

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad el análisis de los factores que inciden en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios de los servicios de salud que ofrece las unidades de primer nivel del Ministerio de Salud Pública en el Distrito Metropolitano de Quito, correspondientes a la Zona 9. Para la realización del estudio se recopiló información bibliográfica para la fundamentación teórica del estudio, en temas referentes a los sistemas de salud y al comportamiento del consumidor. La metodología de investigación se realizó mediante cuatro fases, un análisis cualitativo, una fase metodológica, trabajo de campo y análisis univariado y bivariado. Se trabajó con una muestra poblacional de 280 usuarios de los establecimientos de salud de primer nivel, y se manejaron encuestas para el levantamiento de datos. El análisis se realizó mediante la confrontación de los resultados con datos estadísticos y documentales proporcionados por el Ministerio de Salud Pública y la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, esta última encargada del call center para el servicio de agenda de citas. También se realizó la comprobación de hipótesis y correlación de datos mediante tablas de contingencia, análisis ANOVA y correlación. Se pudo identificar que los usuarios que utilizan los servicios del MSP han calificado a este servicio de manera general como “regular”, ante lo cual se proponen diversas estrategias de marketing para la mejora de la satisfacción del usuario.

Palabras clave:

- SISTEMAS DE SALUD
- MARKETING
- SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR
- INSATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR
- GAP ANALYSIS

ABSTRACT

This project aims to analyze the factors affecting satisfaction and dissatisfaction of users of health services offered by the first-level units of the *Ministerio de Salud Pública* in the Metropolitan District of Quito, corresponding to Zone 9. For the study bibliographic information for the theoretical foundation of the study on issues relating to health systems and consumer behavior it was collected. The research methodology was carried out through four phases, a qualitative analysis, a methodological phase, fieldwork and univariate and bivariate analysis. Was used a population sample of 280 users of first level health units and surveys for the collection of data is handled. The analysis was performed by comparison of the results with statistical data and documentary provided by the *Ministerio de Salud Pública* and the *Corporación Nacional de Telecomunicaciones*, the latter in charge of the call center for service appointment calendar. Hypothesis testing and correlation of data was also performed using contingency tables, ANOVA and correlation analysis. It was possible to identify users who use the services of the MSP have qualified for this service generally as "regular", which is to propose various marketing strategies to improve user satisfaction.

Keywords:

- **SYSTEMS OF HEALTH**
- **MARKETING**
- **CONSUMER SATISFACTION**
- **CONSUMER DISSATISFACTION**
- **GAP ANALYSIS.**