



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“CALIDAD DE SERVICIO CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS A PARTIR DE LA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE 15 ARTÍCULOS ENTRE LOS AÑOS 2005-2018”.

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración

Autores:

MONICA MAGALI AGUILAR ESPINOZA

Asesor:

Mg. Cs. LILIANA CARRILLO CARRANZA

Cajamarca - Perú

2019

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y la salud para continuar en este arduo camino educativo,
a mis padres y hermanos quienes siempre me brindaron su apoyo incondicional, para
culminar con éxito este proyecto y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que
han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio

AGRADECIMIENTO

A mi familia quien, con sus palabras de aliento, me motivan para superarme cada día y conseguir un futuro mejor.

A los docentes de la Universidad Privada del Norte, a quienes debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su dedicación y paciencia al transmitirnos sus enseñanzas.

A mis compañeros y amigos, quienes compartieron conocimientos, alegrías y tristezas apoyándonos para lograr que este sueño se haga realidad.

Tabla de Contenido

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	10
CAPÍTULO III. RESULTADOS	11
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	19
REFERENCIAS.....	21
ANEXOS.....	22

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01 PROCEDENCIA.....	11
TABLA N° 02 AÑOS	13
TABLA N° 03 METODOLOGÍA	15
TABLA N° 04 REVISTAS DE PUBLICACIÓN	17

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 01 PROCEDENCIA.....	12
FIGURA N° 02 AÑOS	14
FIGURA N° 03 METODOLOGÍA.....	16
FIGURA N° 04 REVISTAS DE PUBLICACIÓN	18

RESUMEN

La presente investigación se elaboró con la finalidad de hacer una revisión sistemática, mediante una investigación documental y determinar la relación existente entre la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios.

La metodología de este estudio es del tipo descriptivo, el objetivo del presente trabajo fue realizar una investigación sistemática de las características de 15 artículos científicos publicados en los portales: Dialnet, Itson, Redalyc, Scielo, y así determinar la procedencia, el año, la metodología, revista en que fueron publicados entre los años 2005 - 2018, con respecto a la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. La mayor parte de autores de los artículos estudiados, utilizaron la metodología descriptiva.

Así mismo, a partir de la revisión sistemática, se busca analizar e identificar diferentes modelos empleados para determinar qué factores influyen en la satisfacción de los clientes y de este modo ayudar a reforzar los conocimientos adquiridos y aplicarlos a la investigación.

Esta revisión teórica permite concluir que las diversas estrategias de calidad de servicio, son utilizadas apropiadamente por la mayoría de empresas, lo que permitirá el diseño de estrategias que ayuden con la satisfacción del cliente.

PALABRAS CLAVES: Calidad de servicio, Satisfacción del Usuario

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El presente artículo procura saber ¿Cómo esa la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios a través de la revisión sistemática de los 15 artículos científicos, entre los años 2005 – 2018?. Teniendo como objetivo determinar la procedencia, año, metodología y revistas en la cual fueron publicados.

(Melara, 2017) En su blog nos habla de la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, donde la percepción de calidad de servicio es un componente más que repercute en la satisfacción del cliente. La calidad en el servicio prestado se enfoca prácticamente en las dimensiones del servicio. La satisfacción, en cambio es un concepto más amplio que no sólo se ve afectado por las recompensas, sino también por factores personales y situacionales que escapan del control del prestador del servicio.

(Hermeza, 2015) En su estudio realizado sobre “la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana”, concluye que existe una relación entre calidad de servicio y el nivel de satisfacción del cliente mediante el análisis del coeficiente correlacional de Spearman, obteniéndose que la calidad de servicio influye de forma significativa y directa en la satisfacción del cliente de la empresa Gechisa cuyo $r=0.808$. Lo cual significa que al aumentar la calidad de servicio aumenta el nivel de satisfacción del cliente, demostrando que la calidad de servicio influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de estudio.

Hoy en día el modelo SERVQUAL es muy utilizado en los restaurantes a la hora de medir la satisfacción de sus clientes, según algunos estudios concluyen que los factores críticos la Calidad del producto, Calidad del servicio, Exactitud de entregas, tiempo de entrega y precio, en cuanto a factores que afectan la Calidad del Servicio se encontró que son Amabilidad, conocimiento de los productos, tiempos para solución y claridad de información, además expresan que mientras las empresas ofrezcan un mejor servicio los ingresos aumentará mejorando sus resultados económicos(Perez & Villalobos, 2016).

(Mora, 2011) En su investigación sobre “Calidad de Servicio y la Satisfacción del Consumidor” determina que la complejidad de factores que definen y relacionan la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor ha servido de base para el desarrollo de modelos multidimensionales que permiten evaluar esta relación. Este artículo muestra los fundamentos básicos de los conceptos de satisfacción e insatisfacción, para abordar posteriormente los dos principales modelos de medición de la calidad (del servicio). Así mismo se plantea una discusión crítica en torno a dichos modelos.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

La elaboración de esta investigación se desarrolló mediante la metodología de la revisión sistemática de la literatura, donde se analiza “la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios”.

Se realizó la búsqueda de artículos científicos con las palabras clave “calidad de servicio”, “satisfacción del usuario”, en español en las bases de datos Dialnet, Itson, Redalyc y Scielo.

La selección de los artículos consto de dos fases: una de exclusión y otra de depuración. En la primera de ellas, se eliminaron aquellos trabajos que no fueran empíricos y que no midieran, las palabras clave utilizadas para la búsqueda. Se eligieron los artículos, los cuales sirvieron de base para la investigación. De los cuales, se extrajeron las características metodológicas de las investigaciones y se concentraron en una matriz para analizar sus semejanzas y diferencias, las cuales sirvieron para la elaboración de que se da cuenta adelante. En segundo lugar, se depuro toda aquella información que no tuviese un enfoque y que no cuente con un contexto que permita adecuarlo con la realidad del país, pues de no ser así, no se podría realizar una comparativa y correcta adecuación al entorno al cual se quiere direccionar.

El proceso de codificación de los artículos seleccionados se realizó obteniendo información respecto a las características de los artículos y publicaciones (país de procedencia, año de la publicación, metodología y revistas de publicación).

CAPÍTULO III.RESULTADOS

En el presente trabajo, se ha estudiado 15 artículos, de los cuales se ha obtenido los siguientes resultados:

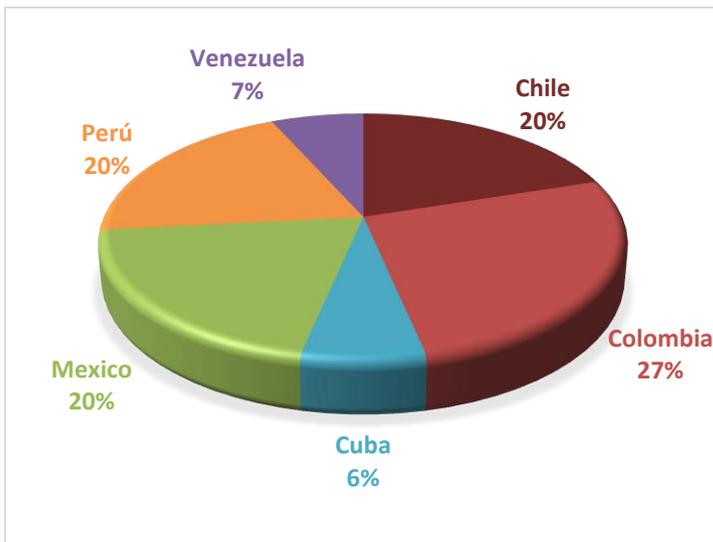
Tabla I

Procedencia

Etiquetas de Fila	Cuenta de N°	%
Chile	3	20%
Colombia	4	27%
Cuba	1	7%
Mexico	3	20%
Perú	3	20%
Venezuela	1	7%
Total General	15	100%

Figura I

Procedencia



De los 15 artículos, se ha obtenido que el 27% pertenecen a Colombia y el 6 % a Cuba.

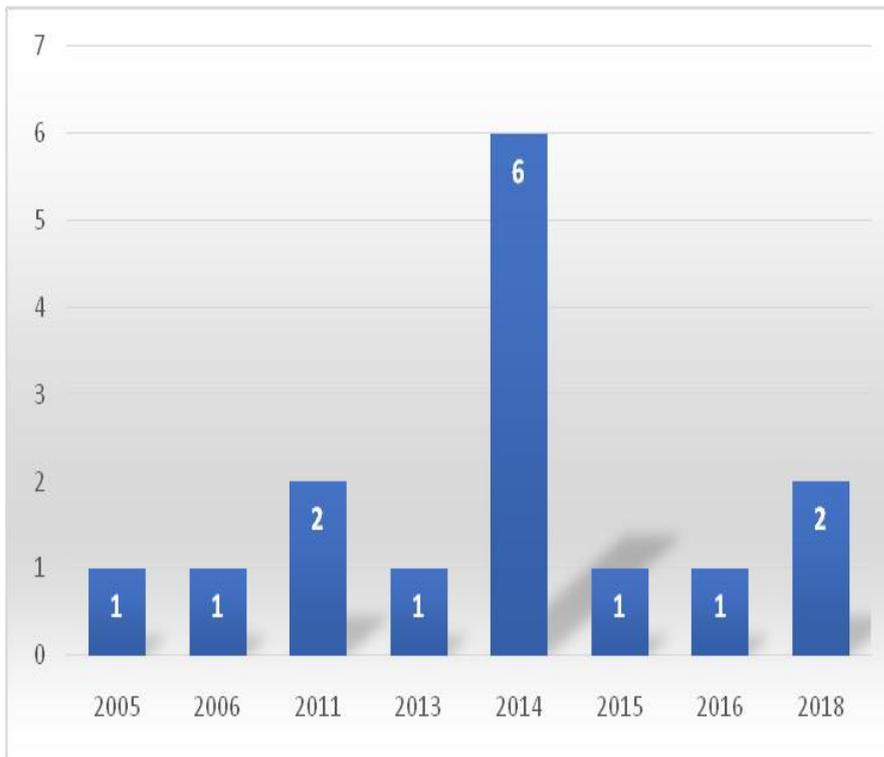
Tabla II

Años

Etiqueta de Fila	Cuenta de Fecha
2005	1
2006	1
2011	2
2013	1
2014	6
2015	1
2016	1
2018	2
Total General	15

Figura II

Años



De los 15 artículos analizados se tienen: 06 artículos pertenecen al año 2014.

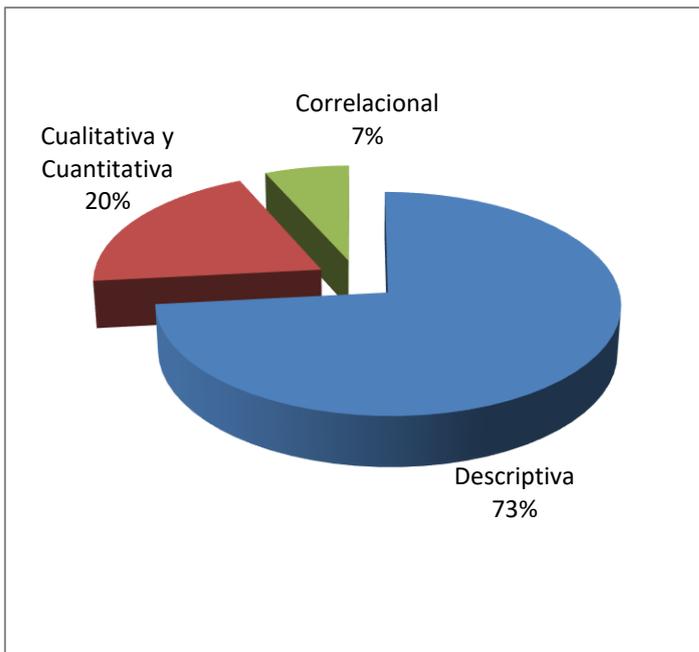
Tabla III

Metodología

Etiquetas de Fila	Cuenta de Resultados	%
Descriptiva	11	73%
Cualitativa y Cuantitativa	3	20%
Correlacional	1	7%
Total General	15	100%

Figura III

Metodología



De los 15 artículos analizados y bases de datos se observó que predomina la metodología descriptiva con un 73%, seguida de la metodología cuantitativa y cualitativa con un 20% y la correlacional con 7%.

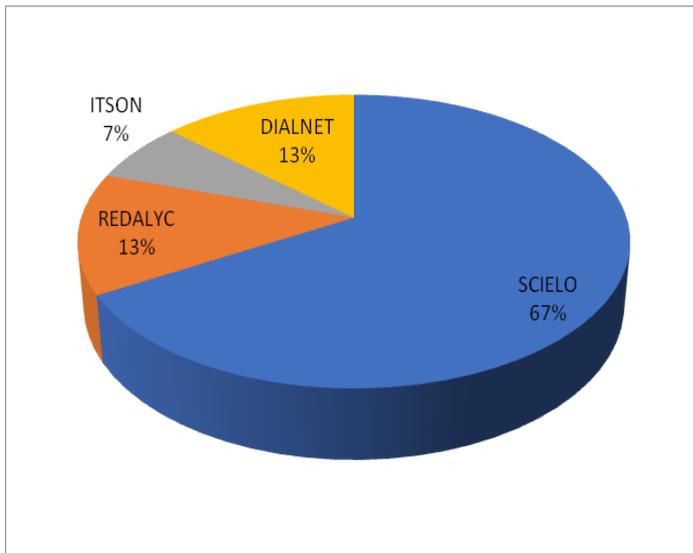
Tabla IV

Revistas de Publicación

Etiquetas de Fila	Cuenta de Resultados	%
SCIELO	10	67%
REDALYC	2	13%
ITSON	1	7%
DIALNET	2	13%
Total General	15	100%

Figura IV

Revistas de Publicación



De los 15 artículos seleccionados, la revista SICILO ocupa el primer lugar con un 67%, en segundo lugar la revista REDALYC y DIALNET con el 13%, en tercer lugar la revista ITSON con el 7%.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

La búsqueda de los artículos se realizó en una delimitación de tiempo de 14 años, por lo que se recopiló publicaciones entre 2005-2018, encontrándose 15 artículos con los que se pudo realizar la revisión sistemática, los cuales fueron tomados de autores de: Venezuela, Cuba, Chile, Colombia, México y Perú.

Como resultado del desarrollo de esta investigación se tiene un número significativo de estudios que definen la calidad del servicio como la forma que los usuarios o clientes esperan obtener cuando contratan o reciben un servicio.

Este proceso de revisión tiene como objetivo identificar si dichas publicaciones cumplen con la información detallada respecto al diseño de investigación, instrumentos de medición, procedimiento de recolección de datos y análisis. De esta manera los resultados son presentados considerando los criterios bajo los cuales la investigación se desarrolla y que servirán para entender mejor la forma que será realizada.

Los resultados reflejan que muchas dimensiones de la calidad de servicio son tomadas por los autores en el período de análisis, considerando en algunos casos dimensiones diferentes que tienen que ver con el desarrollo de la investigación en particular; así también permite identificar una pequeña muestra de artículos publicados en revistas que están asociadas con base de datos Dialnet, Ison, Redalyc, Scielo, entre otras

en las que se han encontrado publicaciones relacionadas a la calidad de servicio y satisfacción del usuario.

Conclusiones

Se puede afirmar que, de los 15 artículos analizados, en el año 2014 se encontraron mayor número de investigaciones relacionadas con la calidad de servicios y la satisfacción del usuario.

Del proceso de recopilación de información la mayoría pertenecen al país de Colombia.

Se ha identificado que, los estudios que hacen referencia a la calidad de atención y satisfacción del usuario, utilizan la metodología descriptiva.

La fuente de investigación que ha dado más espacio para informar sobre el tema a investigar ha sido la revista Scielo.

REFERENCIAS

1. Hermoza, L. (2015). *Repositorio Institucional Digital UNP - Universidad Nacional de Piura*. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/279/ADM-HER-MUN-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. Melara, M. (2017). *Blog de marketing de servicios, diseño de servicios, modelos de negocios y fidelización de clientes*. Obtenido de <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>
3. Mora, C. (2011). *Revista Brasileira de Marketing*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
4. Perez, E., & Villalobos, A. (2016). *Relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente en la Empresa Chifa Polleria Mi triunfo Chiclayo*. Obtenido de Revista Científica Horizonte Empresarial: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/379>
5. Sainz, R. (2015). *Atención al Cliente y Validación Funcional*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5822200>

ANEXOS

Nº Art.	Procedencia	Código Generado	Página	Fuente	Autor / es	Fecha	Metodología	Resultados
1	Perú	ISSN: 1025-5583	Vol. 66, núm. 2	SCIELO: Anales de la Facultad de Medicina	Seclén- Palacín J.; Darras C.	2005	Descriptivo	Objetivos: Determinar el nivel de satisfacción del usuario (SU) en centros de salud (CS) y hospitales del MINSA; analizar la relación entre SU y nivel socioeconómico (NSE); e identificar los factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados. Materiales y Métodos: Análisis secundario de los datos de Encuesta Nacional de Niveles de Vida (ENNIV) 2000. Fueron entrevistados 376 y 327 usuarios de los CS y hospitales, respectivamente. Las variables de estudio fueron SU, niveles socioeconómico y características sociodemográficas y accesibilidad para la atención. Se aplicó estadística descriptiva y multivariada. Resultados: Los usuarios de los establecimientos muestran características diferenciadas. La SU fue 68,1% y 62,1% para los CS y hospitales, respectivamente. Los usuarios de menor NSE presentaron mayor satisfacción. La edad, educación, distancia al establecimiento y el tiempo de espera presentan asociaciones con la SU. Conclusiones: Existen factores sociodemográficos, económicos y de accesibilidad para la atención, que muestran relación con la satisfacción del usuario; tales factores se comportan de manera particular según el tipo de establecimiento de salud (centro de salud, hospital), debido fundamentalmente a que la población usuaria es distinta. Esto último relativiza la comparación del nivel de satisfacción y de sus factores asociados entre tales establecimientos.
2	Chile	ISSN: 1695-6141	Vol. 13, núm. 36	SCIELO: Enfermería Global	Gallardo A.; Reynaldos K.	2014	Cualitativa y Cuantitativa	Uno de los aspectos relevantes y que en muchos casos determina la competitividad y permanencia en el mercado de las instituciones es la calidad de servicio. Frente a esto surge la necesidad de conocer cómo el usuario percibe y forma expectativas. Dentro de las empresas que aspiran a la calidad en su atención se encuentran las instituciones de salud siendo relevante identificar aspectos que influyen en la calidad de servicio. Objetivo: Analizar los estudios realizados en el área de salud con enfoque en percepción y expectativas de servicio. Diseño y método: Para esta revisión se realizó una búsqueda a través de las bases de datos: PubMed, Trip Database, Cochrane, además de Google Scholar y SciELO, con el propósito de analizar estudios relacionados con calidad de servicio. Los límites comprendieron: textos completos, idioma español y/o inglés, de los últimos 10 años y acceso gratuito. Se seleccionaron 17 artículos para la revisión. Resultados: Todos los artículos comprenden la evaluación de la percepción y la calidad de servicio. De ellos 15 hacen referencia a servicios de salud. Conclusiones: La calidad de servicio es percibida de diferentes maneras. Existen múltiples factores que determinan la percepción de calidad de servicio uno de ellos es el estado de salud de los usuarios.
3	Perú	ISSN: 1560-9146	Vol. 19, núm. 2	REDALYC: Industrial Data Revista de Investigación	Salazar W., Cabrera-Vallejo, M.	2016	Descriptiva	El propósito de este artículo es determinar la calidad de servicio en los procesos de matrícula en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. Esta investigación (descriptiva transversal) es el resultado de un trabajo de campo, en donde se realizó un análisis de la información recolectada, a través de encuestas aplicadas a los estudiantes, mediante el modelo SERVQUAL, posteriormente, se comparan dichos aspectos encontrados y se determina la brecha existente entre percepciones y expectativas, determinando así la calidad de servicio. Los resultados muestran que la calidad de servicio es regular de acuerdo a la actitud de los clientes.

**“CALIDAD DE SERVICIO CON LA SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS A PARTIR DE LA REVISIÓN SISTEMÁTICA
DE 15 ARTÍCULOS ENTRE LOS AÑOS 2005-2018”**

4	Mexico	ISSN: 1870-5839	Num. 82	ITSON: El Buzón de Pacioli / Instituto Tecnológico de Sonora	López, M.	2013	Descriptiva	La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.
5	Venezuela	ISSN: 1690-7515	Vol. 11, Núm. 2	DIALNET: Revista Venezolana de Información de tecnología y Conocimiento	Universidad de Zulia	2014	Descriptiva	En respuesta de la importancia que se le otorga a la Educación a Distancia como modalidad dentro del Sistema de Educación universitaria, se desarrolla la presente investigación, donde se considera desde una visión integral la opinión de los usuarios de esta modalidad educativa. Para tal efecto, se analiza la satisfacción de los usuarios de la Educación a Distancia, específicamente en la Universidad Nacional Abierta (UNA), Universidad del Zulia (LUZ), y Universidad Cecilio Acosta (UNICA). En este sentido, se fundamenta en una investigación descriptiva con diseño transeccional, no experimental y de campo. La población estuvo conformada por los usuarios del programa de Educación a Distancia de las tres Universidades mencionadas. Se realizó un muestreo no probabilístico incidental, obteniéndose una muestra total de 270 usuarios que para el momento de la investigación se encontraban activos en el programa. Los resultados demuestran una opinión favorable de los usuarios de la Educación a Distancia, ubicándose en un estándar medio. Se recomienda realizar esfuerzos para potenciar las fortalezas de esta modalidad educativa y minimizar las debilidades presentadas de acuerdo a la opinión de los entrevistados.
6	Colombia	ISSN: 1607-4041	Vol. 13, núm 01	SCIELO: Revista Electrónica de Investigación Educativa	Vergara, J; Quesada, V.	2011	Descriptivo	Los modelos de ecuaciones estructurales se han utilizado ampliamente para el análisis de la calidad del servicio en diversas entidades, demostrando su adaptabilidad y eficacia a la hora de determinar las variables que afectan la satisfacción del cliente. Este artículo propone el uso de un modelo de ecuaciones estructurales para determinar la calidad en el servicio ofrecido por las distintas unidades académicas pertenecientes a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, combinando el modelo de Oh (1999), con el instrumento original de Parasuraman, Valarie, Zeithalm y Berry planteado en 1985. El resultado es un diagnóstico general de las variables que mayor influencia ejercen sobre la satisfacción del estudiante y la motivación a recomendar a su institución a otras personas.

**“CALIDAD DE SERVICIO CON LA SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS A PARTIR DE LA REVISIÓN SISTEMÁTICA
DE 15 ARTÍCULOS ENTRE LOS AÑOS 2005-2018”**

7	Chile	ISSN: 353-372	Vol. 13, Núm.4	SCIELO: Revista Electrónica de Enfermería	Gallardo, A; Reynaldos, K.	2014	Cuantitativa	<p>Uno de los aspectos relevantes y que en muchos casos determina la competitividad y permanencia en el mercado de las instituciones es la calidad de servicio. Frente a esto surge la necesidad de conocer cómo el usuario percibe y forma expectativas. Dentro de las empresas que aspiran a la calidad en su atención se encuentran las instituciones de salud siendo relevante identificar aspectos que influyen en la calidad de servicio.</p> <p>Objetivo: Analizar los estudios realizados en el área de salud con enfoque en percepción y expectativas de servicio.</p> <p>Diseño y método: Para esta revisión se realizó una búsqueda a través de las bases de datos: PubMed, Trip Database, Cochrane, además de Google Scholar y SciELO, con el propósito de analizar estudios relacionados con calidad de servicio. Los límites comprendieron: textos completos, idioma español y/o inglés, de los últimos 10 años y acceso gratuito. Se seleccionaron 17 artículos para la revisión.</p> <p>Resultados: Todos los artículos comprenden la evaluación de la percepción y la calidad de servicio. De ellos 15 hacen referencia a servicios de salud.</p> <p>Conclusiones: La calidad de servicio es percibida de diferentes maneras. Existen múltiples factores que determinan la percepción de calidad de servicio uno de ellos es el estado de salud de los usuarios.</p>
8	Chile	ISSN: 718-3305	Vol. 19 Núm. 3	SCIELO: Revista chilena de ingeniería	Vergara, J.; Quesada, V.; Blanco, I.	2011	Descriptiva	<p>Los modelos de ecuaciones estructurales se han utilizado ampliamente para el análisis de la calidad del servicio en diversas entidades, demostrando su adaptabilidad y eficacia a la hora de determinar las variables que afectan la satisfacción del cliente. Este artículo propone el uso de un modelo de ecuaciones estructurales para determinar la calidad en el servicio ofrecido por dos hoteles de la ciudad de Cartagena de Indias clasificados en la categoría de cinco estrellas, combinando el modelo de Haemooon Oh (1999) con el instrumento original de Parasuraman, Zeithalm y Berry planteado en 1985. El resultado es un diagnóstico general de las variables que mayor influencia ejercen sobre la satisfacción de los clientes y la motivación a recomendar los servicios a otras personas.</p>
9	Colombia	ISSN: 120-4645	Vol. 30, núm. 52	REDALYC: Revista Cuadernos de Administración Universidad del Valle	Rublo, G.	2014	Descriptiva	<p>La globalización está afectando a todas las economías y a sus organizaciones que buscan maximizar sus ganancias a través de la satisfacción del cliente. Dentro de este contexto los grandes supermercados han tenido un significativo crecimiento, por lo tanto es importante conocer la calidad del servicio que los clientes están biendo de estas tiendas. En la actualidad las medidas de calidad de servicio en estos almacenes en el mercado mundial son escasas. Este artículo presenta los resultados de la medición de la calidad del servicio que los clientes reciben de los grandes supermercados de Ibagué, mediante el empleo de la escala multi-ítem SERVQUAL (calidad del servicio por sus siglas en inglés), que es una herramienta aplicada a la calidad del servicio, que se compone de 5 dimensiones en 22 ítems y evalúa características relacionadas con los aspectos tangibles, la confiabilidad, la responsabilidad, la garantía, la seguridad y la empatía. La población estudiada son los clientes que visitan estos supermercados con un enfoque mixto de investigación (cualitativa y cuantitativa) y los resultados mostraron la insatisfacción de los consumidores con la amabilidad del personal, el servicio de atención al cliente, la agilidad en la atención, la atención al cliente, el comportamiento del personal de seguridad, impulsadoras, mercaderistas, cajeros, empacadores y supervisores.</p>

10	Mexico	ISSN:2007-0705	Vol. 7, Núm. 13	SCIELO: Scientific Electronic Library Online	Gonzales, E.; Garza, J.	2015	Correcional	<p>El presente estudio se enfoca en el uso del Índice de Promotores Netos desarrollado por Frederik Reichheld y la firma consultora Bain & Company, como herramienta para conocer la percepción de los clientes sobre el servicio que reciben de sus proveedores, esta herramienta es una alternativa al modelo SERVQUAL ampliamente usado desde hace varios años. Este índice consta solo de dos preguntas, lo que lo hace una herramienta más sencilla de utilizar que otros modelos. Actualmente este modelo es utilizado por compañías globales como General Electric, Honeywell, American Express, Lenovo entre otras.</p> <p>La aplicación de esta herramienta se realiza en una empresa de manufactura del ramo aeroespacial en México que cuenta con clientes en diferentes partes del mundo. Este estudio se centra en la relación que guarda el Índice de Promotores Netos con la Satisfacción y la Lealtad de los clientes (método Vestas). También se investiga la influencia que puede existir entre algunos factores que componen el servicio tales como Respuesta, Tiempo de Entrega, Competitividad en Precio, Calidad y Confiabilidad con dicho Índice.</p> <p>Cabe mencionar que en otros estudios publicados en revistas como el Harvard Business Review se ha comprobado la correlación existente entre el crecimiento en la rentabilidad con el incremento en el Índice de Promoción, por tal motivo la relevancia de este estudio.</p> <p>En esta investigación se plantean una serie de hipótesis para comprobar la relación existente entre estos factores con el Índice de Promotores Netos. Para tratar de comprobar las hipótesis se utiliza la modelación de ecuaciones estructurales a través del software SmartPLS.</p> <p>Con base al análisis y a los resultados obtenidos en este estudio, se presentan las conclusiones y recomendaciones. Donde se concluye que existe una fuerte relación de determinados factores con el Índice de Promotores Netos, la Satisfacción y la Lealtad por lo que una estrategia basada en la mejora de dichos factores puede contribuir en una mejora en la percepción del cliente.</p>
11	Mexico	ISSN: 0186-1042	Vol. 63, Núm. 02	SCIELO: Contaduría y administración	Vera, J.; Trujillo, A.	2018	Descriptivo	<p>El objetivo de este trabajo es ofrecer una explicación de los factores que tienen impacto en la percepción de satisfacción del derechohabiente del sistema público de salud. Mediante un estudio exploratorio y analizando el proceso de atención que recibe un derechohabiente en una clínica de primer nivel, se detectaron 32 atributos de calidad en el servicio. Se diseñó un cuestionario estructurado para medir la percepción sobre el cumplimiento de estos atributos, así como indicadores de satisfacción. Se integró una muestra de 600 derechohabientes dividida de forma equitativa entre tres instituciones: Secretaría de Salud, Instituto Mexicano del Seguro Social e Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado. Los atributos se integraron en siete dimensiones de calidad del servicio mediante un análisis factorial confirmatorio. Para analizar el impacto de estas dimensiones en la satisfacción se llevaron a cabo tanto seis modelos de regresión como dos modelos estructurales. Estos análisis arrojaron que la calidad del servicio proporcionado por los médicos, así como la calidad del servicio de la entrega de medicamentos, tienden a ser los factores de mayor impacto en la satisfacción del derechohabiente. Calidad del servicio del personal de análisis clínicos y la calidad de las instalaciones también tuvieron impactos significativos. Sin embargo, factores como calidad del servicio de los enfermeros(as), calidad del servicio del personal de farmacia, y calidad en la recepción (turnos), no tuvieron un impacto estadísticamente significativo.</p>
12	Colombia	ISSN: 0121-4381	Vol. 13, núm. 02	DIALNET: Suma Psicológica	Botero, M.; Peña, P.	2006	Descriptiva	<p>En este artículo se presentan los resultados encontrados en un estudio enmarcado en el campo de la psicología organizacional, realizado con una empresa de servicio público domiciliario de telefonía fija de la ciudad de Barranquilla/Colombia, en el cual se buscaba evaluar la calidad en el servicio que se brinda en los centros de atención a usuarios a través de la herramienta del Cliente Incógnito, ésta última permite observar y evaluar cada detalle sobre la atención que prestan los empleados de una organización a sus clientes. Enre los resultados se encontró que la percepción de la calidad en el servicio debe estar respaldada por una estructura y gestión organizacional, de tal forma que se cree una filosofía de servicio que busque superar las expectativas de los clientes. La percepción de un buen servicio está ligada a elementos tangibles, al cumplimiento de promesa, la actitud de servicio, la competencia de personal y la empatía.</p>

**“CALIDAD DE SERVICIO CON LA SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS A PARTIR DE LA REVISIÓN SISTEMÁTICA
DE 15 ARTÍCULOS ENTRE LOS AÑOS 2005-2018”**

13	Colombia	ISSN: 0120-4645	Vol. 30, núm. 52	SCIELO: Cuadernos de Administración	Rubio, G.	2014	Cualitativa y Cuantitativa	La globalización está afectando a todas las economías y a sus organizaciones que buscan maximizar sus ganancias a través de la satisfacción del cliente. Dentro de este contexto los grandes supermercados han tenido un significativo crecimiento, por lo tanto es importante conocer la calidad del servicio que los clientes están recibiendo de estas tiendas. En la actualidad las medidas de calidad de servicio en estos almacenes en el mercado mundial son escasas. Este artículo presenta los resultados de la medición de la calidad del servicio que los clientes reciben de los grandes supermercados de Ibagué, mediante el empleo de la escala multi-ítem SERVQUAL (calidad del servicio por sus siglas en inglés), que es una herramienta aplicada a la calidad del servicio, que se compone de 5 dimensiones en 22 ítems y evalúa características relacionadas con los aspectos tangibles, la confiabilidad, la responsabilidad, la garantía, la seguridad y la empatía. La población estudiada son los clientes que visitan estos supermercados con un enfoque mixto de investigación (cualitativa y cuantitativa) y los resultados mostraron la insatisfacción de los consumidores con la amabilidad del personal, el servicio de atención al cliente, la agilidad en la atención, la atención al cliente, el comportamiento del personal de seguridad, impulsadoras, mercaderistas, cajeros, empacadores y supervisores.
14	Cuba	ISSN: 1684-1824	Vol. 40 núm. 4	SCIELO: Revista Médica Electrónica	Suarez, L.; Rodríguez, S.; Martínez, J.	2018	Descriptivo	Introducción: la evaluación de la satisfacción es de mucha importancia dentro del marco de la medición de la calidad en salud. Si se quiere ofrecer servicios de mayor calidad y crear instituciones de excelencia, entonces, la evaluación de la satisfacción en los usuarios, familiares y proveedores se convierte en una tarea permanente y dinámica. Objetivo: identificar el grado de satisfacción de usuarios con la atención en los consultorios médicos de Colón en el periodo 2015-2016. Materiales y métodos: se realizó un estudio de tipo descriptivo de corte transversal que se incluye en el campo de las investigaciones en sistemas y servicios de salud, la muestra la conformaron 480 usuarios pertenecientes a 32 consultorios médicos. Las dimensiones seleccionadas fueron: condiciones de locales de atención, tiempo de espera, disponibilidad de materiales, medicamentos e instrumentales, calidad de la atención. Resultados: la dimensión condiciones de los locales el 93,1 % de los usuarios reportaron que la limpieza de los consultorios fue buena, el tiempo de espera relacionado con los procedimientos de enfermería alcanzó el 79.1%, con respecto a la disponibilidad de materiales, medicamentos e instrumentales la variable de puntuación más baja la alcanzó la presencia de instrumentales con el 54,1% y el 81,6 % se encontraron satisfechos con la atención médica recibida. Conclusiones: los usuarios atendidos en los consultorios médicos se encuentran insatisfechos con la atención recibida. Las dimensiones estudiadas fueron evaluadas como no aceptables, solo la variable limpieza estuvo por encima del estándar establecido.
15	Perú	ISSN: 1609-7445	Vol. 16, núm 01	SCIELO: Revista de Investigación en Psicología	Loli, A., Del Carpio, J., Vergara, A., Cuba, E., Morales, S., Flores, M., Lamas, L.	2014	Descriptivo	La presente investigación exploratoria tiene como objetivo conocer la relación entre la satisfacción de los clientes y la calidad del servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana, y la forma cómo se relaciona con algunas variables demográficas, sociales y organizacionales en una muestra de 174 sujetos que acuden a las entidades antes señaladas como usuarios para la compra de bienes o servicios en general. El análisis de los resultados nos llevan a afirmar que la mayoría de los participantes de la muestra tienen una opinión favorable respecto a la calidad del servicio. Así mismo, la mayoría de los sujetos muestran satisfacción respecto de la calidad del servicio. Por otro lado, la correlación entre la satisfacción de los clientes y la calidad del servicio arroja una asociación significativa y positiva. Sobre las variables demográficas, sociales y organizacionales y su relación con la satisfacción y la calidad del servicio, existe diferencia significativa aunque moderada, en el primer caso, con el género, y en el segundo caso, con ninguna de dichas variables; es decir, la intervención de dichas variables no permiten inferir diferencias de percepción de los usuarios sobre su satisfacción y calidad de bienes y servicios que ofrecen las organizaciones, excepto el género