mientras no estén dentro de un proyecto de mejoramiento continuo, ya que de sus cinco dimensiones, son elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta fueron calificadas como regular y alta.

Con respecto al objetivo específico 2, en la Tabla 3, se observa que la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. se encuentra un nivel alto según el 71% de los encuestados y medio según el 28%; lo cual indica que los clientes están satisfechos con el servicio brindado. En relación con lo expuesto la organización podría tomar cartas en el asunto para hacer mejoras que permitan mantener su rentabilidad en el negocio mejorando la calidad de servicio y logrando un alto nivel de satisfacción en el cliente, este constructo concuerda con Duque (2005) donde consideró que, el servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene como servicio de la organización.

Los resultados demuestran verazmente que el objetivo específico 3, en la tabla 4, se observa que existe una correlación positiva moderada y altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre los elementos intangibles y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. con un coeficiente de correlación de 0,652. Esto nos indica, que mientras mejor sea los elementos tangibles en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. Estos resultados se corroboran con la investigación de Cruzado y Llanos (2021) concluyeron que los aspectos tangibles tienen relación positiva, e influyen en la satisfacción del cliente, pero a comparación de otras dimensiones es de menor grado (la apariencia física,

instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal), lo cual señala que para los encuestados no es tan representativa.

De acuerdo con el objetivo específico 4, en la Tabla 5, se observa que existe una correlación positiva moderada y altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C; con un coeficiente de correlación de 0,653. Esto indica, que mientras mejor sea la empatía en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. Los resultados son similares a la investigación guarda relación con lo que sostiene Urbina (2014) concluyó que la calidad de servicio influye favorablemente en la satisfacción de los clientes. Donde no concuerda la investigación de la autora, debido a que no justifica si la calidad de servicio es proporcionalmente correlacional con la variable satisfacción del cliente

Sin embargo, en el objetivo específico 5, en la Tabla 6, se observa que existe una correlación positiva moderada y altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C., con un coeficiente de correlación de 0,681. Esto indica, que mientras mejor sea la calidad de respuesta en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. Es lo más lógico en una organización seguir existiendo en el mercado y cumplir con las expectativas de sus clientes, buscando la satisfacción de estos, en este contexto la presente investigación concuerda con lo que expone Villavicencio (2013) Demostró que una de las principales estrategias de calidad que utiliza Transportes Línea S.A. es generar valor para sus clientes, es decir incrementar su satisfacción a través de un mejor servicio, mejor tecnología, incrementar la profesionalidad de sus trabajadores.

Por otro lado, en el objetivo específico 6, en la Tabla 7, se observa que existe una correlación positiva y altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre seguridad y la

satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. con un coeficiente de correlación de 0,700. Esto indica, que mientras mejor sea la seguridad en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. En tal sentido Chávez (2017) consideró lo siguiente: “Trabajar en la mejora continua de la calidad ofrecerá al sector transporte terrestre interprovincial una fortaleza ante los competidores informales y las nuevas alternativas de transporte que pudieran ingresar, como es el caso de los low cost”. Por lo tanto, la mejora continua en la calidad del servicio permite diferenciarse de otras empresas y hacer frente a nuevos competidores en el mercado, reteniendo nuestros usuarios y atrayendo nuevos clientes.

Según el objetivo específico 7, en la Tabla 8, se observa que existe una correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre la fiabilidad y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C, con un coeficiente de correlación de 0,683. Esto indica, que mientras mejor sea la fiabilidad en la clínica, mejor será la satisfacción del cliente. Estos resultados son similares con la investigación de Huamaní (2018) determinó que la relación de las variables mencionadas, posteriormente como conclusión se observa la relación de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente de la clínica dental, las recomendaciones pertinentes abarcan posibles estudios de otro nivel para tener resultados más concretos.

También en el objetivo específico 9, se observa un coeficiente de correlación del 0.680, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre la calidad funcional y la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la calidad funcional en la clínica, mejor será calidad de servicio. Vilca (2017) obtuvo en sus resultados que el nivel de satisfacción de estos se encuentra en un nivel medio alto,

además resalta los atributos más importantes como la fidelidad, la confianza y seguridad, para recomendar a futuro. Llegando a la conclusión que la calidad de servicio influye directamente en la satisfacción al cliente mejorando así la calidad de servicio para incrementar la satisfacción de los clientes.

Con respecto al objetivo específico 10, se observa un coeficiente de correlación del 0.554, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre el valor del servicio y la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea el valor de servicio en la clínica, mejor será la calidad de servicio. Esto se compara con los resultados de Osorio (2016) mencionó la importancia del valor del servicio y la experiencia que ganan los clientes al tener una buena atención, tales como el tiempo de espera, infraestructura, etc.

Además, en el objetivo específico 11, se observa un coeficiente de correlación del 0.586, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre la confianza y calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea la confianza en la clínica, mejor será la calidad de servicio. Esto se compara con el resultado de Arias (2019) en cuanto a las expectativas versus las percepciones se concluye que hay diferencia significativa positiva entre los promedios de la calidad de servicio antes y después del uso del servicio odontológico de las clínicas dentales en Tingo María

En el objetivo específico 12, se observa un coeficiente de correlación del 0.705, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre las expectativas y la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Esto nos indica, que mientras mejor sea las

expectativas sobre la clínica, mejor será la calidad de servicio. Esto se compara con los resultados encontrados del artículo de investigación de Cobos et al., (2018) Los resultados demostraron que el promedio de las cinco dimensiones de percepciones fue de 4.13%, lo cual evidencia un rango satisfactorio según el 82.6% de los usuarios.

Una de las limitaciones para la recolección de datos fue la desconfianza de parte del personal, ya que la información es fidedigna. Por tanto, se elaboró un diálogo para que exista empatía con los encuestados para conseguir los datos requeridos.

Asimismo, otra limitante fue el tiempo para investigar para la tesis, se consideró debido a la coyuntura por esta pandemia ya que es una limitación siendo los protocolos seguridad lo primordial y con ello retrasó de manera irregular.

Las implicancias del presente trabajo de investigación fueron que al momento de realizar la parte estadística de la tesis se nos dificultó debido a la falta de práctica de los autores.

Desde el punto de vista teórico, se plantea un breve resumen sobre la realidad problemática de la empresa en estudio, luego la recolección de información de teorías y/o conceptos para analizar y ordenar la información con el propósito de contar con un criterio apropiado para desarrollar en adelante la tesis. Además de enfocar el buen servicio de calidad al cliente y reducir sus inconvenientes y aumentar la satisfacción lo que implica un proceso proactivo y plantear estrategias de ventas para impulsar al cliente en su compra. A la vez aportar un criterio propio del investigador de teórica y empírica para lograr una calidad de servicio y satisfacción en los clientes el investigador se debe implicar personalmente en conocer, tener contacto y atender a los consumidores y donde el cliente constituya el eje principal del negocio.

Por sus implicaciones prácticas trata sobre procedimientos que permitan un buen control, para el manejo en la reducción de pérdidas de ventas, con la aplicación de las técnicas de calidad en su servicio con la finalidad detectar sobre costos en procesos o el mal uso de recursos, para que a futuro genere beneficios económicos a mediano y a corto plazo; también para finalizar con procesos proactivos y dar a conocer las fuerzas que impulsan al cliente en su compra con satisfacción, asimismo, las conclusiones de esta investigación puedan tomarse como referencia y la satisfacción percibida por los clientes sea continuo, ya que en muchas ocasiones amerita la disyuntiva de que algunos clientes cambien de empresa que les brinden mejores servicios y cumplan con sus expectativas.

Conclusiones

Se concluye respondiendo al objetivo general que existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022, obteniendo un coeficiente de correlación del 0.754, es decir que existe un grado de correlación positiva y es altamente significativa según su $p=0.000 <0.01$ entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes. Se encontró que de los 278 encuestados en su dimensión calidad técnica tiene a 84 clientes insatisfechos; en la dimensión confianza tiene a 56 clientes insatisfechos y por último en la dimensión valor de servicio tiene a 46 clientes insatisfechos; es decir que existe una relación inversa a menor calidad brindada existe insatisfacción por parte de los clientes indicando que en la segunda variable es la que resalta lo negativo en esta investigación.

Del objetivo específico 1, se observa que la calidad de servicio de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. es percibido por los clientes en un nivel bueno según el 78% de los encuestados y regular según el 22%; lo cual indica que en la clínica se brinda un buen servicio.

Del objetivo específico 2, en el anexo 7 muestra de los 278 encuestados 34 y 36 clientes no se encuentran seguros de que estén satisfechos con lo ofrecido por Oftalmovisión representando un 12.2% y 12.9% siendo un porcentaje irrelevante a simple vista pero se debe tomar las medidas necesarias para eliminar la inseguridad de los clientes.

Del objetivo específico 3, se demostró que en la tabla 15 y 18 al realizar la recolección del instrumento se halló que el 4% y 2.6% en ambas tablas que indica la totalidad de estar en desacuerdo y en desacuerdo en la dimensión de elementos intangibles indican que carecen de una buen servicio de calidad.

Del objetivo específico 4, se detalló en la tabla 16 existe un desacuerdo por u cliente que representa 0.4% es muy diminuto el porcentaje pero es un indicador que se debe tomar en cuenta para reducir la inseguridad del cliente y se sienta cómodo en la clínica.

Del objetivo específico 5, en la tabla 22 y 23 existe 0.7%; 0.9% respectivamente se resumen en las tablas que estan en desacuerdo con la atención realizada en el tiempo adecuado y de estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo mostrando que 4 clientes indican que no brindan información adecuada en la empresa y en la tabla 24 existe inseguridad en su respuesta de 36 clientes que los canales de atención no son efectivos y 8 clientes también estan en desacuerdo y solo 2 estan totalmente en desacuerdo en esta pregunta; brindando un indicador de la calidad de servicio no es la adecuada.

Del objetivo específico 6, en la tabla 26 indica que 6 clientes dudan al brindar una respuesta especifica de la privacidad de un servicio y 1 cliente indica que está totalmente en desacuerdo.

Del objetivo específico 7, en la tabla 28 de los 278 encuestados tiene a 11 clientes insatisfechos y 18 clientes inseguros de su respuesta por el tiempo de espera adecuada ; por

otro lado, en la tabla 29 también se muestra la inseguridad de 7 clientes de resolución de dudas y por último en la tabla 30 también hay 3 clientes inseguros del compromiso de la salud del paciente y del seguimiento que brinda la clínica hacia el cliente.

Del objetivo específico 8, del anexo 7 indica que de los 278 encuestados en su dimensión calidad técnica tiene a 2 clientes insatisfechos lo cual representa el 1% de la totalidad de encuestados siendo un indicador muy diminuto pero si continúa aumentando este desacuerdo la satisfacción del cliente no será adecuada y podría generar problema a futuro.

Del objetivo específico 9, en el anexo 7 indica que de los 278 encuestados en su dimensión calidad técnica tiene a 84 clientes insatisfechos lo cual representa el 30% de la totalidad de encuestados siendo un indicador muy elevado a diferencia de las anteriores dimensiones.

Del objetivo específico 10, en el anexo 7 la dimensión valor de servicio muestra un 17% un indicador de nivel muy bajo trae consigo descontento por parte de la clientela.

Del objetivo específico 11, en la dimensión confianza para la clínica, muestra que será mejor una calidad de servicio con un nivel bajo de 20% que representa a 56 clientes inseguros no respalda la confianza de este y el otro 80% es de respuesta a medias es decir una insatisfacción alta.

Del objetivo específico 12, de las tres últimas dimensiones en expectativas solo tiene 1 cliente en desacuerdo y solo 8 están inseguros de la insatisfacción del servicio a brindar por parte de la empresa es lo que percibe el cliente.

REFERENCIAS

- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes*. Madrid: ESIC. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=CBanCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fidelizaci%C3%B3n+de+clientes.++%2B+alcaide&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Fidelizaci%C3%B3n%20de%20clientes.%20%20%2B%20alcaide&f=false
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. (6a ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Carrasco, S. (2014). *Metodología de la Investigación científica*. San Marcos. Obtenido de https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1_
- Cobo, E., Estepa, K., Herrera, C., & Linares, P. (2018). Percepción de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Servicios de Salud. *Revista de Investigación en Salud. Universidad de Boyacá*, 2(5), 277-294. doi:<https://doi.org/10.24267/23897325.321>
- Cruzado, J., & Llanos, J. (2021). Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de las clínicas de salud categoría II-1 en Cajamarca, 2019. Cajamarca, Perú: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1499>
- Grönroos, C. (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588-601.
- Kotler, P. (1989). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- Lages, J. (2016). Evaluación de la calidad de la atención de enfermería en el Servicio de Retina en el Instituto Cubano de Oftalmología "Ramón Pando Ferrer". *Revista Cubana de Oftalmología*, 29(1), 3-15.
- Málaga. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. Madrid, España: Vértice.
- Mendoza, N. (2020). Satisfacción de los pacientes en relación a la calidad de atención de salud en el Servicio de Oftalmología del Hospital II Vitarte – EsSalud en el 2014 vs. 2018 y la satisfacción con calidad global 2018. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/15927>

- Proaño, A. (2018). *La mala calidad de la atención de salud mata*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <https://blogs.iadb.org/salud/es/la-mala-calidad-de-la-atencion-de-salud-mata/>
- Sullón, C. (2020). Calidad de atención y fidelización de usuarios externos en un centro oftalmológico privado de Lima, 2019. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43123>
- Valls, W., Román, V., Chica, C., & Salgado, G. (2017). *La calidad del servicio vía segura para alcanzar la competitividad*. Manabí, Ecuador: Mar Abierto. Obtenido de https://issuu.com/marabierto/leam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest
- Wellington, P. (1997). *Como brindar un servicio integral de atención al cliente*. Madrid: McGraw-Hill.
- Yaringaño, Y. (2019). Calidad de atención y la satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología Dr. Francisco Contreras Campos, Lima 2019. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/44607>

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C. DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2022

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General: ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la Ciudad de Trujillo, 2022?	Objetivo general: • Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Objetivos específicos: • Determinar el nivel de la calidad de servicio de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. • Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. • Determinar si los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de	Hipótesis general: • La calidad de servicio se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. Hipótesis específicas: • El nivel de la calidad de servicio de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022, es bueno. • El nivel de satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022, es satisfactorio. • Los elementos tangibles se relacionan de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022. • La confiabilidad se relaciona de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica	Variable 1: CALIDAD DE SERVICIO.				
			DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA MEDICIÓN	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
			Elementos tangibles	Infraestructura Equipamiento Recursos Humanos Recursos materiales	1,2,3,4	Ordinal	1. Tipo de Investigación Aplicada
			Empatía	Carisma Atención individualizada Horarios adecuados	5,6,7		2. Diseño de Investigación No experimental
			Capacidad de respuesta	Información oportuna Voluntad del personal Capacidad técnica	8,9,10		3. Nivel de investigación Correlacional
			Seguridad	Confianza Honestidad Veracidad	11,12,13		4. Método de investigación Corte transversal
			Confiabilidad	Respeto a la privacidad Cumplimiento	14,15,16		5. Población: 1000 clientes
			6. Muestra: 278 clientes				
			7. Técnicas:				

la ciudad de Trujillo, 2022.

- Determinar si la confiabilidad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Determinar si las capacidades de respuesta se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Determinar si las empatías se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Determinar si la seguridad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Determinar si la calidad funcional se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Las capacidades de respuesta se relacionan de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Las empatías se relacionan de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- La seguridad se relaciona de manera positiva con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- La calidad funcional se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- La calidad técnica se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- El valor del servicio se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica

Encuesta

8. Instrumentos:

Escala de Likert

Variable 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA MEDICIÓN
Calidad funcional	Solución de quejas	1,2,3,4	
	Servicio esperado		
	Personal dispuesto a colaborar		
Calidad técnica	Servicio mejorado	5,6	
	Mejoras en el servicio		
Valor del servicio	Servicios conformes	7,8	
	Unidad que transmite confianza		
	Precios adecuados		
Confianza	Solución de problemas	9,10	Ordinal
	No cometer errores		
Expectativas	Preocupación por las necesidades de los usuarios	1,12,13,14	
	Servicios adaptados		
	Atención personalizada		
	Personal preparado		

- Determinar si la calidad técnica se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
 - Determinar si el valor del servicio se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
 - Determinar si la confianza se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
 - Determinar si las expectativas se relacionan con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- La confianza se relaciona de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
 - Las expectativas se relacionan de manera positiva con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
-

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
CALIDAD DE SERVICIO	<p>DE “Al total de rasgos y características de un bien y/o servicio como puede influir en su capacidad de satisfacción de las necesidades claras y exteriorizarse de los clientes” (Kotler, 2006 p.42).</p>	<p>Para medir el nivel de la variable calidad de servicio se establecieron cinco dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles.</p>	Elementos tangibles	Infraestructura Equipamiento Recursos humanos Recursos materiales
			Empatía	Carisma Atención individualizada Horarios adecuados
			Capacidad de respuesta	Información oportuna Voluntad del personal Capacidad técnica
			Seguridad	Confianza Honestidad Veracidad
			Fiabilidad	Respeto a la privacidad Cumplimiento

SATISFACCION DEL CLIENTE “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (Kotler y Armstrong, 2003).	Para medir el nivel de la variable satisfacción del cliente se establecieron cinco dimensiones:	Calidad funcional	Solución de quejas Servicio esperado Personal dispuesto a colaborar Servicio mejorado
	Calidad funcional percibida,	Calidad técnica	Mejoras en el servicio Servicios conformes
	Calidad percibida, Valor del servicio, Confianza, Expectativas.	Valor del servicio	Unidad que transmite confianza Precios adecuados Solución de problemas
		Confianza	No cometer errores Preocupación por las necesidades de los usuarios
		Expectativas	Servicios adaptados Atención personalizada Personal preparado

ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN UTILIZADO CUESTIONARIO CALIDAD SERVICIO

Indicadores De Respuesta				
1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. No estoy Seguro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo

Variable01 calidad de servicio						
DIMENSION 1: ELEMENTOS TANGIBLES		1	2	3	4	5
1.	La clínica Oftalmovisión tiene equipos modernos y materiales para brindar un servicio de calidad.					
2.	Las instalaciones físicas son limpias, cómodas y acogedoras.					
3.	Las señalizaciones orientan de manera eficaz el uso y ubicación de los servicios (admisión, óptica, farmacia, caja, etc.) que se brindan.					
4	El uniforme institucional potencia la identidad de la clínica.					
DIMENSION 2: EMPATÍA						
5.	Los colaboradores tienen un trato de amabilidad, paciencia, respeto y entienden su necesidad en relación con su consulta.					
6.	La atención es personalizada durante su permanencia en la clínica.					
7.	Los horarios de atención de la clínica 9 am – 8pm son favorables para acceder al servicio.					
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
8.	El protocolo de la atención se realiza con rapidez y eficacia.					
09.	Los colaboradores orientan y brinda información oportuna para agendar una cita y/o algunos de los servicios.					
10.	Los canales de citas por medios virtuales son rápidos, efectivos y profesionales.					
DIMENSION 4: SEGURIDAD						
11.	El equipo de profesionales brinda confianza durante el acceso a un servicio.					
12.	Durante el acceso a un servicio se respeta su privacidad.					
13	Se siente seguro en los diferentes ambientes que tiene la clínica.					
DIMENSION 5: FIABILIDAD						
14.	El tiempo de espera para la atención oftalmológica es el adecuado.					
15.	El equipo de profesionales de salud resuelve todas sus dudas y preguntas.					
16.	De forma global, Ud. siente que la clínica está comprometida con su salud oftalmológica y seguimiento.					

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Variable 02 satisfacción del cliente						
DIMENSION 1: CALIDAD FUNCIONAL		1	2	3	4	5
1.	El personal de la Clínica Oftalmovisión soluciona oportuna y satisfactoriamente sus quejas y reclamos.					
2.	El personal de la Clínica Oftalmovisión le brinda el servicio que esperaba.					
3.	El personal de la Clínica Oftalmovisión está comprometido en los intereses y necesidades de sus clientes.					
4.	La Clínica Oftalmovisión presta un servicio satisfactorio en comparación con otros servicios de Oftalmología.					
DIMENSIÓN 2: CALIDAD TÉCNICA						
5.	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.					
6.	La calidad de los servicios prestados por la Clínica Oftalmovisión es conforme.					
DIMENSIÓN 3: VALOR DE SERVICIO						
7.	Usted tiene confianza en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.					
8.	Cuando se le presentó un problema o inconveniente con los servicios ofrecidos por la clínica, la Clínica Oftalmovisión mostró interés por resolverlo.					
DIMENSIÓN 4: CONFIANZA						
9.	Los médicos de la Clínica Oftalmovisión brindan confianza y seguridad en la atención recibida.					
10.	La Clínica Oftalmovisión se preocupa por las necesidades de sus pacientes.					
DIMENSIÓN 5: EXPECTATIVAS						
11.	El servicio que brinda la Clínica Oftalmovisión es lo que Ud. Esperaba.					
12.	El personal de la Clínica Oftalmovisión es claro en las explicaciones o informaciones brindadas.					
13.	El personal de la Clínica Oftalmovisión posee los conocimientos acerca de los servicios brindados.					
14.	Recomendaría este servicio de salud Oftalmológico.					

¡Gracias por sus respuestas!

ANEXO 4: VALIDACIÓN EXPERTOS

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Trujillo 12/02/2022

Señora: Isabel Gonzales Alfaro

Presente

Asunto: Apoyo en validación de Instrumentos

Atentamente

Somos bachilleres de la carrera de Administración, de la Universidad Privada del Norte de Trujillo, y estamos en el proceso de elaboración de la Tesis Titulada: “CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022” cuya variable es CALIDAD DE SERVICIO, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE y las dimensiones establecidas son: Empatía, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad, elementos tangibles, calidad funcional, calidad técnica, valor del servicio, confianza y expectativas, que adjuntamos en el presente cuadro de Operacionalización de Variables.

Conocedores de su alto conocimiento del tema y su interés en la colaboración con este tipo de investigaciones, recurrimos a Ud. A fin de que se permita validar este documento, donde sus sugerencias serán de gran apoyo para la consecución de nuestro proyecto.

Agradecemos de antemano su colaboración.

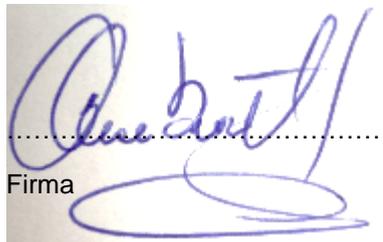
Atentamente,

Miki Shirley Villanueva Polo



Firma

Daniel Robinson Benites Gutiérrez



Firma

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022

AUTOR (ES): Daniel Robinson Benites Gutiérrez, Miki Shirley Villanueva Polo

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES DIMENSIONES	y	METODOLOGÍA
<p>Problema General:</p> <p>¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la Ciudad de Trujillo, 2022?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Ho: La calidad de servicio no se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.</p> <p>H1: La calidad de servicio se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.</p>	<p>V1</p> <p>CALIDAD DE SERVICIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles • Empatía • Capacidad de respuesta • Seguridad • Fiabilidad 	<p>DE</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de Investigación: Aplicada 2. Diseño de Investigación No experimental 3. Nivel de investigación Correlacional 4. Método de investigación Corte transversal 5. Población 1000 clientes 6. Muestra 278 clientes 7. Técnicas Encuesta
2. Problemas Específicos:	2. Objetivos Específicos	2. Hipótesis Específicas (opcional):	V2		

- Determinar si los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la confiabilidad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si las capacidades de respuesta se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si las empatías se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la seguridad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la calidad funcional se relaciona con la calidad de servicio

8. Instrumentos:
Escala de Likert

**SATISFACCION DEL
CLIENTE**

- Calidad funcional
- Calidad técnica
- Valor del servicio
- Confianza
- Expectativas

que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Determinar si la calidad técnica se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar si el valor del servicio se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar si la confianza se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar si las expectativas se relacionan con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
-

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022

AUTOR (ES) : Daniel Robinson Benites Gutiérrez, Miki Shirley Villanueva Polo

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE MEDICION
VARIABLE 1 CALIDAD DE SERVICIO	“ Al total de rasgos y características de un bien y/o servicio como puede influir en su capacidad de satisfacción de las necesidades claras y exteriorizarse de los clientes” (Kotler, 2006 p.42).	Para medir el nivel de la variable calidad de servicio se establecieron cinco dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles.	Elementos tangibles	Infraestructura Equipamiento Recursos humanos Recursos materiales	Escala de Likert
			Empatía	Carisma Atención individualizada Horarios adecuados	
			Capacidad de respuesta	Información oportuna Voluntad del personal Capacidad técnica	
			Seguridad	Confianza Honestidad Veracidad	
			Fiabilidad	Respeto a la privacidad Cumplimiento	

VARIABLE 2 SATISFACCION DEL CLIENTE	<p>“La satisfacción es el valor del estado de ánimo de una persona para comparar el rendimiento observado de un bien y/o servicio con sus perspectivas” (Kotler y Armstrong, 2003).</p>	<p>Para medir el nivel de la variable satisfacción del cliente se establecieron cinco dimensiones: Calidad funcional percibida, Calidad técnica percibida, Valor del servicio, Confianza, Expectativas.</p>	Calidad funcional	Solución de quejas Servicio esperado Personal dispuesto a colaborar Servicio mejorado	Escala de Likert.
			Calidad técnica	Mejoras en el servicio Servicios conformes	
			Valor del servicio	Unidad que transmite confianza Precios adecuados Solución de problemas	
			Confianza	No cometer errores Preocupación por las necesidades de los usuarios	
			Expectativas	Servicios adaptados Atención personalizada Personal preparado	

JUICIO DEL EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

- **UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE**
- **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

Objetivo: La siguiente validación tiene como objetivo conocer la opinión que tiene usted como experto acerca de los variables de investigación en la empresa Clínica Oftalmovisión S.A.C., sobre tesis CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES CLINICA OFTALMOVISIÓN S.A.C. TRUJILLO 2022, para lo cual su aporte es de gran importancia para esta investigación, el cual le indicamos que marque con sinceridad las siguientes preguntas.

Indicadores De Respuesta				
1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. No estoy Seguro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo

Variable 01 calidad de servicio						
DIMENSION 1: ELEMENTOS TANGIBLES		1	2	3	4	5
1.	La clínica Oftalmovisión tiene equipos modernos y materiales para brindar un servicio de calidad.					X
2.	Las instalaciones físicas son limpias, cómodas y acogedoras.					X
3.	Las señalizaciones orientan de manera eficaz el uso y ubicación de los servicios (admisión, óptica, farmacia, caja, etc.) que se brindan.					X
4	El uniforme institucional potencia la identidad de la clínica.					X
DIMENSION 2: EMPATÍA						
5	Los colaboradores tienen un trato de amabilidad, paciencia, respeto y entienden su necesidad en relación con su consulta.					X
6.	La atención es personalizada durante su permanencia en la clínica.				X	
7.	Los horarios de atención de la clínica 9 am – 8pm son favorables para acceder al servicio.				X	
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
8.	El protocolo de la atención se realiza con rapidez y eficacia.				X	
09.	Los colaboradores orientan y brinda información oportuna para agendar una cita y/o algunos de los servicios.				X	
10.	Los canales de citas por medios virtuales son rápidos, efectivos y profesionales.					X
DIMENSION 4: SEGURIDAD						
11.	El equipo de profesionales brinda confianza durante el acceso a un servicio.					X
12.	Durante el acceso a un servicio se respeta su privacidad.					X
13	Se siente seguro en los diferentes ambientes que tiene la clínica.					X
DIMENSION 5: FIABILIDAD						
14.	El tiempo de espera para la atención oftalmológica es el adecuado.				X	

15.	El equipo de profesionales de salud resuelve todas sus dudas y preguntas.				X	
16.	De forma global, Ud. siente que la clínica está comprometida con su salud oftalmológica y seguimiento.					X

Variable 02 satisfacción del cliente						
DIMENSION 1: CALIDAD FUNCIONAL		1	2	3	4	5
1.	El personal de la Clínica Oftalmovisión soluciona oportuna y satisfactoriamente sus quejas y reclamos.				X	
2.	El personal de la Clínica Oftalmovisión le brinda el servicio que esperaba.					X
3.	El personal de la Clínica Oftalmovisión está comprometido en los intereses y necesidades de sus clientes.				X	
4.	La Clínica Oftalmovisión presta un servicio satisfactorio en comparación con otros servicios de Oftalmología.					X
DIMENSIÓN 2: CALIDAD TÉCNICA						
5.	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.			X		
6.	La calidad de los servicios prestados por la Clínica Oftalmovisión es conforme.			X		
DIMENSIÓN 3: VALOR DE SERVICIO						
7.	Usted tiene confianza en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.					X
8.	Cuando se le presentó un problema o inconveniente con los servicios ofrecidos por la clínica, la Clínica Oftalmovisión mostró interés por resolverlo.			X		
DIMENSIÓN 4: CONFIANZA						
9.	Los médicos de la Clínica Oftalmovisión brindan confianza y seguridad en la atención recibida.					X
10.	La Clínica Oftalmovisión se preocupa por las necesidades de sus pacientes.					X
DIMENSIÓN 5: EXPECTATIVAS						
11.	El servicio que brinda la Clínica Oftalmovisión es lo que Ud. Esperaba.					X
12.	El personal de la Clínica Oftalmovisión es claro en las explicaciones o informaciones brindadas.					X
13.	El personal de la Clínica Oftalmovisión posee los conocimientos acerca de los servicios brindados.					X
14.	Recomendaría este servicio de salud Oftalmológico.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 18

APELLIDOS Y NOMBRES: Dra. Soledad Janett Mostacero Llerena

DNI: 17922799



FIRMA:

V° B°

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022
Línea de investigación:	Gestión Organizacional
El instrumento de medición pertenece a la variable:	CALIDAD DE SERVICIO

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Nombre completo: Dra. Soledad Janett Mostacero Llerena
DNI:17922799
Profesión: Lic. En Administración
Grado: Dra. en Economía y Desarrollo Industrial



Firma del Experto

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022
Linea de investigación:	Gestión Organizacional
El instrumento de medición pertenece a la variable:	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:



Nombre completo: Soledad Janett Mostacero Llerena
DNI: 17922799
Profesión: Lic. en Administración Público
Grado: Dra. en Economía y Desarrollo Industrial

Firma del Experto

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Trujillo 12/02/2022

Señor: Julio Octavio Sánchez Quiroz

Presente

Asunto: Apoyo en validación de Instrumentos

Atentamente

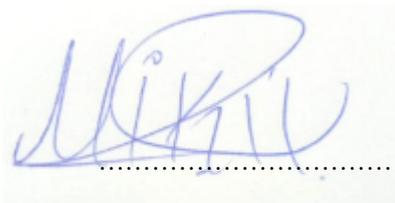
Somos bachilleres de la carrera de Administración, de la Universidad Privada del Norte de Trujillo, y estamos en el proceso de elaboración de la Tesis Titulada: “CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022” cuya variable es CALIDAD DE SERVICIO, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE y las dimensiones establecidas son: Empatía, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad, elementos tangibles, calidad funcional, calidad técnica, valor del servicio, confianza y expectativas, que adjuntamos en el presente cuadro de Operacionalización de Variables.

Conocedores de su alto conocimiento del tema y su interés en la colaboración con este tipo de investigaciones, recurrimos a Ud. A fin de que se permita validar este documento, donde sus sugerencias serán de gran apoyo para la consecución de nuestro proyecto.

Agradecemos de antemano su colaboración.

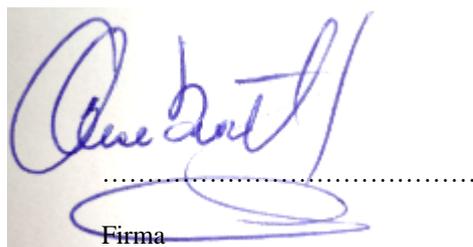
Atentamente

Miki Shirley Villanueva Polo



Firma

Daniel Robinson Benites Gutiérrez



Firma

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022

AUTOR (ES): Daniel Robinson Benites Gutiérrez, Miki Shirley Villanueva Polo

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES DIMENSIONES	y	METODOLOGÍA
1. Problema General:	1. Objetivo General:	1. Hipótesis General:	V1		1. Tipo de Investigación
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la Ciudad de Trujillo, 2022?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.	Ho: La calidad de servicio no se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.	CALIDAD SERVICIO	DE	Aplicada
		H1: La calidad de servicio se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.			<ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles • Empatía • Capacidad de respuesta • Seguridad • Fiabilidad
					2. Diseño de Investigación
					No experimental
					3. Nivel de investigación
					Correlacional
					4. Método de investigación
					Corte transversal
					5. Población
					1000 clientes
					6. Muestra
					278 clientes
					7. Técnicas
					Encuesta
2. Problemas Específicos:	2. Objetivos Específicos	2. Hipótesis Específicas (opcional):	V2		8. Instrumentos:

- Determinar si los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la confiabilidad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si las capacidades de respuesta se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si las empatías se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la seguridad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica

SATISFACCION DEL CLIENTE

- Calidad funcional
- Calidad técnica
- Valor del servicio
- Confianza
- Expectativas

Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

- Determinar si la calidad funcional se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
 - Determinar si la calidad técnica se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar si el valor del servicio se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar si la confianza se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los
-

clientes la Clínica
Oftalmovisión S.A.C. de la
ciudad de Trujillo, 2022

- Determinar si las expectativas se relacionan con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar la correlación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica Oftalmovisión S.A.C., Trujillo 2022
-

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION
TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022

AUTOR (ES) : Daniel Robinson Benites Gutiérrez, Miki Shirley Villanueva Polo

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE MEDICION
VARIABLE 1 CALIDAD DE SERVICIO	“Al total de rasgos y características de un bien y/o servicio como puede influir en su capacidad de satisfacción de las necesidades claras y exteriorizarse de los clientes” (Kotler, 2006 p.42).	Para medir el nivel de la variable calidad de servicio se establecieron cinco dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles.	Elementos tangibles	Infraestructura Equipamiento Recursos humanos Recursos materiales	Escala de Likert.
			Empatía	Carisma Atención individualizada Horarios adecuados	
			Capacidad de respuesta	Información oportuna Voluntad del personal Capacidad técnica	
			Seguridad	Confianza Honestidad Veracidad	
			Fiabilidad	Respeto a la privacidad Cumplimiento	

VARIABLE 2 SATISFACCION DEL CLIENTE	“La satisfacción es el valor del estado de ánimo de una persona para comparar el rendimiento observado de un bien y/o servicio con sus perspectivas” (Kotler y Armstrong, 2003).	Para medir el nivel de la variable satisfacción del cliente se establecieron cinco dimensiones: Calidad funcional percibida, Calidad técnica percibida, Valor del servicio, confianza, expectativas.	Calidad funcional	Solución de quejas Servicio esperado Personal dispuesto a colaborar Servicio mejorado	Escala de Likert.
			Calidad técnica	Mejoras en el servicio Servicios conformes	
			Valor del servicio	Unidad que transmite confianza Precios adecuados Solución de problemas	
			Confianza	No cometer errores Preocupación por las necesidades de los usuarios	
			Expectativas	Servicios adaptados Atención personalizada Personal preparado	

JUICIO DEL EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

- UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
- ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Objetivo: La siguiente validación tiene como objetivo conocer la opinión que tiene usted como experto acerca de los variables de investigación en la empresa Clínica Oftalmovisión S.A.C., sobre tesis CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES CLINICA OFTALMOVISIÓN S.A.C. TRUJILLO 2022, para lo cual su aporte es de gran importancia para esta investigación, el cual le indicamos que marque con sinceridad las siguientes preguntas.

Indicadores De Respuesta				
1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. No estoy Seguro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo

Variable 01 calidad de servicio						
DIMENSION 1: ELEMENTOS TANGIBLES		1	2	3	4	5
1.	La clínica Oftalmovisión tiene equipos modernos y materiales para brindar un servicio de calidad.					
2.	Las instalaciones físicas son limpias, cómodas y acogedoras.					
3.	Las señalizaciones orientan de manera eficaz el uso y ubicación de los servicios (admisión, óptica, farmacia, caja, etc.) que se brindan.					
4.	El uniforme institucional potencia la identidad de la clínica.					
DIMENSION 2: EMPATÍA						
5.	Los colaboradores tienen un trato de amabilidad, paciencia, respeto y entienden su necesidad en relación a su consulta.					
6.	La atención es personalizada durante su permanencia en la clínica.					
7.	Los horarios de atención de la clínica 9 am – 8pm son favorables para acceder al servicio.					
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
8.	El protocolo de la atención se realiza con rapidez y eficacia.					
9.	Los colaboradores orientan y brinda información oportuna para agendar una cita y/o algunos de los servicios.					
10.	Los canales de citas por medios virtuales son rápidos, efectivos y profesionales.					
DIMENSION 4: SEGURIDAD						
11.	El equipo de profesionales brinda confianza durante el acceso a un servicio.					
12.	Durante el acceso a un servicio se respeta su privacidad.					
13.	Se siente seguro en los diferentes ambientes que tiene la clínica.					

DIMENSION 5: FIABILIDAD						
14.	El tiempo de espera para la atención oftalmológica es el adecuado.					
15.	El equipo de profesionales de salud resuelve todas sus dudas y preguntas.					
16.	De forma global, Ud. siente que la clínica está comprometida con su salud oftalmológica y seguimiento.					

Variable 02 satisfacción del cliente						
DIMENSION 1: CALIDAD FUNCIONAL		1	2	3	4	5
1	El personal de la Clínica Oftalmovisión soluciona oportuna y satisfactoriamente sus quejas y reclamos.					
2	El personal de la Clínica Oftalmovisión le brinda el servicio que esperaba.					
3	El personal de la Clínica Oftalmovisión está comprometido en los intereses y necesidades de sus clientes.					
4	La Clínica Oftalmovisión presta un servicio satisfactorio en comparación con otros servicios de Oftalmología.					
DIMENSIÓN 2: CALIDAD TÉCNICA						
5	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.					
6	La calidad de los servicios prestados por la Clínica Oftalmovisión es conforme.					
DIMENSIÓN 3: VALOR DE SERVICIO						
7	Usted tiene confianza en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.					
8	Cuando se le presentó un problema o inconveniente con los servicios ofrecidos por la clínica, la Clínica Oftalmovisión mostró interés por resolverlo.					
DIMENSIÓN 4: CONFIANZA						
9	Los médicos de la Clínica Oftalmovisión brindan confianza y seguridad en la atención recibida.					
10	La Clínica Oftalmovisión se preocupa por las necesidades de sus pacientes.					
DIMENSIÓN 5: EXPECTATIVAS						
11	El servicio que brinda la Clínica Oftalmovisión es lo que Ud. Esperaba.					
12	El personal de la Clínica Oftalmovisión es claro en las explicaciones o informaciones brindadas.					
13	El personal de la Clínica Oftalmovisión posee los conocimientos acerca de los servicios brindados.					
14	Recomendaría este servicio de salud Oftalmológico.					

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 18

APELLIDOS Y NOMBRES: Dra. Soledad Janett Mostacero Llerena

DNI: 17922799

FIRMA:



V° B°

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022
Linea de investigación:	Gestión Organizacional
El instrumento de medición pertenece a la variable:	CALIDAD DE SERVICIO

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Nombre completo: Dra. Soledad Janett Mostacero Llerena
DNI:17922799
Profesión: Lic. En Administración
Grado: Dra. en Economía y Desarrollo Industrial



Firma del Experto

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022
Linea de investigación:	Gestión Organizacional
El instrumento de medición pertenece a la variable:	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:



Nombre completo: Soledad Janett Mostacero Llerena
DNI: 17922799
Profesión: Lic. en Administración Público
Grado: Dra. en Economía y Desarrollo Industrial

Firma del Experto

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Trujillo 12/02/2022

Señor: Julio Octavio Sánchez Quiroz

Presente

Asunto: Apoyo en validación de Instrumentos

Atentamente

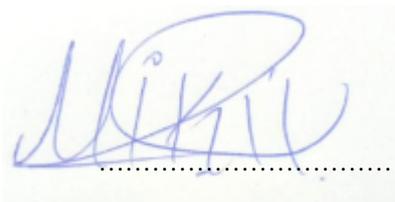
Somos bachilleres de la carrera de Administración, de la Universidad Privada del Norte de Trujillo, y estamos en el proceso de elaboración de la Tesis Titulada: “CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022” cuya variable es CALIDAD DE SERVICIO, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE y las dimensiones establecidas son: Empatía, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad, elementos tangibles, calidad funcional, calidad técnica, valor del servicio, confianza y expectativas, que adjuntamos en el presente cuadro de Operacionalización de Variables.

Conocedores de su alto conocimiento del tema y su interés en la colaboración con este tipo de investigaciones, recurrimos a Ud. A fin de que se permita validar este documento, donde sus sugerencias serán de gran apoyo para la consecución de nuestro proyecto.

Agradecemos de antemano su colaboración.

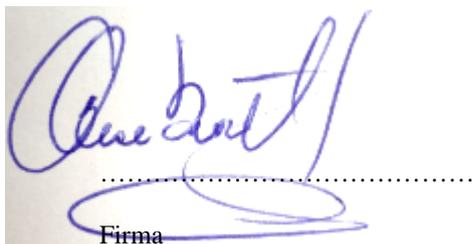
Atentamente

Miki Shirley Villanueva Polo



Firma

Daniel Robinson Benites Gutiérrez



Firma

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022

AUTOR (ES): Daniel Robinson Benites Gutiérrez, Miki Shirley Villanueva Polo

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
1. Problema General:	1. Objetivo General:	1. Hipótesis General:	V1	
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la Ciudad de Trujillo, 2022?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.	<p>H0: La calidad de servicio no se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.</p> <p>H1: La calidad de servicio se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.</p>	<p>CALIDAD DE SERVICIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles • Empatía • Capacidad de respuesta • Seguridad • Fiabilidad 	<p>9. Tipo de Investigación Aplicada</p> <p>10. Diseño de Investigación No experimental</p> <p>11. Nivel de investigación Correlacional</p> <p>12. Método de investigación Corte transversal</p> <p>13. Población 1000 clientes</p> <p>14. Muestra 278 clientes</p> <p>15. Técnicas</p>
2. Problemas Específicos:	2. Objetivos Específicos	2. Hipótesis Específicas (opcional):	V2	

Encuesta

16. Instrumentos:

Escala de Likert

- Determinar si los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la confiabilidad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si las capacidades de respuesta se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si las empatías se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la seguridad se relaciona con la satisfacción de los clientes de la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la calidad funcional se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.
- Determinar si la calidad técnica se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022.

**SATISFACCION
DEL CLIENTE**

- Calidad funcional
- Calidad técnica
- Valor del servicio
- Confianza
- Expectativas

- Determinar si el valor del servicio se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar si la confianza se relaciona con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar si las expectativas se relacionan con la calidad de servicio que brinda a los clientes la Clínica Oftalmovisión S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2022
 - Determinar la correlación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica Oftalmovisión S.A.C., Trujillo 2022
-

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022

AUTOR (ES) : Daniel Robinson Benites Gutiérrez, Miki Shirley Villanueva Polo

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE MEDICION
VARIABLE 1 CALIDAD DE SERVICIO	<p>“ Al total de rasgos y características de un bien y/o servicio como puede influir en su capacidad de satisfacción de las necesidades claras y exteriorizarse de los clientes” (Kotler, 2006 p.42).</p>	<p>Para medir el nivel de la variable calidad de servicio se establecieron cinco dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles.</p>	Elementos tangibles	<p>Infraestructura Equipamiento Recursos humanos Recursos materiales</p>	<p>Escala de Likert.</p>
			Empatía	<p>Carisma Atención individualizada Horarios adecuados</p>	
			Capacidad de respuesta	<p>Información oportuna Voluntad del personal Capacidad técnica</p>	
			Seguridad	<p>Confianza Honestidad Veracidad</p>	
			Fiabilidad	<p>Respeto a la privacidad Cumplimiento</p>	
VARIABLE 2 SATISFACCION DEL CLIENTE	<p>“ La satisfacción es el valor del estado de ánimo de una persona para comparar el rendimiento observado de un bien y/o servicio con sus</p>	<p>Para medir el nivel de la variable satisfacción del cliente se establecieron cinco dimensiones: Calidad funcional percibida,</p>	<p>Calidad funcional</p>	<p>Solución de quejas Servicio esperado Personal dispuesto a colaborar</p>	

perspectivas” (Kotler y Armstrong, 2003).	Calidad técnica percibida, Valor del servicio, Confianza, Expectativas.	Servicio mejorado	
	Calidad técnica	Mejoras en el servicio Servicios conformes	
	Valor del servicio	Unidad que transmite confianza Precios adecuados Solución de problemas	Escala de Likert.
	Confianza	No cometer errores Preocupación por las necesidades de los usuarios	
	Expectativas	Servicios adaptados Atención personalizada Personal preparado	

JUICIO DEL EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

- **UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE**
- **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

Objetivo: La siguiente validación tiene como objetivo conocer la opinión que tiene usted como experto acerca de los variables de investigación en la empresa Clínica Oftalmovisión S.A.C, sobre tesis CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES CLINICA OFTALMOVISIÓN S.A.C. TRUJILLO 2022, para lo cual su aporte es de gran importancia para esta investigación, el cual le indicamos que marque con sinceridad las siguientes preguntas.

Indicadores De Respuesta				
1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. No estoy Seguro	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo

Variable01 calidad de servicio						
DIMENSION 1: ELEMENTOS TANGIBLES		1	2	3	4	5
1.	La clínica Oftalmovisión tiene equipos modernos y materiales para brindar un servicio de calidad.					
2.	Las instalaciones físicas son limpias, cómodas y acogedoras.					
3.	Las señalizaciones orientan de manera eficaz el uso y ubicación de los servicios (admisión, óptica, farmacia, caja, etc.) que se brindan.					
4	El uniforme institucional potencia la identidad de la clínica.					
DIMENSION 2: EMPATÍA						
5	Los colaboradores tienen un trato de amabilidad, paciencia, respeto y entienden su necesidad en relación a su consulta.					
6.	La atención es personalizada durante su permanencia en la clínica.					
7.	Los horarios de atención de la clínica 9 am – 8pm son favorables para acceder al servicio.					
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
8.	El protocolo de la atención se realiza con rapidez y eficacia.					
09.	Los colaboradores orientan y brinda información oportuna para agendar una cita y/o algunos de los servicios.					
10.	Los canales de citas por medios virtuales son rápidos, efectivos y profesionales.					
DIMENSION 4: SEGURIDAD						
11.	El equipo de profesionales brinda confianza durante el acceso a un servicio.					
12.	Durante el acceso a un servicio se respeta su privacidad.					
13	Se siente seguro en los diferentes ambientes que tiene la clínica.					
DIMENSION 5: FIABILIDAD						

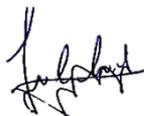
14.	El tiempo de espera para la atención oftalmológica es el adecuado.					
15.	El equipo de profesionales de salud resuelve todas sus dudas y preguntas.					
16.	De forma global, Ud. siente que la clínica está comprometida con su salud oftalmológica y seguimiento.					

Variable 02 satisfacción del cliente						
DIMENSION 1: CALIDAD FUNCIONAL		1	2	3	4	5
1	El personal de la Clínica Oftalmovisión soluciona oportuna y satisfactoriamente sus quejas y reclamos.					
2	El personal de la Clínica Oftalmovisión le brinda el servicio que esperaba.					
3	El personal de la Clínica Oftalmovisión está comprometido en los intereses y necesidades de sus clientes.					
4	La Clínica Oftalmovisión presta un servicio satisfactorio en comparación con otros servicios de Oftalmología.					
DIMENSIÓN 2: CALIDAD TÉCNICA						
5	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.					
6	La calidad de los servicios prestados por la Clínica Oftalmovisión es conforme.					
DIMENSIÓN 3: VALOR DE SERVICIO						
7	Usted tiene confianza en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.					
8	Cuando se le presentó un problema o inconveniente con los servicios ofrecidos por la clínica, la Clínica Oftalmovisión mostró interés por resolverlo.					
DIMENSIÓN 4: CONFIANZA						
9	Los médicos de la Clínica Oftalmovisión brindan confianza y seguridad en la atención recibida.					
10	La Clínica Oftalmovisión se preocupa por las necesidades de sus pacientes.					
DIMENSIÓN 5: EXPECTATIVAS						
11	El servicio que brinda la Clínica Oftalmovisión es lo que Ud. Esperaba.					
12	El personal de la Clínica Oftalmovisión es claro en las explicaciones o informaciones brindadas.					
13	El personal de la Clínica Oftalmovisión posee los conocimientos acerca de los servicios brindados.					
14	Recomendaría este servicio de salud Oftalmológico.					

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

APELLIDOS Y NOMBRES: Sánchez Quiroz Julio Octavio

DNI: 40003184



FIRMA:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022
Línea de investigación:	Gestión Organizacional
El instrumento de medición pertenece a la variable:	CALIDAD DE SERVICIO

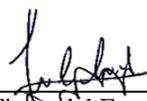
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

El instrumento es adecuado para la investigación propuesta.

Nombre completo: JULIO OCTAVIO SANCHEZ QUIROZ
DNI: 40003184
Profesión: ADMINISTRADOR
Grado: MAGISTER



Firma del Experto

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA OFTALMOVISIÓN S.A.C, TRUJILLO, 2022
Línea de investigación:	Gestión Organizacional
El instrumento de medición pertenece a la variable:	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

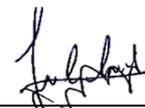
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

El instrumento es adecuado para la investigación propuesta.

Nombre completo: JULIO OCTAVIO SANCHEZ QUIROZ
DNI: 40003184
Profesión: ADMINISTRADOR
Grado: MAGISTER



Firma del Experto

ANEXO 6: FOTOS

Figura 1. Toma de encuesta a paciente



Nota. Fuente: Clínica Oftalmovisión

Figura 2. Toma de encuesta a paciente



Nota. Fuente: Clínica Oftalmovisión

Figura 3. Toma de encuesta a paciente



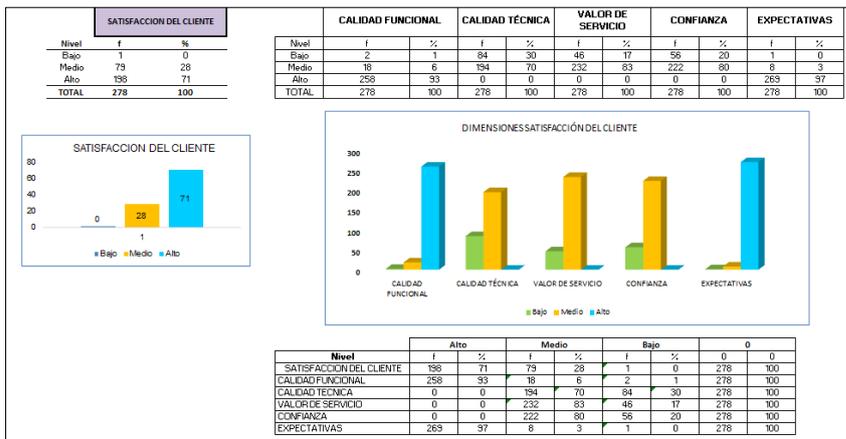
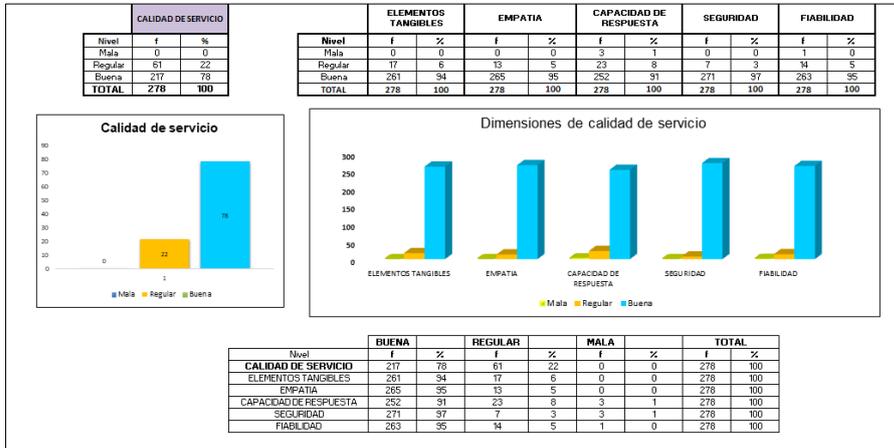
Nota. Fuente: Clínica Oftalmovisión

Figura 4. Toma de encuesta a paciente



Nota. Fuente: Clínica Oftalmovisión

ANEXO 7: CÁLCULOS REALIZADOS

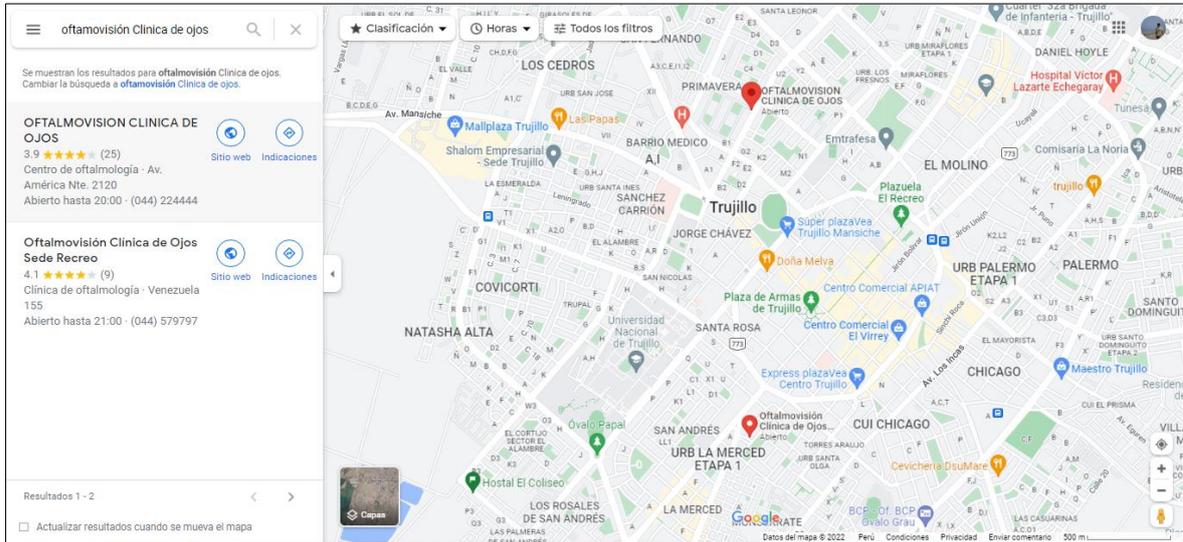


Correlaciones

		Calidad de servicio	Satisfacción de los cliente
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	1	,799**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	278	278
Satisfacción de los cliente	Correlación de Pearson	,799**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	278	278

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

Ubicación Geográfica de las dos sedes de la Clínica Oftalmovisión.



Anexo 8:

Cuestionario 1:

Tabla 16

La clínica Oftalmovisión tiene equipos modernos y materiales para brindar un servicio de calidad.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
No estoy Seguro	10	3,6	3,6	4,0
Válido De Acuerdo	48	17,3	17,3	21,2
Totalmente de Acuerdo	219	78,8	78,8	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Figura 5. La clínica Oftalmovisión tiene equipos modernos y materiales para brindar un servicio de calidad.

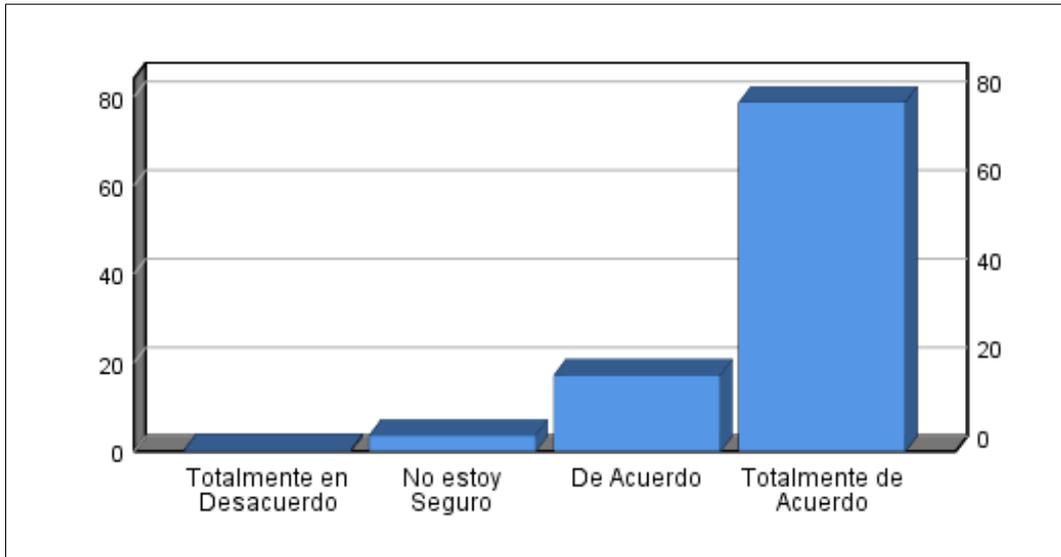


Tabla 17

Las instalaciones físicas son limpias, cómodas y acogedoras.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En Desacuerdo	1	,4	,4	,4
No estoy Seguro	6	2,2	2,2	2,5
De Acuerdo	34	12,2	12,2	14,7
Totalmente de Acuerdo	237	85,3	85,3	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Figura 6. Las instalaciones físicas son limpias, cómodas y acogedoras.

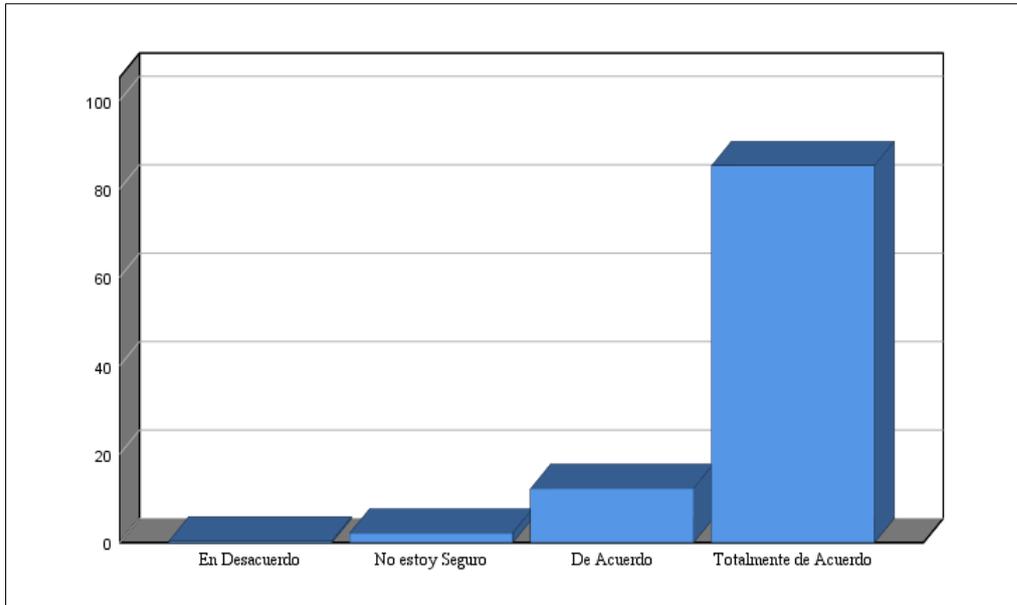


Tabla 18

Las señalizaciones orientan de manera eficaz el uso y ubicación de los servicios (admisión, óptica, farmacia, caja, etc.) que se brindan.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	5	1,8	1,8	1,8
	No estoy Seguro	17	6,1	6,1	7,9
	De Acuerdo	44	15,8	15,8	23,7
	Totalmente de Acuerdo	212	76,3	76,3	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 7. Las señalizaciones orientan de manera eficaz el uso y ubicación de los servicios

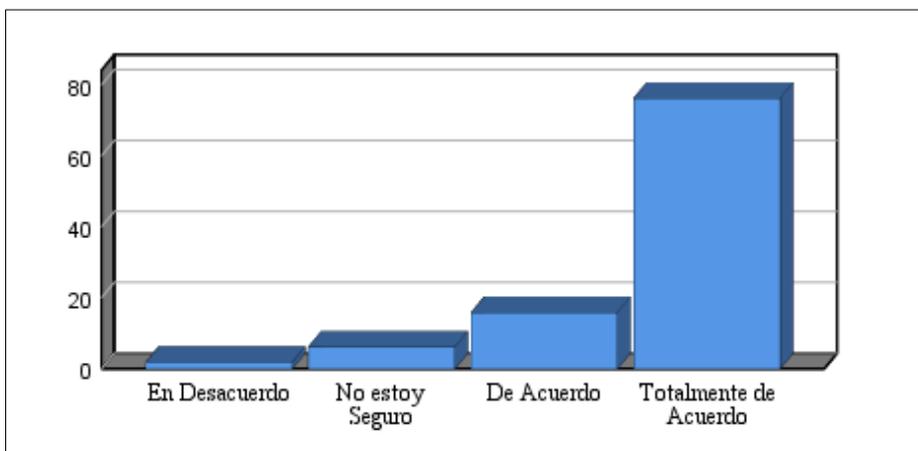


Tabla 19

El uniforme institucional potencia la identidad de la clínica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En Desacuerdo	6	2,2	2,2	2,5
	No estoy Seguro	10	3,6	3,6	6,1
	De Acuerdo	40	14,4	14,4	20,5
	Totalmente de Acuerdo	221	79,5	79,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 8. *El uniforme institucional potencia la identidad de la clínica.*

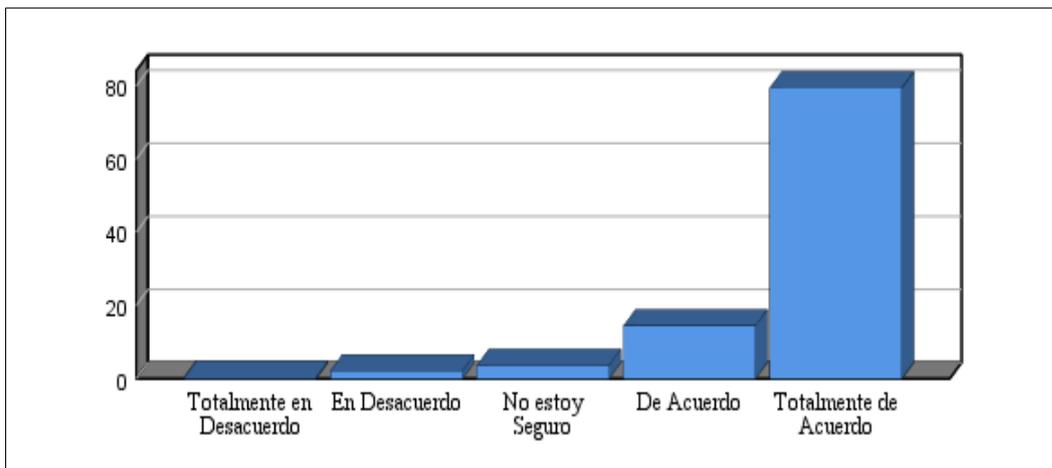


Tabla 20

Los colaboradores tienen un trato de amabilidad, paciencia, respeto y entienden su necesidad en relación con su consulta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En Desacuerdo	4	1,4	1,4	1,8
	No estoy Seguro	13	4,7	4,7	6,5
	De Acuerdo	42	15,1	15,1	21,6
	Totalmente de Acuerdo	218	78,4	78,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 9. Los colaboradores tienen un trato ante su necesidad en relación con su consulta.

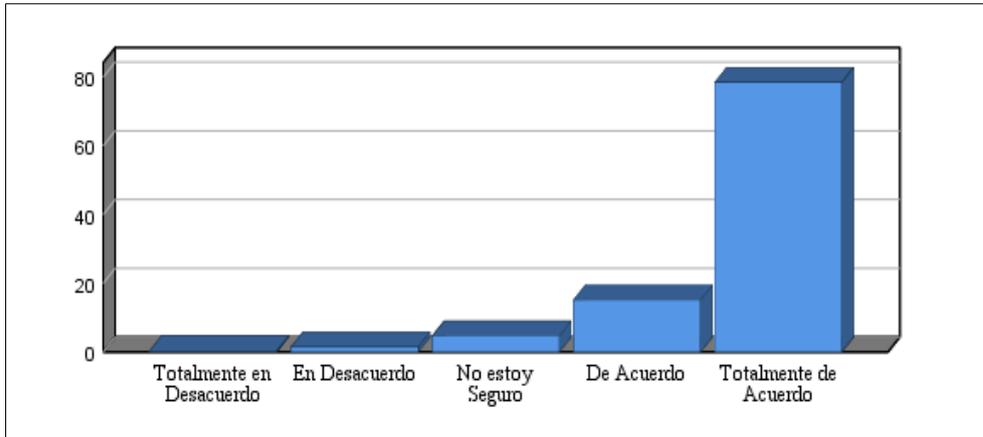


Tabla 21

La atención es personalizada durante su permanencia en la clínica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En Desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
No estoy Seguro	5	1,8	1,8	2,9
De Acuerdo	42	15,1	15,1	18,0
Totalmente de Acuerdo	228	82,0	82,0	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Figura 10. La atención es personalizada durante su permanencia en la clínica.

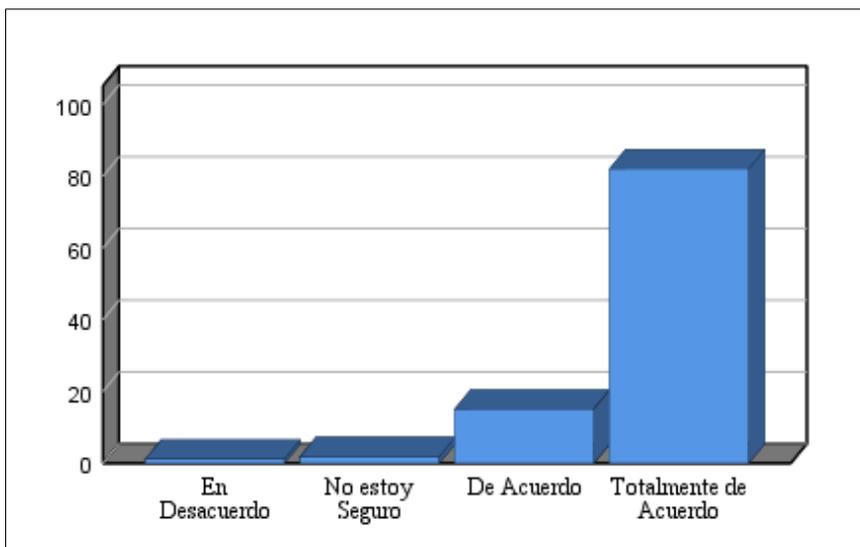


Tabla 22

Los horarios de atención de la clínica 9 am – 8pm son favorables para acceder al servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	2	,7	,7	,7
	No estoy Seguro	7	2,5	2,5	3,2
	De Acuerdo	34	12,2	12,2	15,5
	Totalmente de Acuerdo	235	84,5	84,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 11. Los horarios son favorables para acceder al servicio.

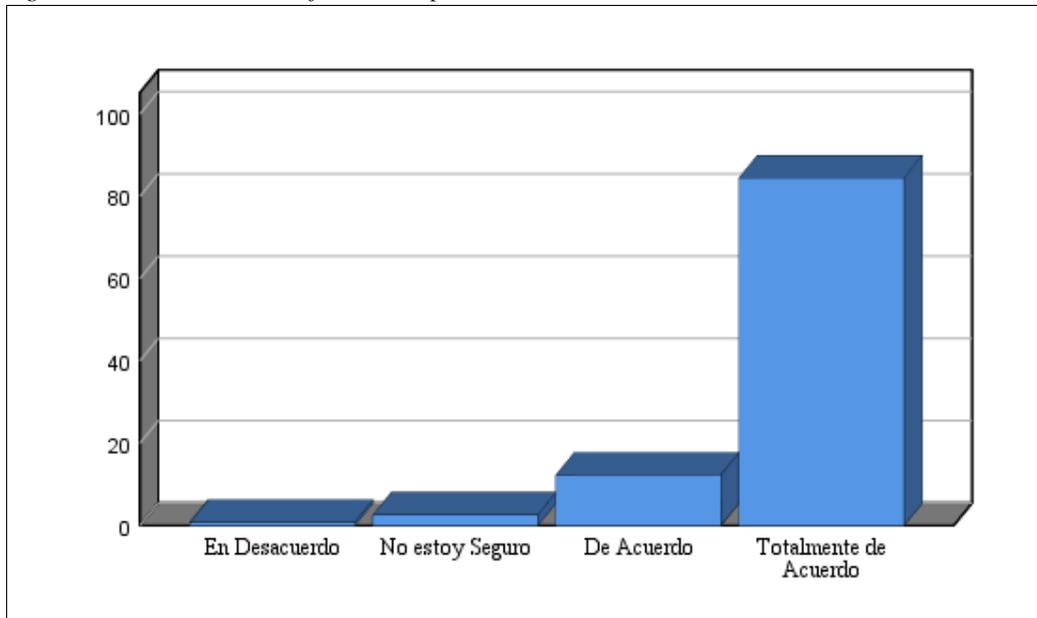


Tabla 23

El protocolo de la atención se realiza con rapidez y eficacia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	2	,7	,7	,7
	No estoy Seguro	19	6,8	6,8	7,6
	De Acuerdo	58	20,9	20,9	28,4
	Totalmente de Acuerdo	199	71,6	71,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 12. El protocolo de la atención se realiza con rapidez y eficacia.

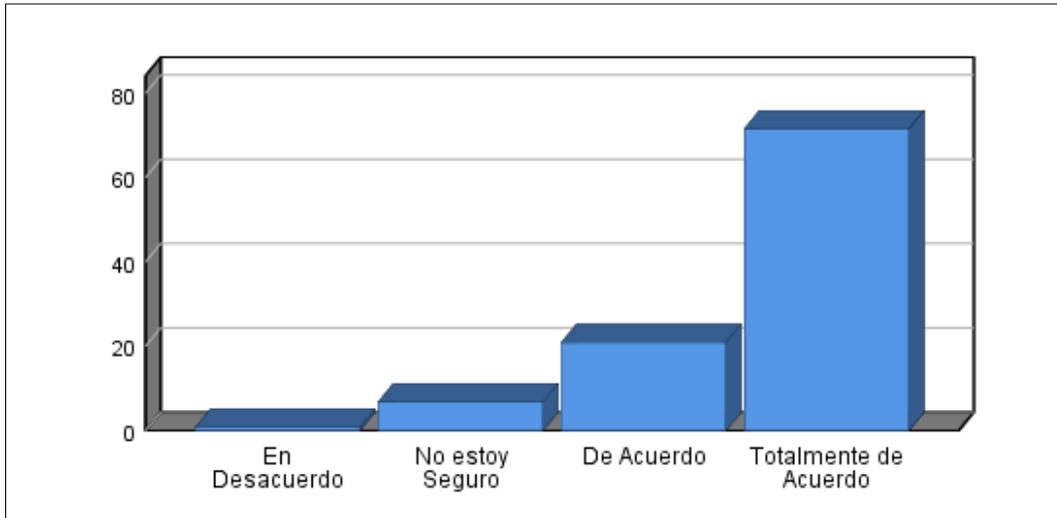


Tabla 24

Los colaboradores orientan y brinda información oportuna para agendar una cita y/o algunos de los servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	,7	,7	,7
	En Desacuerdo	2	,7	,7	1,4
	No estoy Seguro	12	4,3	4,3	5,8
	De Acuerdo	38	13,7	13,7	19,4
	Totalmente de Acuerdo	224	80,6	80,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 13. Los colaboradores orientan y brinda información oportuna para agendar una cita de los servicios.

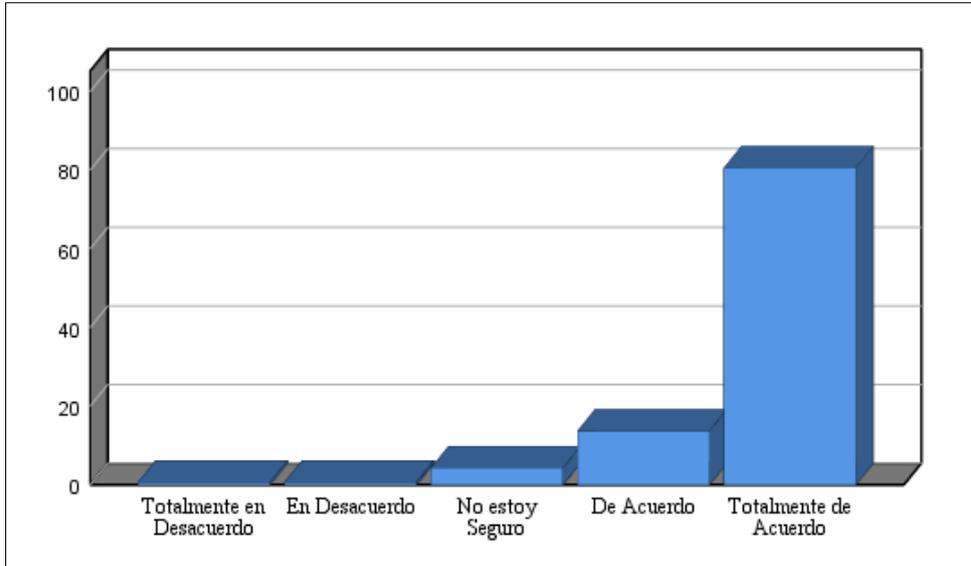


Tabla 25

Los canales de citas por medios virtuales son rápidos, efectivos y profesionales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en Desacuerdo	2	,7	,7	,7
En Desacuerdo	8	2,9	2,9	3,6
No estoy Seguro	36	12,9	12,9	16,5
De Acuerdo	51	18,3	18,3	34,9
Totalmente de Acuerdo	181	65,1	65,1	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Figura 14. Los canales de citas por medios virtuales son rápidos, efectivos y profesionales.

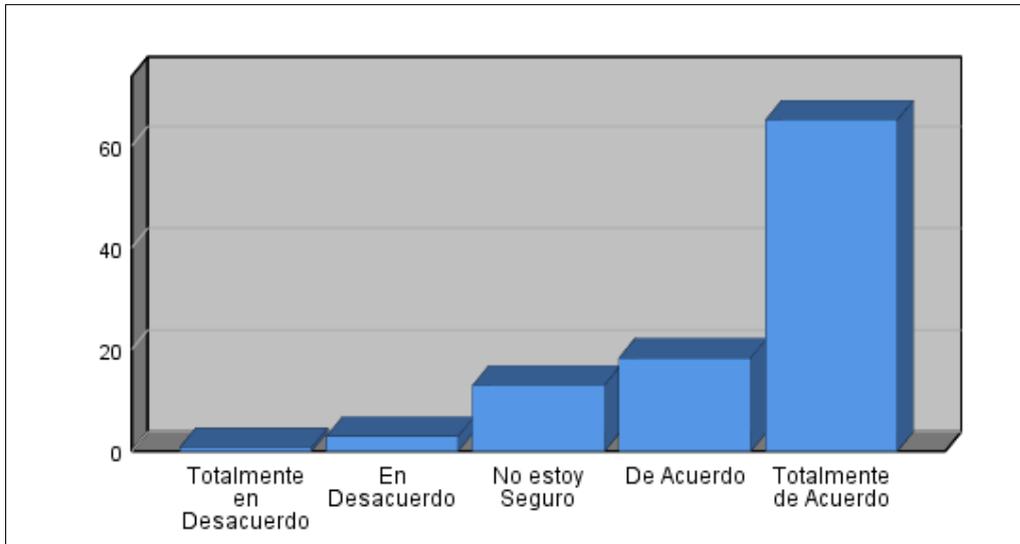


Tabla 26

El equipo de profesionales brinda confianza durante el acceso a un servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	No estoy Seguro	6	2,2	2,2	2,5
	De Acuerdo	51	18,3	18,3	20,9
	Totalmente de Acuerdo	220	79,1	79,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 15. *El equipo de profesionales brinda confianza durante el acceso a un servicio.*

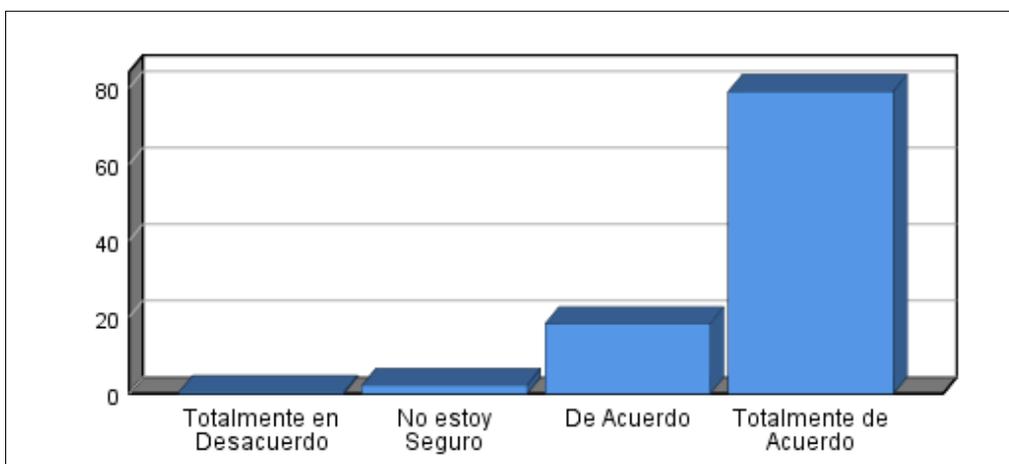


Tabla 27

Durante el acceso a un servicio se respeta su privacidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	No estoy Seguro	6	2,2	2,2	2,5
	De Acuerdo	35	12,6	12,6	15,1
	Totalmente de Acuerdo	236	84,9	84,9	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 16. Durante el acceso a un servicio se respeta su privacidad.

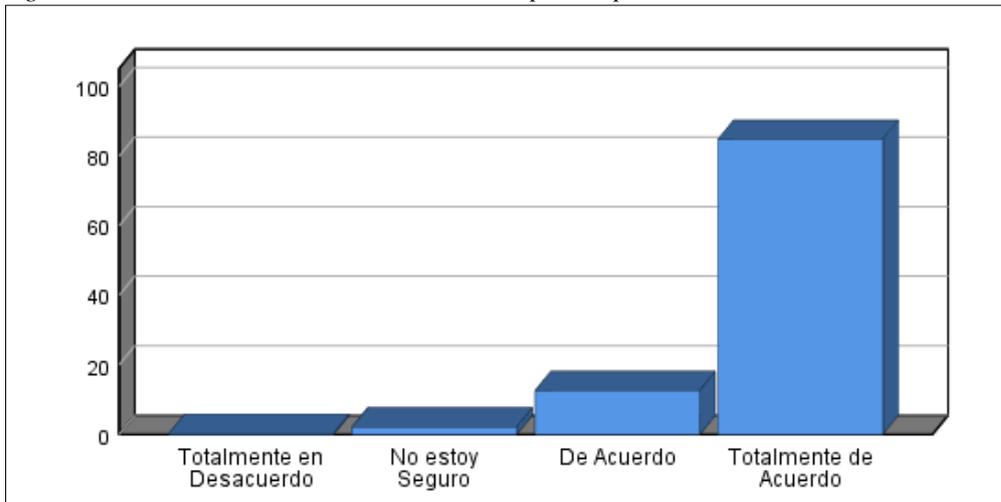


Tabla 28

Se siente seguro en los diferentes ambientes que tiene la clínica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy Seguro	3	1,1	1,1	1,1
	De Acuerdo	32	11,5	11,5	12,6
	Totalmente de Acuerdo	243	87,4	87,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 17. Se siente seguro en los diferentes ambientes que tiene la clínica.

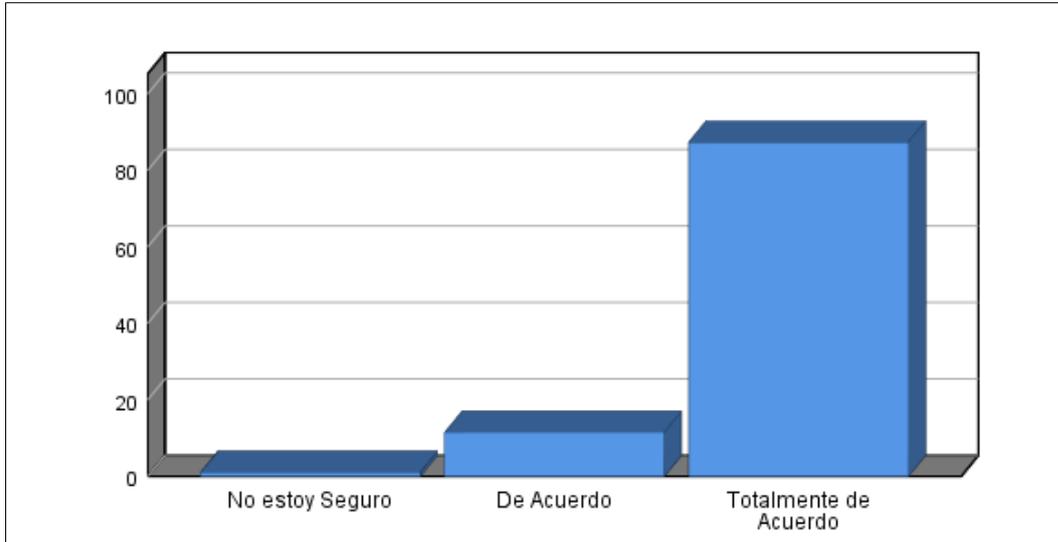


Tabla 29

El tiempo de espera para la atención oftalmológica es el adecuado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	4	1,4	1,4	1,4
	En Desacuerdo	7	2,5	2,5	4,0
	No estoy Seguro	18	6,5	6,5	10,4
	De Acuerdo	76	27,3	27,3	37,8
	Totalmente de Acuerdo	173	62,2	62,2	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 18. El tiempo de espera para la atención oftalmológica es el adecuado.

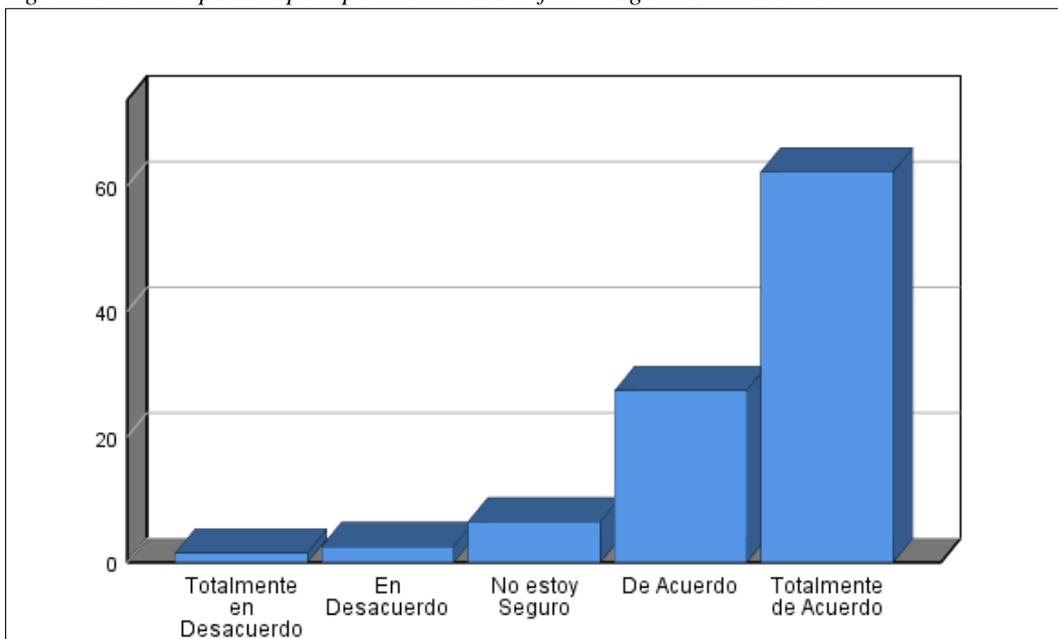


Tabla 30

El equipo de profesionales de salud resuelve todas sus dudas y preguntas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy Seguro	7	2,5	2,5	2,5
	De Acuerdo	43	15,5	15,5	18,0
	Totalmente de Acuerdo	228	82,0	82,0	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 19. El equipo de profesionales de salud resuelve todas sus dudas y preguntas.

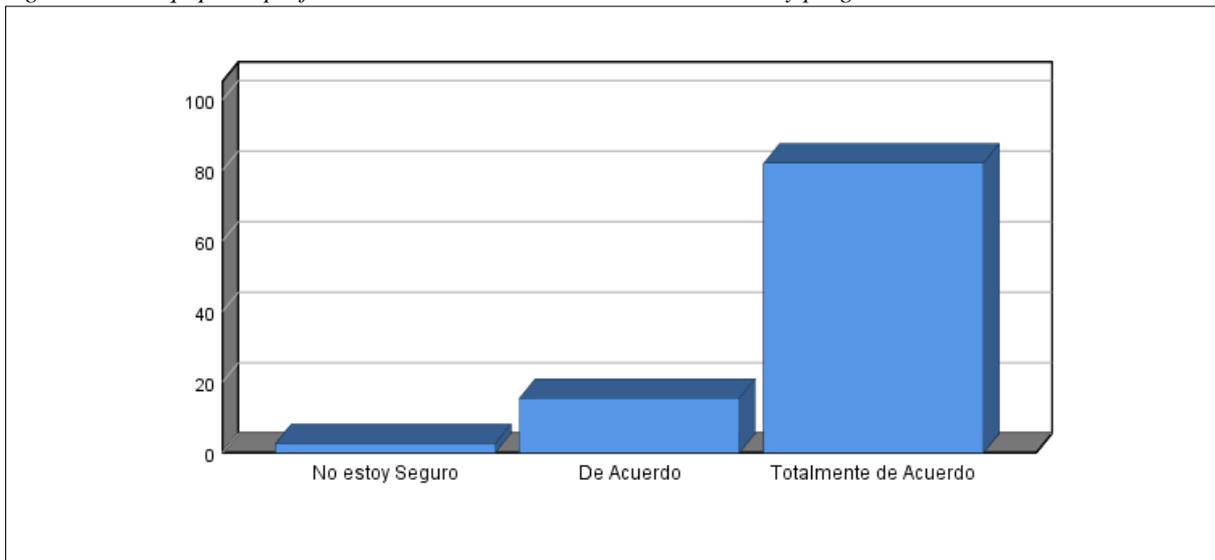
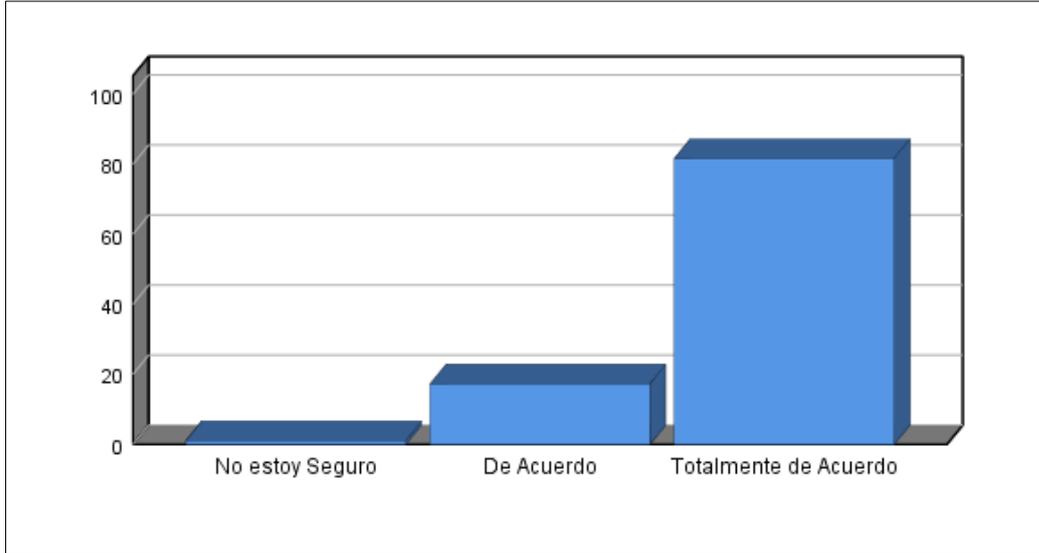


Tabla 31

De forma global, Ud. siente que la clínica está comprometida con su salud oftalmológica y seguimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy Seguro	3	1,1	1,1	1,1
	De Acuerdo	48	17,3	17,3	18,3
	Totalmente de Acuerdo	227	81,7	81,7	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 20. Ud. siente que la clínica está comprometida con su salud oftalmológica y seguimiento.



Anexo 9:

Cuestionario 2

Tabla 32

El personal de la Clínica Oftalmovisión soluciona oportuna y satisfactoriamente sus quejas y reclamos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	,7	,7	,7
	En Desacuerdo	1	,4	,4	1,1
	No estoy Seguro	34	12,2	12,2	13,3
	De Acuerdo	51	18,3	18,3	31,7
	Totalmente de Acuerdo	190	68,3	68,3	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 21. El personal soluciona oportuna y satisfactoriamente sus quejas y reclamos.

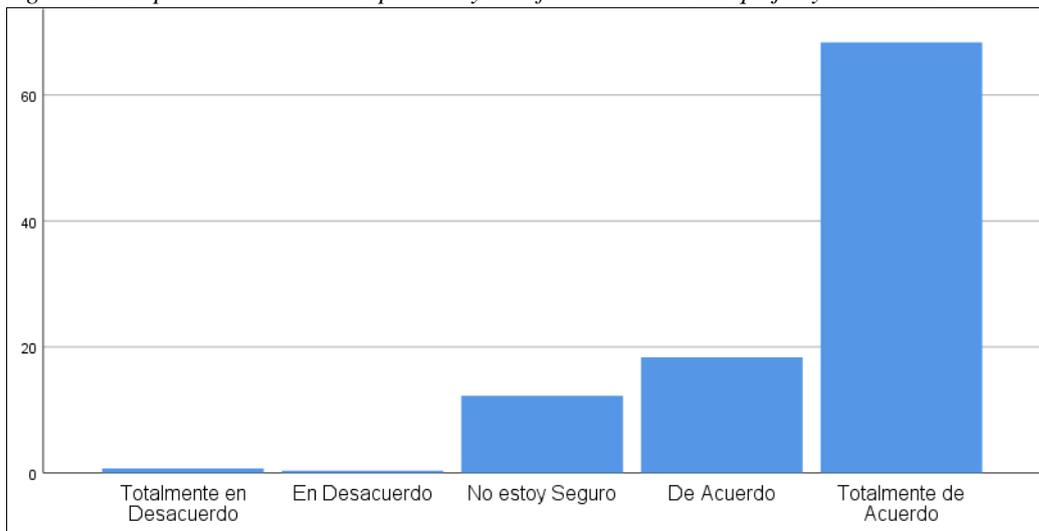


Tabla 33

El personal de la Clínica Oftalmovisión le brinda el servicio que esperaba.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	No estoy Seguro	8	2,9	2,9	3,2
	De Acuerdo	45	16,2	16,2	19,4
	Totalmente de Acuerdo	224	80,6	80,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 22. El personal de la Clínica Oftalmovisión le brinda el servicio que esperaba.

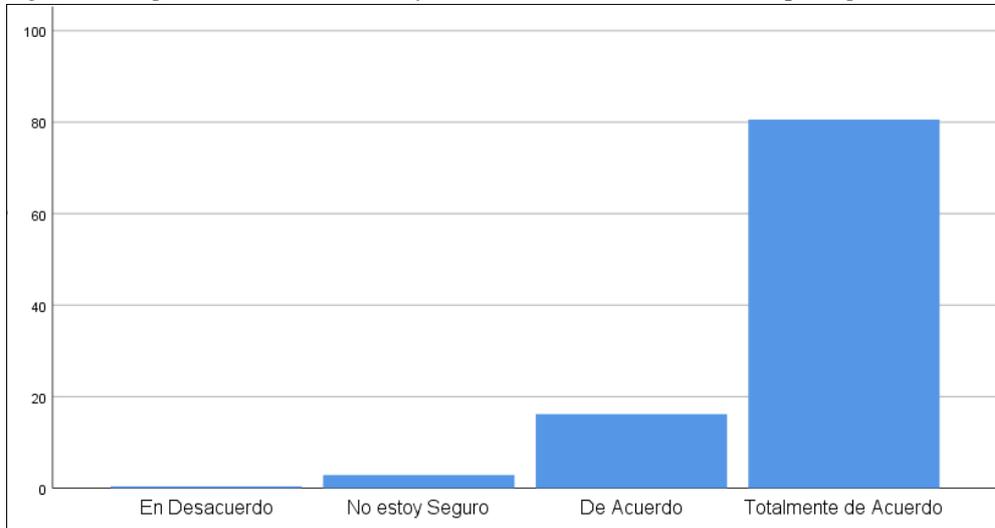


Tabla 34

El personal de la Clínica Oftalmovisión está comprometido en los intereses y necesidades de sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
No estoy Seguro	15	5,4	5,4	5,8
De Acuerdo	47	16,9	16,9	22,7
Totalmente de Acuerdo	215	77,3	77,3	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Figura 23. El personal está comprometido en los intereses y necesidades de sus clientes.

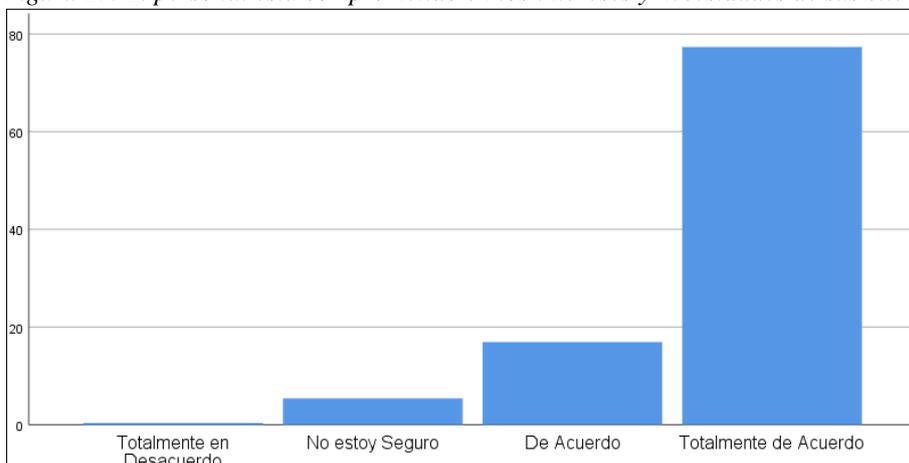


Tabla 35

La Clínica Oftalmovisión presta un servicio satisfactorio en comparación con otros servicios de Oftalmología.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	No estoy Seguro	13	4,7	4,7	5,8
	De Acuerdo	44	15,8	15,8	21,6
	Totalmente de Acuerdo	218	78,4	78,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 24. *La Clínica Oftalmovisión presta un servicio satisfactorio*

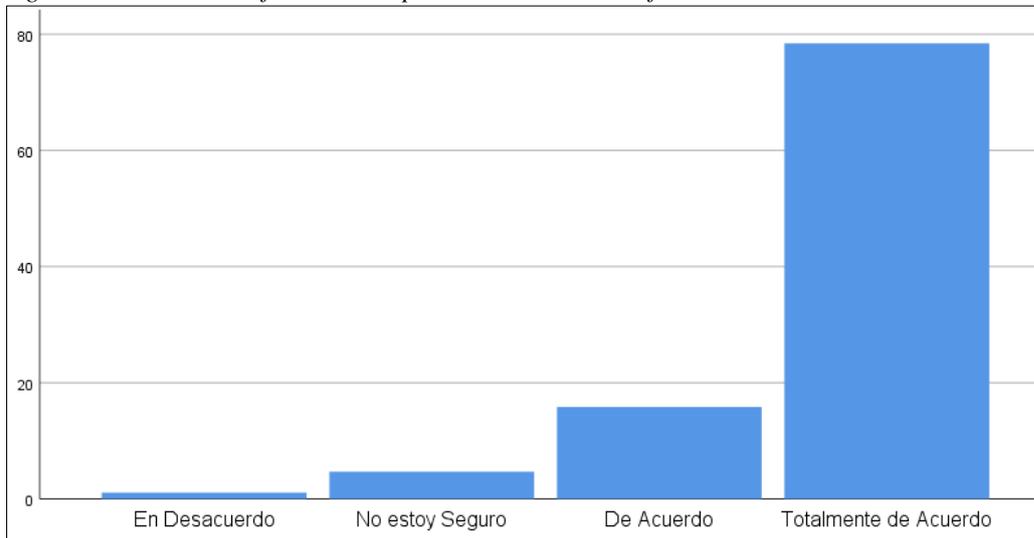


Tabla 36

Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	2	,7	,7	,7
	No estoy Seguro	35	12,6	12,6	13,3
	De Acuerdo	47	16,9	16,9	30,2
	Totalmente de Acuerdo	194	69,8	69,8	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 25. Las mejoras en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.

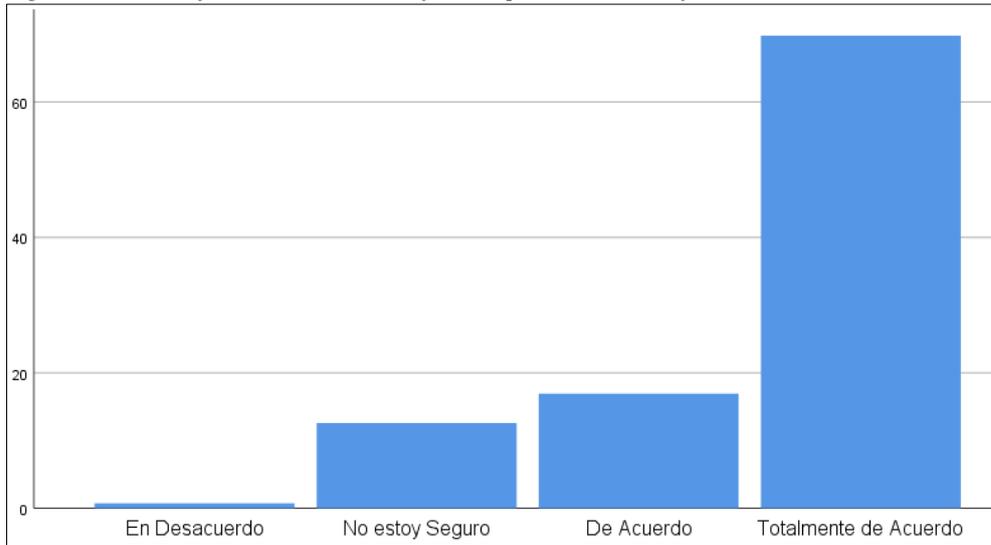


Tabla 37

La calidad de los servicios prestados por la Clínica Oftalmovisión es conforme.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En Desacuerdo	1	,4	,4	,4
No estoy Seguro	4	1,4	1,4	1,8
De Acuerdo	57	20,5	20,5	22,3
Totalmente de Acuerdo	216	77,7	77,7	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Figura 26. La calidad de los servicios prestados por la Clínica Oftalmovisión es conforme.

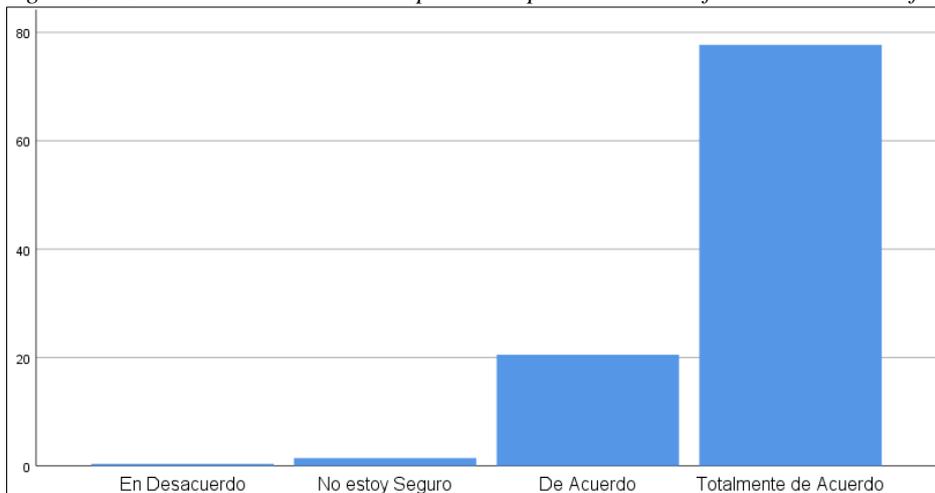


Tabla 38

Usted tiene confianza en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No estoy Seguro	4	1,4	1,4	1,4
	De Acuerdo	42	15,1	15,1	16,5
	Totalmente de Acuerdo	232	83,5	83,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 27. Usted tiene confianza en el servicio ofrecido por la Clínica Oftalmovisión.

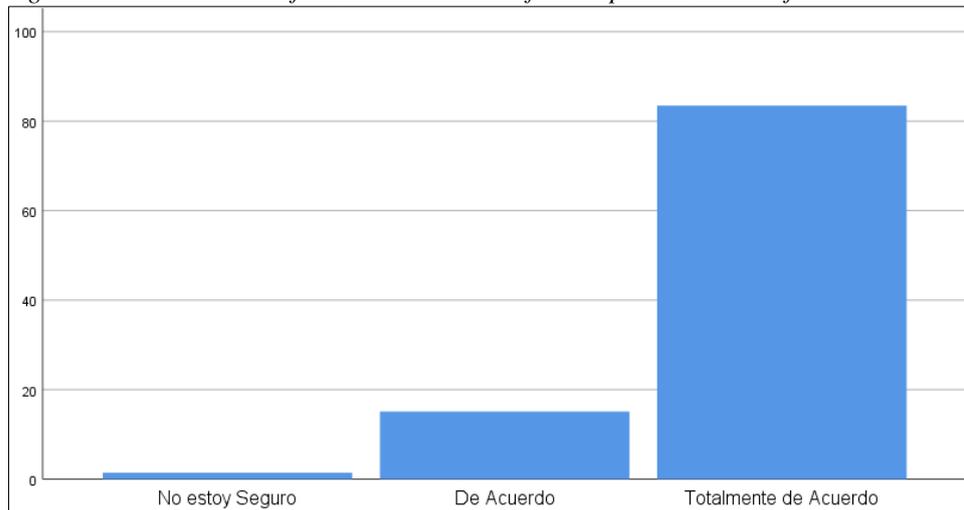


Tabla 39

Cuando se le presentó un problema o inconveniente con los servicios ofrecidos por la clínica, la Clínica Oftalmovisión mostró interés por resolverlo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	En Desacuerdo	1	,4	,4	1,4
	No estoy Seguro	36	12,9	12,9	14,4
	De Acuerdo	43	15,5	15,5	29,9
	Totalmente de Acuerdo	195	70,1	70,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 28. Ante un problema o inconveniente con los servicios la clínica, mostró interés por resolverlo.

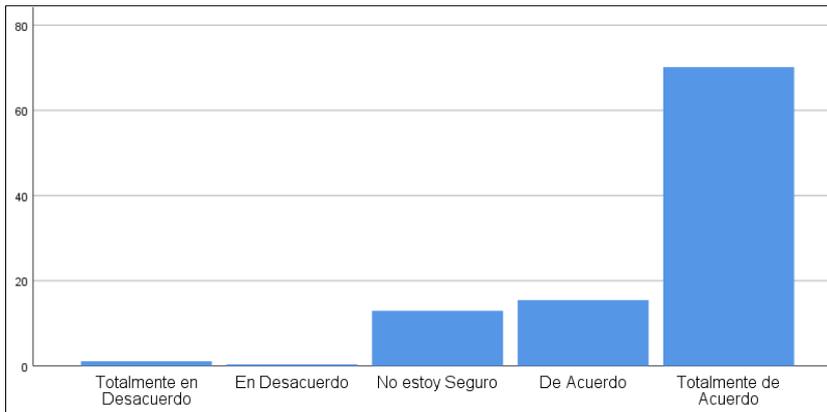


Tabla 40

Los médicos de la Clínica Oftalmovisión brindan confianza y seguridad en la atención recibida.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	No estoy Seguro	2	,7	,7	1,1
	De Acuerdo	53	19,1	19,1	20,1
	Totalmente de Acuerdo	222	79,9	79,9	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 29. Los médicos de la Clínica brindan confianza y seguridad en la atención recibida.

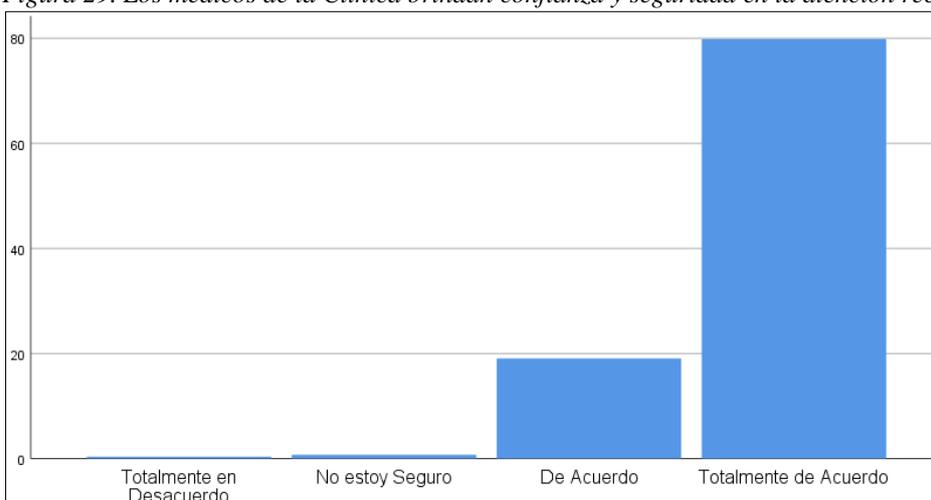


Tabla 41

La Clínica Oftalmovisión se preocupa por las necesidades de sus pacientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En Desacuerdo	1	,4	,4	,7
	No estoy Seguro	11	4,0	4,0	4,7
	De Acuerdo	51	18,3	18,3	23,0
	Totalmente de Acuerdo	214	77,0	77,0	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 30. La Clínica Oftalmovisión se preocupa por las necesidades de sus pacientes.

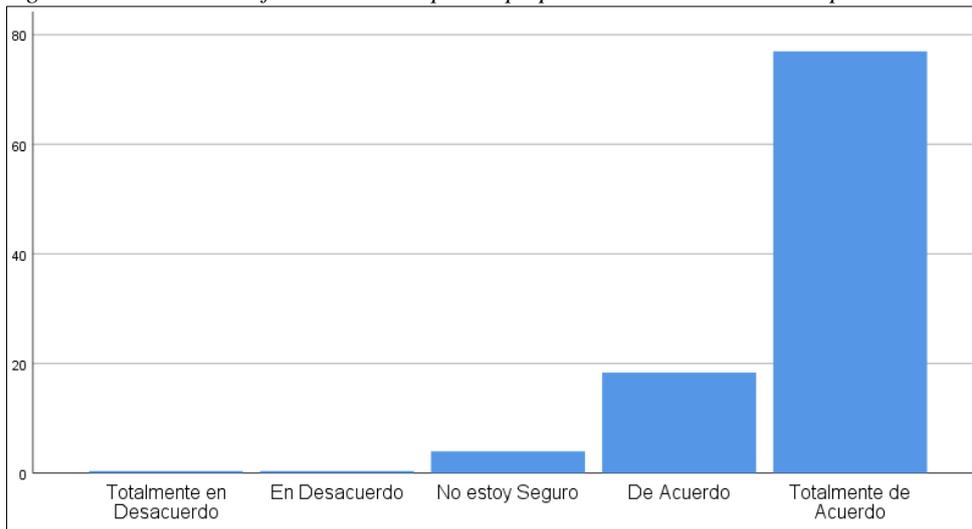


Tabla 42

El servicio que brinda la Clínica Oftalmovisión es lo que Ud. Esperaba.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	No estoy Seguro	7	2,5	2,5	2,9
	De Acuerdo	47	16,9	16,9	19,8
	Totalmente de Acuerdo	223	80,2	80,2	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 31. El servicio que brinda la Clínica Oftalmovisión es lo que Ud. Esperaba.

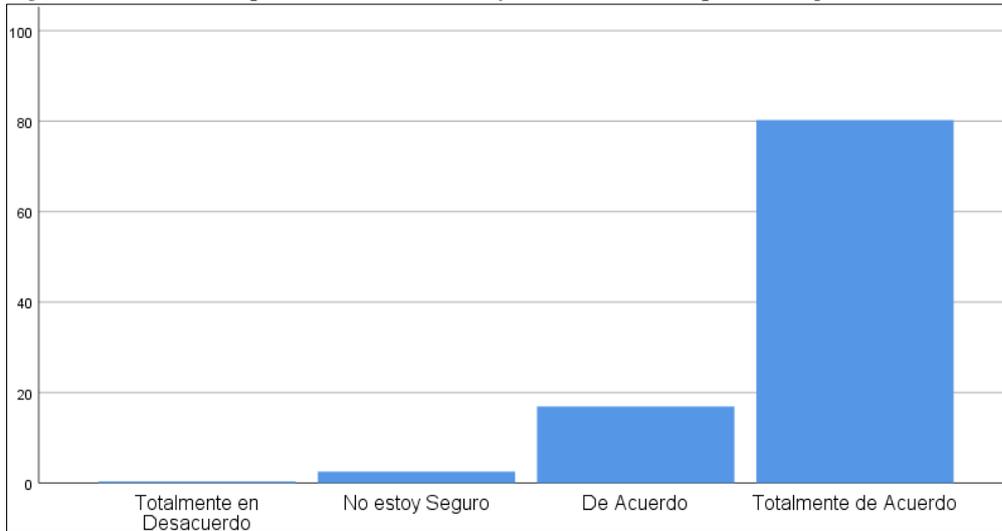


Tabla 43

El personal de la Clínica Oftalmovisión es claro en las explicaciones o informaciones brindadas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En Desacuerdo	2	,7	,7	1,1
	No estoy Seguro	8	2,9	2,9	4,0
	De Acuerdo	50	18,0	18,0	21,9
	Totalmente de Acuerdo	217	78,1	78,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 32. El personal de la Clínica Oftalmovisión es claro en las explicaciones o informaciones brindadas.

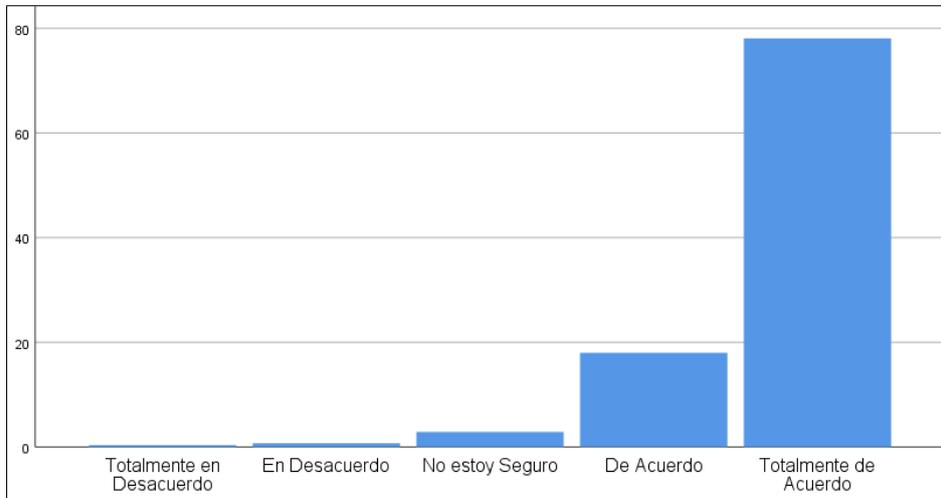


Tabla 44

El personal de la Clínica Oftalmovisión posee los conocimientos acerca de los servicios brindados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No estoy Seguro	6	2,2	2,2	2,2
De Acuerdo	44	15,8	15,8	18,0
Totalmente de Acuerdo	228	82,0	82,0	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Figura 33. El personal de la Clínica posee los conocimientos acerca de los servicios brindados.

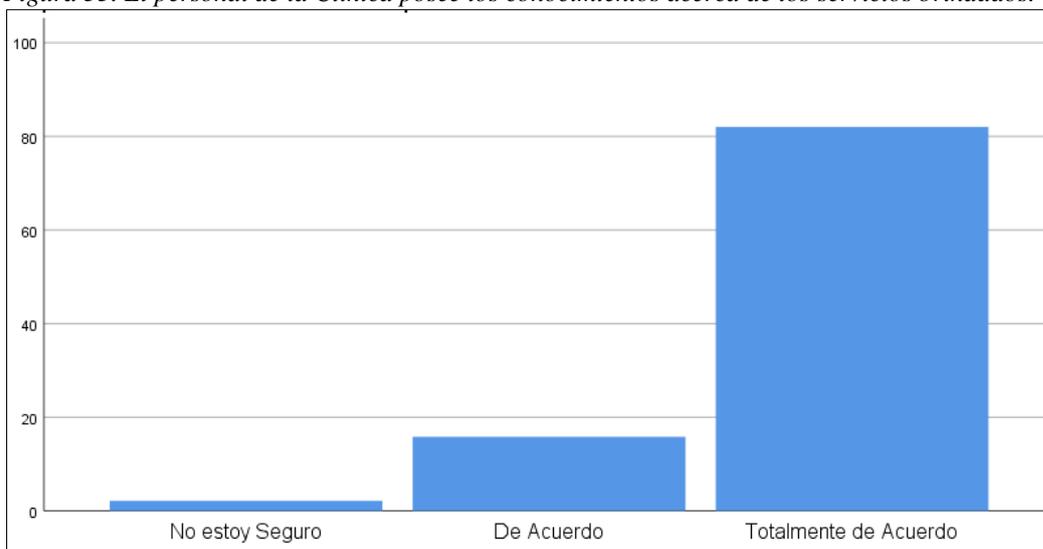


Tabla 45

Recomendaría este servicio de salud Oftalmológico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En Desacuerdo	1	,4	,4	,7
	No estoy Seguro	2	,7	,7	1,4
	De Acuerdo	39	14,0	14,0	15,5
	Totalmente de Acuerdo	235	84,5	84,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Figura 34. Recomendaría este servicio de salud Oftalmológico.

