



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

AUTOR: IVÁN GUSTAVO GUAMIALAMA ROSERO

**TEMA: ESTUDIO PARA DETERMINAR EL GRADO DE
SATISFACCIÓN ACTUAL DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO
DE CONSULTA EXTERNA DEL HOSPITAL CANTONAL
SANGOLQUI**

DIRECTOR: DR. TELMO HINOJOSA

CODIRECTOR: ING. FRANCISCO MOSCOSO

SANGOLQUÍ, JUNIO 2014

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS “ESPE”

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO

DR. TELMO HINOJOSA (DIRECTOR)

ING. FRANCISCO MOSCOSO (CODIRECTOR)

CERTIFICAN:

Que el trabajo titulado **“ESTUDIO PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN ACTUAL DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE CONSULTA EXTERNA DEL HOSPITAL CANTONAL SANGOLQUÍ”**, realizado por el Señor: **IVÁN GUSTAVO GUAMIALAMÁ ROSERO** ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional, **SI** recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de UN empastado y UN disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat. Autorizan al Señor: **IVÁN GUSTAVO GUAMIALAMÁ ROSERO** que lo entregue al Dr. Marco Soasti, en su calidad de Director de Carrera.

Sangolquí, Junio del 2014.

Dr. Telmo Hinojosa
DIRECTOR

Ing. Francisco Moscoso
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS “ESPE”

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, IVÁN GUSTAVO GUAMIALAMÁ ROSERO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **“ESTUDIO PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN ACTUAL DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE CONSULTA EXTERNA DEL HOSPITAL CANTONAL SANGOLQUI”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi investigación.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Junio del 2014.

IVÁN GUSTAVO GUAMIALAMÁ ROSERO

C. I. No.- 171649748-0

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS “ESPE”

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

YO, IVÁN GUSTAVO GUAMIALAMÁ ROSERO

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución el trabajo **“ESTUDIO PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN ACTUAL DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE CONSULTA EXTERNA DEL HOSPITAL CANTONAL SANGOLQUI”** cuyo contenido, ideas y criterios es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Junio del 2014.

IVÁN GUSTAVO GUAMIALAMÁ ROSERO

C. I. No.- 171649748-0

DEDICATORIA

Es un poco difícil realizar una dedicatoria, pues es mucha gente la que ha ayudado para que pueda llegar a este punto de mi trayectoria universitaria, sin embargo esta Tesis va en especial dedicación a Dios por el soporte espiritual y por la oportunidad de vivir.

A ti abuelita Bélgica Álvarez Noboa que desde el cielo siempre me diste tu bendición para escoger el mejor camino de mi vida y a pesar de que no estás conmigo en estos momentos inolvidables sé que tu alma si lo está. Gracias por fomentar valiosos consejos que ahora los he puesto en práctica. Yo te dedico con todo mi corazón mi tesis. Nunca te olvidaré.

A ellos muchas gracias.

Iván Gustavo Guamialamá Rosero

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este proyecto, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma son parte de su culminación.

A mis padres, Alfonso Guamialamá y Elsa Rosero, que siempre me han dado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica y sobre todo humanista y espiritual. De ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.

Para mi hermana, Camila, comprensión y por darme siempre fuerzas en los momentos difíciles de mi vida

A mi director y codirector de Tesis, Dr. Telmo Hinojosa y Ing. Francisco Moscoso por sus conocimientos, orientaciones, persistencia, paciencia y sus motivaciones que han sido fundamentales para mi formación, y a la vez sentirme en deuda con ellos por todo lo recibido durante el período de tiempo que ha durado esta Tesis.

Al Licenciado Luis Sarsoza Jefe del Estadística del hospital básico Sangolquí por su paciencia, buen trato y colaboración al momento de solicitar información sobre la entidad

Y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Iván Gustavo Guamialamá Rosero

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I: INTRODUCTORIO.....	1
HISTORIA DE LA ENTIDAD.....	2
MISIÓN	5
VISIÓN.....	5
SERVICIOS OFERTADOS POR EL HOSPITAL CANTONAL SANGOLQUÍ.....	6
ANTECEDENTES DEL PLOBLEMA	8
DETERMINACIÓN DE PROBLEMA	10
JUSTIFICACIÓN	13
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	15
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	15
¿QUÉ ES EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR?.....	15
¿POR QUÉ ESTUDIAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR?.....	15
ENTORNO DEL MARKETING.....	16
CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	18
PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR.....	22
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	25
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	25
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	26
INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA:.....	26
INVESTIGACIÓN CONCLUSIVA.....	26
MUESTREO	27
CONCEPTOS ADICIONALES.....	28
CALIDAD DE ATENCIÓN MÉDICA	28
CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD	29
REVISIÓN DE PROCESOS.....	29

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	30
CONSULTA EXTERNA.....	30
MODELO SERVQUAL DE CALIDAD DE SERVICIO	31
CAPÍTULO III: MARCO EMPÍRICO	42
OBJETIVOS	42
OBJETIVO GENERAL.....	42
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	42
HIPÓTESIS.....	42
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	43
CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS MUESTRALES	43
UNIDADES MUESTRALES	43
TAMAÑO DE LA MUESTRA	43
ESTRATEGIA DE MUESTREO	44
MANUAL DEL ENCUESTADOR.....	45
INSTRUCTIVO DE ENCUESTA.....	45
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	48
INTRODUCCIÓN	48
RESULTADOS.....	49
ANÁLISIS BIVARIANTE.....	94
RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN.....	150
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	154
CONCLUSIONES:	154
RECOMENDACIONES:.....	156
BIBLIOGRAFÍA	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Hospital Sangolquí 1977.....	3
Gráfico 2: Población de Rumiñahui.....	4
Gráfico 3: Diagrama Causa efecto del Problema.....	12
Gráfico 4: Pirámide de Necesidades	14
Gráfico 5: Proceso de decisión del comprador	23
Gráfico 6: Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.....	32
Gráfico 7: Fecha.....	49
Gráfico 8: ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	50
Gráfico 9: Histograma: ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	51
Gráfico 10: ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	52
Gráfico 11: Histograma : ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	53
Gráfico 12: ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?	54
Gráfico 13: Histograma: ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?	55
Gráfico 14: ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?.....	56
Gráfico 15: ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?.....	57
Gráfico 16: ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?.....	58
Gráfico 17: Histograma: ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?	59
Gráfico 18: ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?	60

Gráfico 19: Histograma: ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra interés sincero en resolverlo?	61
Gráfico 20: ¿ El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	62
Gráfico 21: Histograma: ¿ El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	63
Gráfico 22: ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?.....	64
Gráfico 23: Histograma: ¿ El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?.....	65
Gráfico 24: ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?.....	66
Gráfico 25: Histograma: ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?.....	67
Gráfico 26: ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y cómo serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?	68
Gráfico 27: Histograma: ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?.....	69
Gráfico 28: ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?.....	70
Gráfico 29: Histograma: ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?.....	71
Gráfico 30: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?	72
Gráfico 31: Histograma: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?	73

Gráfico 32: ¿ Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?.....	74
Gráfico 33: Histograma: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?.....	75
Gráfico 34: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?.....	76
Gráfico 35: Histograma: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?.....	77
Gráfico 36: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?.....	78
Gráfico 37: Histograma: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	79
Gráfico 38: ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?	80
Gráfico 39: Histograma: ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?.....	81
Gráfico 40: ¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?	82
Gráfico 41: Histograma: ¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder las preguntas de los pacientes?	83
Gráfico 42: ¿El médico nunca escatima tiempo para atenderle?	84
Gráfico 43: Histograma: ¿El médico nunca escatima tiempo para atenderle?.....	85
Gráfico 44: ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes	86
Gráfico 45: Histograma: ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes	87
Gráfico 46: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?.....	88

Gráfico 47: Histograma: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?	89
Gráfico 48: ¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?	90
Gráfico 49: Histograma: ¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?.....	91
Gráfico 50: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?.....	92
Gráfico 51: Histograma: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?.....	93
Gráfico 52: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	95
Gráfico 53: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? *¿Los materiales asociados con el servicio. Son comprensibles de fácil acceso?.....	97
Gráfico 54: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?	99
Gráfico 55: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de entrega de turnos?.....	101
Gráfico 56: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?.....	103
Gráfico 57:¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes	105

Gráfico 58:¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	107
Gráfico 59: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?	109
Gráfico 60:¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?	111
Gráfico 61:¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	113
Gráfico 62:¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?	115
Gráfico 63:¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	117
Gráfico 64:¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	119
Gráfico 65:¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	121
Gráfico 66: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?	123
Gráfico 67: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?	125

Gráfico 68: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?.....	127
Gráfico 69: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	129
Gráfico 70: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	131
Gráfico 71: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	133
Gráfico 72: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?	135
Gráfico 73: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?	137
Gráfico 74: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?.....	139
Gráfico 75: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	141
Gráfico 76: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?.....	143
Gráfico 77: ¿ El servicio recibido ha sido muy beneficioso ? * ¿ El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?.....	145
Gráfico 78: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? * ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?	147

Gráfico 79: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? * ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?..... 149

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Fecha.....	49
Tabla 2: ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	50
Tabla 3: ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	52
Tabla 4: ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?.....	54
Tabla 5: ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?.....	56
Tabla 6: ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?.....	58
Tabla 7: ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?	60
Tabla 8: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	62
Tabla 9: ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?.....	64
Tabla 10: ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?.....	66
Tabla 11: ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?	68
Tabla 12: ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?	70
Tabla 13: ¿ Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?	72
Tabla 14: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?	74
Tabla 15: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?.....	76

Tabla 16: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	78
Tabla 17: ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?	80
Tabla 18: ¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?	82
Tabla 19: ¿El médico nunca escatima tiempo para atenderle?	84
Tabla 20: ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes	86
Tabla 21: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?	88
Tabla 22: ¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?	90
Tabla 23: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?.....	92
Tabla 24: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	94
Tabla 25: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) Son comprensibles de fácil acceso?	96
Tabla 26: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?	98
Tabla 27: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?	100
Tabla 28: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán	

desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?.....	102
Tabla 29: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes	104
Tabla 30: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	106
Tabla 31: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?	108
Tabla 32: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?	110
Tabla 33: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	112
Tabla 34: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?.....	114
Tabla 35: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?.....	116
Tabla 36: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?.....	118
Tabla 37: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	120
Tabla 38: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?.....	122

Tabla 39: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?	124
Tabla 40: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?.....	126
Tabla 41: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	128
Tabla 42: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?	130
Tabla 43: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?	132
Tabla 44: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?	134
Tabla 45: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? *¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?	136
Tabla 46: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?	138
Tabla 47: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	140
Tabla 48: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?.....	142
Tabla 49: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?.....	144

Tabla 50: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? *	
¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?.....	146
Tabla 51: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? *	
¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?	148
Tabla 52: Servicio Administrativos	150
Tabla 53: Equipamiento	151
Tabla 54: Servicio Médico	152
Tabla 55: Infraestructura	153

RESUMEN

Ecuador en materia de salud desarrolla una política basada en el plan de desarrollo y del buen vivir, la misma que ha generado, un impacto importante en todos los estratos sociales gracias a políticas referentes a esta área. Sin embargo aún se generan dudas sobre los resultados de la fuerte inversión en materia de Salud hecha en los últimos años. El presente estudio conducirá a dar a conocer el nivel de satisfacción de los pacientes de consulta externa, para así mejorar la Calidad de atención del Hospital Básico Sangolquí, el desarrollo de la presente investigación se realizó basado en el Modelo Servqual mediante el cual el cliente valorará negativa o positivamente la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía. Es por esto que el desarrollo del mismo nos permitirá identificar los procesos que requieren un cambio en términos de la percepción de los clientes acerca del servicio. La evaluación de la Calidad de Atención en el Servicio de Consulta Externa proveerá notables beneficios como guía para llegar a alcanzar las metas planteadas para brindar una mejor atención hacia el paciente.

PALABRAS CLAVES

- **INVESTIGACIÓN DE MERCADO,**
- **HOSPITAL BÁSICO SANGOLQUÍ,**
- **MODELO SERVQUAL**
- **CALIDAD DE ATENCIÓN,**
- **ESTUDIO DE SATISFACCIÓN.**

SUMMARY

Ecuador in health developed a policy based on the development plan and the good life; it has generated a major impact on all strata of society through policies related to this area. But doubts about the results of strong investment in health made in recent years are still generated. This study will lead to disclose the level of satisfaction of outpatients, in order to improve the quality of care free Sangolquí's Hospital, the development of this research was conducted based on the SERVQUAL model whereby the client can assess negatively or positively the quality of a service where the perceptions are lower or higher than the expectations he had. That is why its development will allow us to identify processes that require a change in terms of customer perceptions about service. Assessing the Quality of Care in the Outpatient Service will provide significant benefits to guide them to achieve the goals set to provide better care to the patient.

KEY WORDS

- **MARKET RESEARCH**
- **SANGOLQUÍ'S BASIC HOSPITAL**
- **MODEL SERVQUAL**
- **QUALITY CARE**
- **SATISFACTION STUDY**

CAPÍTULO I

ESTUDIO PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN ACTUAL DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE CONSULTA EXTERNA DEL HOSPITAL CANTONAL SANGOLQUI

El proyecto de Ley Orgánica que se tramita en el seno de la Comisión Legislativa de Salud de la Asamblea Nacional ratifica que la atención en el sector público sea gratuita. Además, le dedica un capítulo especial a las enfermedades catastróficas.

El cuerpo legal de 440 artículos propone una coordinación en conjunto con los organismos especializados, tanto nacionales como internacionales, públicos y privados el estudio de las enfermedades raras o huérfanas y catastróficas con la finalidad de favorecer diagnósticos y tratamientos tempranos en favor de una mejor calidad y expectativa de vida.

En ese sentido, la autoridad sanitaria nacional (Ministerio de Salud Pública) será la encargada de hacer las gestiones para que casos de personas que padezcan de estos males sean investigados en el exterior para acceder a un tratamiento pertinente.

Además, el texto plantea que toda persona que acuda a recibir atención en un establecimiento de salud público o privado, de cualquier nivel, tiene derecho a ser recibido inmediatamente.

HISTORIA DE LA ENTIDAD

En la ciudad de Sangolquí, la Unidad de Salud se inició en un área dirigida por el Municipio del Cantón Rumiñahui, como personal contaba con una comadrona, quién prestaba atención de partos e inyecciones, posteriormente se incrementó un odontólogo, una obstetra y más tarde un conserje una lavandera y un médico.

En 1966 UNICEF construyó un local, y se fundó el Centro de Salud de Rumiñahui dependiente del Municipio, al menos en el mantenimiento con un personal reducido: un auxiliar de enfermería la señora Fabiola Rojas, un auxiliar de odontología la señora María Pérez, sin diplomas y un inspector sanitario, bajo la Dirección encargado del Dr. Aníbal Sosa.

En ese entonces lo dirigía como Ministro de Salud el Dr. Raúl Maldonado Mejía y como Director Provincial de salud el Dr. Gonzalo Avilés, entre el año de 1973 se realizó un acuerdo por el cuál el Centro de Salud de Rumiñahui paso a pertenecer al Ministerio de salud. El mismo que se encargaría del mantenimiento de lo Unidad de salud, además se incrementan los programas de salud que el Ministerio implementaba. Se añade al personal existente un médico, un enfermero profesional rural y una obstetra rural. El local de funcionamiento asignado estaba ubicado en las calles Luis Cordero y España, en una zona conocido como "El Aguacate" y estaba bajo la dirección del Dr. Aníbal Sánchez, poro posteriormente ser sustituido por el Dr. Alberto Santelli Sevilla como médico del Ministerio de Salud Público.

Tiempo después cuando se emite un Decreto Ejecutivo el cuál manifestó que todos las unidades de salud, pertenezcan al Ministerio de Salud, mediante gestiones del Dr. Santelli, el Municipio de Rumiñahui asigna un área de aproximadamente cuatro mil cincuenta metros cuadrados para la construcción del Centro de Salud Hospital en Sangolquí ubicado en las calles Luis Cordero y Quito, con un modelo tipo, de una compañía italiana que se encargó de construir los Centros de salud Hospital en todo el país, cuyo capacidad máximo fue de quince camas, es así como el 16 de septiembre de 1977 se inauguró el local y el equipamiento del Centro de Salud Hospital Sangolquí para dar una atención integral en las áreas de promoción, prevención, curación y rehabilitación.



Gráfico 1: Hospital Sangolquí 1977

Fuente: RRHH. Hospital Básico Sangolquí

El Área de Salud No 17 Distrito 11, está ubicada al Sur Este de la ciudad de Quito. Limita al Sur y al Oeste con el Cantón Mejía; al Sur y al Este con la ciudad de Quito y al Norte con el valle de Chillos perteneciente al cantón Quito.

Ocupa una extensión aproximada de 150 km², se le conoce con el nombre de Hospital básico “Sangolquí” debido a que su cabecera.

En la actualidad el Hospital Básico de Sangolquí se encarga de brindar el servicio de Salud a toda la población del cantón Rumiñahui, aproximadamente 85.852 personas en sus distintos servicios especializados como: Medicina Interna, Ginecología, Traumatología, Cirugía General, Psicología clínica, hospitalización y Emergencia



Gráfico 2: Población de Rumiñahui

Fuente: INEC

MISIÓN

El área de salud N° 17 Distrito 11 – Sangolquí, sustenta su gestión en una atención de salud integral, dirigida a la Población de Cantón Rumiñahui, iniciándose en el nuevo modelo de atención de salud individual, familiar, comunitaria e intercultural, tendientes a la gratuidad progresiva, con una participación y veeduría ciudadana.

VISIÓN

El área de salud N° 17 Distrito 11 – Sangolquí, será una institución moderna que garantizará condiciones saludables a la población del Cantón de Rumiñahui. Contará con talentos humanos calificados, eficientes, eficaces, honestos y motivados, aunando las diferentes fuerzas y sectores de la localidad con una rectoría del Ministerio de Salud Pública, para mejorar las condiciones de Vida y del entorno, trabajando en el nuevo modelo de Atención. Garantizando el derecho a la salud con accesibilidad universal, calidad, equidad y solidaridad.

SERVICIOS OFERTADOS POR EL HOSPITAL CANTONAL SANGOLQUÍ

ÁREA 17 DISTRITO 11

Según el Ministerio de Salud califica a los subcentros y centros de salud parroquiales en el nivel uno, donde se da servicios como medicina general, medicina preventiva, psicología, odontología entre otros.

El área 17-D11 corresponde al nivel dos, donde solo se dan servicios médicos de especialidad, tales como:

Medicina Interna

Médico que se dedica a la atención integral del adulto enfermo, sobre todo a los problemas clínicos, cubre la demanda de su especialidad, los turnos asignados son por el Call Center. Cuenta con dos médicos en esta área

Ginecología

Este médico revisa las enfermedades de la mujer, el embarazo y sus alteraciones. Se cuenta con 3 médicos que cubren este puesto.

Traumatología

Se encuentra un médico que revisa enfermedades traumáticas (accidentes) y alteraciones del aparato musculoesquelético. Cuenta con un médico en esta área

Pediatría

El Hospital cuenta con 2 especialistas que cubren esta área, la atención médica a los niños se ha implementado por la decisión y la aceptación de la Resolución según oficio 11000000-1427 CD. TR 9370.

Cirugía General

La cirugía general es la especialidad médica de clase quirúrgica que abarca las operaciones del aparato digestivo; incluyendo el tracto gastrointestinal y el sistema hepato-bilio-pancreático, el sistema endocrino; incluyendo las glándulas suprarrenales, tiroideas, paratiroides y otras glándulas incluidas en el aparato digestivo. Asimismo incluye la reparación de hernias y eventraciones de la pared abdominal. En esta área se encuentran dos doctores.

La Odontología

La odontología o estomatología es una rama de la Medicina que se encarga del diagnóstico, tratamiento y prevención de las enfermedades del aparato estomatognático, que incluye los dientes, el periodonto, la articulación temporomandibular y el sistema neuromuscular. Y todas las estructuras de la cavidad oral como la lengua, el paladar, la mucosa oral, las glándulas salivales y otras estructuras anatómicas implicadas como los labios, las amígdalas, y la orofaringe.

La Psicología Clínica

La Psicología Clínica es la rama de la ciencia psicológica que se encarga de la investigación de todos los factores, evaluación, diagnóstico, tratamiento y prevención que afecten a la salud mental y a la conducta adaptativa, en condiciones que puedan generar malestar subjetivo y sufrimiento al individuo humano.

Dermatología

La dermatología es la especialidad médica encargada del estudio de la estructura y función de la piel, así como de las enfermedades que le afectan, ofreciendo su prevención, diagnóstico y tratamiento. Cuenta con un médico en esta área

Hospitalización

Ingreso en un hospital de una persona enferma o herida para su examen, diagnóstico y tratamiento.

Emergencia

Esta especialidad se implementó al ver la demanda insatisfecha que existía de pacientes, ayudando a prevenir resultados fatales en salud de los pacientes del cantón Rumiñahui, la ambulancia trabaja conjuntamente si es necesario trasladar a una clínica u hospital. Los médicos especialistas rotan en esta área

ANTECEDENTES DEL PLOBLEMA

El sector de salud del Ecuador ha sufrido una crisis durante varias décadas, sostenida por una pobre asignación de recursos y unidades médicas ineficientes. Sin embargo los últimos años el Gobierno Ecuatoriano esta empañado en cambiar esa realidad.

Ecuador en materia de salud desarrolla una política basada en el plan de desarrollo y del buen vivir, la misma que ha generado, un impacto importante en todos los estratos sociales gracias a políticas referentes a esta área.

“El Gobierno ecuatoriano proyecta invertir este año un total de \$ 6.600 millones en el sector social, principalmente en el área de salud, dijo este viernes a la cadena de noticias EFE la ministra coordinadora de Desarrollo Social, Cecilia Vaca. La funcionaria destacó el incremento en la inversión en el sector social desde 2006, cuando recibió alrededor de \$ 1.900 millones, antes de que iniciara el Gobierno de Rafael Correa en 2007. La mayor parte de la inversión social de este año se destinará al área de salud, con mejoras en equipamiento, infraestructura, así como en promoción y prevención de enfermedades que tienen que ver con salud pública en general y programas de enfermedades catastróficas, entre otros.” (Diario el Universo)

A pesar de las ruedas de prensas he informes de los dirigentes de entidades de salud pública con respecto al aumento de su presupuesto en estos últimos años, aun se generan dudas sobre los resultados de la fuerte inversión en materia de Salud.

En este sentido, el Ministerio de Salud Pública, órgano rector de las políticas de salud enfocadas en implementar un modelo de gestión para mejorar los procesos de atención a los pacientes de los distintos Hospitales Públicos.

La falta de cobertura en la misión del Ministerio de Salud Pública promovió una época de ineficacia, baja productividad y profunda apatía en el sistema de salud. Esto ha ocasionado que la percepción de calidad del servicio por parte de los pacientes del Área de Salud No 15 sea afectada y deteriorada en gran medida.

“En los hospitales continúan los problemas por la falta de médicos especializados, medicinas y las molestias por las remodelaciones (aún inconclusas), atendiendo, de este modo, al 60% de la demanda.

Tanto en Quito, como en Guayaquil y Portoviejo, hay más de 4.200 cirugías retrasadas, sin embargo, los médicos continúan realizando sus jornadas laborales de cuatro horas diarias, cuando el reglamentado por el Gobierno es de ocho horas al día.” (Diario Expreso)

Es así que las entidades de salud pública carecen de una metodología apropiada para encaminar a dichas entidades hacia una excelente calidad de atención en el servicio de Consulta Externa.

Por ello, el presente estudio a realizar en el Hospital Básico Sangolquí buscará establecer parámetros e indicadores para un mejoramiento en la atención de consulta externa, para ello se propondrá utilizar herramientas del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry para conocer las necesidades y expectativas, que permitan mostrar los procesos deficientes que consideran importante los pacientes del Hospital.

DETERMINACIÓN DE PROBLEMA

Según entrevistas se pudo definir con claridad el problema:

Se realizó una entrevista al JEFE DE ESTADÍSTICA que con su personal, se encarga de la repartición de turnos y atender inquietudes de los pacientes mediante las ventanillas. Comentó que las quejas más comunes en ventanillas son por los largos tiempos de espera que tienen que permanecer en las salas para poder ser atendidos por los especialistas, expresó que sea ha reducido en gran parte el tiempo a diferencia de lo que era anteriormente el hospital, pero que muchas veces se dan estos problemas porque el médico especialista tienen cirugías o se les presenta una emergencia y el hospital no tiene personal de contingencia ya que en algunas especialidades solo existe un médico.

Otro gran problema que ha llegado a sus ventanillas es que la gente se queja debido a los reducidos números de turnos dados en ventanillas y no saben de la existencia del call center.

También se realizó tres entrevistas a pacientes del hospital donde señalaron que las salas de espera no son agradables ya que sus pasillos son muy estrechos y con el paso de gente genera mucha aglomeración, también señalaron que el personal en ventanilla e información no se esfuerza por conocer sus requerimientos dicen que son incluso hasta un poco groseros en su trato al momento que los pacientes piden ayuda, en su mayoría dicen no tener conocimiento de la existencia del call center y la persona que si sabía del call center dice que es muy difícil comunicarse con este departamento. Se quejaron de que en farmacia no existen todos lo indispensable a la venta como envases para los diferentes exámenes de laboratorio. En lo que todos concordaron fue que existen impuntualidad al momento de la atención médica.

Recurso Humano

Esta área es vulnerable, debido a que existe mano de obra que muchas veces esta tan ocupada que no puede ayudarle con información al paciente o también que el paciente debe esperar una fila solo para preguntar por información es decir que falta más ventanillas de información ya que el personal no abastece con rapidez a todos los pacientes que buscan información. Los pacientes se quejan de empleados

específicamente empleados que se encuentran en ventanillas son poco amables ocasionando dificultades en el servicio al paciente.

Métodos

Debido a que el personal realiza diferentes actividades como reparto de turnos e información, sin la existencia de procesos adecuados se da la demora en la entrega de información, saturación de turnos en varias especialidades. Es por ello que los pacientes se quejan de no tener suficientes turnos diarios.

Material

Otro problema latente y que afecta a la producción de los médicos, enfermería y laboratorio es la falta de instrumental, medicamentos e insumos médicos a tiempo en farmacia como envases para los diferentes exámenes fisiológicos, el efecto latente es la mala atención al paciente por no contar con lo necesario para su atención.

Servicio

Los médicos no cumplen con el horario establecido o salen debido a alguna emergencia que se manifiesta. En su mayoría los pacientes desconocen la existencia del Call center en la atención, señalan que hay falta de información en ventanillas, impuntualidad de turnos y tiempos largos de espera

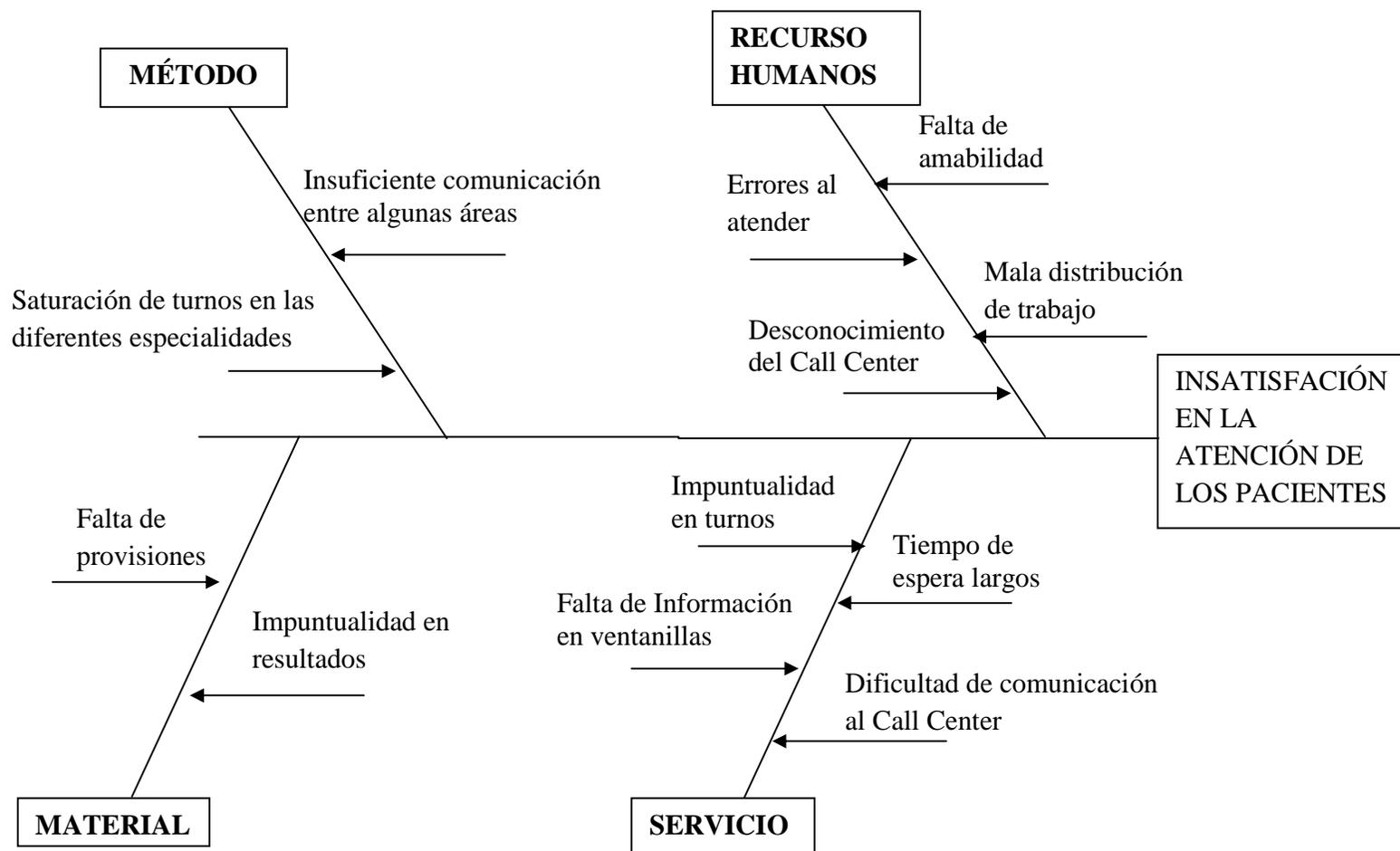


Gráfico 3: Diagrama Causa efecto del Problema

JUSTIFICACIÓN

El presente estudio conducirá a dar a conocer el nivel de satisfacción de los pacientes de consulta externa que es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los pacientes y por ende, en el mercado meta del cantón, para así mejorar la Calidad de atención del Hospital Cantonal Sangolquí, un cambio de mentalidad y de cultura de calidad; se necesita, una cierta dosis de valor por parte de los directivos, valor para romper esquemas antiguos y revolucionar su institución todo esto sumado a otros aspectos importantes que son necesarios para lograr el cambio de estructura que requiere la institución.

El desarrollo de la presente investigación tiene como finalidad, diagnosticar el estado actual del servicio de Consulta Externa y establecer estándares de calidad, que permita mejorar la atención al cliente externo (paciente) cumpliendo con los objetivos del plan del buen vivir.

Dicho estudio tratará de solucionar problemas percibidos como:

- Tiempo de espera largos
- Falta de Información en ventanillas
- Saturación de pacientes en las diferentes especialidades
- Insuficiente comunicación entre algunas áreas

Es por esto que el desarrollo del mismo nos permitirá identificar los procesos que requieren un cambio en términos de la percepción de los clientes acerca de calidad del servicio de consulta externa ofrecido por el Hospital Básico Sangolquí.

La evaluación de la Calidad de Atención en el Servicio de Consulta Externa proveerá notables beneficios como guía para llegar a alcanzar las metas planteadas en el Plan Nacional del Buen Vivir.

Conjuntamente se tratará de satisfacer las *necesidades* de los usuarios según Richard L. Sandhusen que son estados de carencia física o mental. Dicho en otras palabras, las *necesidades* son aquellas situaciones en las que el ser humano siente la falta o privación de algo.



Gráfico 4: Pirámide de Necesidades

Fuente: Del libro Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de Stanton, Etzel y Walker.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

1.1 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1.1.1 ¿Qué es el comportamiento del consumidor?

Se define al “Comportamiento del Consumidor” como las actividades que desarrolla la persona al obtener, consumir y disponer de bienes y servicios. En sí se habla de todo el proceso que realiza el consumidor y el rol que desempeña, donde:

Obtener.- Son los procesos previos a la compra, incluyendo la compra como: la búsqueda de información, reservación de turnos, horarios de atención, referencias sobre especialistas.

Consumir.- Se define al ¿quién?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿cuándo? y ¿bajo qué condiciones? las personas usan el producto o servicio; acudirán al hospital al sentir un síntoma irregular en su organismo. (Blackwell, Miniard y Engel, 2002)

1.1.2 ¿Por qué estudiar el comportamiento del consumidor?

Se explican que se estudia el comportamiento del consumidor por varias razones. La lista es ilimitada pero hay que considerar varias preguntas dependiendo de áreas involucradas. Por ejemplo: ¿Por qué escogerá determinada producto/servicio? ¿Por qué compró tales productos/servicio?

En sí las razones más importantes que ayudaran en mi investigación son:

1.1.2.1 Importancia en la vida diaria

La razón por la cual se debe estudiar el comportamiento del consumidor es la función central que desempeña en nuestra vida. Gran parte del tiempo se pasa en el mercado, comprando o realizando otras actividades afines. También se dedica mucho tiempo a pensar en los productos y servicios, a hablar con los amigos acerca de ellos y a ver o escuchar anuncios relacionados con ellos. Así los consumidores crean una imagen sobre la institución. (Blackwell, Miniard y Engel, 2002)

1.1.2.2 Aplicaciones a la toma de decisiones

Con frecuencia se estudia a los consumidores porque su comportamiento o acciones previstas influyen de manera importante en ciertas decisiones. Por tal razón, se dice que el comportamiento del consumidor es una disciplina aplicada.

Tales aplicaciones pueden darse en dos niveles de análisis:

Perspectiva micro: En esta perspectiva se conoce a los pacientes con el objeto de ayudarle a la institución a alcanzar sus objetivos y a realizar sus tareas con mayor eficiencia.

Perspectiva social: En esta perspectiva los pacientes influyen colectivamente en las condiciones socioeconómicas de una sociedad entera; es decir el público influye profundamente en lo que se producirá, para quién se producirá y los recursos que se utilizarán para ello. De ahí la influencia tan importante en el comportamiento de los consumidores ejerce sobre la calidad y el nivel de vida. (Loudon&Della, 1995)

1.1.3 Entorno del Marketing

El entorno de marketing de una empresa está constituido por fuerzas y factores externos al marketing que afectan la capacidad de la dirección de marketing para crear y mantener relaciones provechosas con sus clientes

El entorno de marketing comprende el **macroentorno** que constituye grandes fuerzas de la sociedad: económicas, tecnológicas, políticas y culturales. El **microentorno** consiste en fuerzas cercanas a la empresa: clientes, proveedores, competencia, productos sustitutos, intermediarios.

Macroentorno: “La empresa y todos los demás factores operan en un macroentorno más amplio de fuerzas que moldean las oportunidades y presentan riesgos para la empresa”.

Económico: El ambiente económico está constituido por factores que influyen en el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores. Los mercados necesitan tanto el poder de compra como los consumidores, y este poder de compra depende de los ingresos del momento, de los precios, los ahorros y el crédito. Por todo esto es importante que el marketing tenga en cuenta las principales tendencias en los ingresos y en los cambios en los comportamientos de consumo. Como ejemplo podemos estudiar en este sentido los siguientes aspectos: Cambios en los ingresos, cambios en las pautas de consumo, desempleo, desarrollo de los países emergentes.

Tecnológico: El ambiente tecnológico está formado por fuerzas que influyen en las nuevas tecnologías y dan lugar a nuevos productos y oportunidades de mercado.

Las tecnologías son elementos de cambio que pueden suponer tanto el éxito como el fracaso de una empresa, por el simple hecho de que las tecnologías nuevas desplazan a las viejas. Por ello las empresas deben estar pendientes de las nuevas tendencias. Principalmente: Cambios tecnológicos más rápidos, oportunidades ilimitadas, presupuestos elevados para la investigación y el desarrollo.

Político: Las decisiones en el ámbito del marketing tienen mucho de influencia por parte del estrato político y las decisiones que se toman en él. El entorno político está formado por las leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. Dentro de este ambiente político cabe destacar como importantes fuerzas que influyen en el entorno del hospital: desregulación e intervención del Estado, desarrollo legislativo del país.

Cultural: Está constituido por las instituciones y otras fuerzas que influyen en los valores básicos, percepciones, preferencias y comportamientos de la sociedad. Las siguientes características culturales pueden influir en la toma de decisiones de marketing: La autoimagen (autosatisfacción), relación de la gente con la sociedad, relación con las organizaciones, visión del universo, subculturas, cambios en los valores culturales secundarios.

Microentorno: “La tarea de la dirección de marketing es cultivar relaciones con los clientes mediante la creación de valor y satisfacción” (Kotler& Armstrong, 2008).

Clientes: En su libro Kotler y Armstrong mencionan que se debe realizar un estudio de las oportunidades y amenazas de los diferentes mercados de clientes a los que se dirige la Institución de salud, cada uno de ellos tendrá unas características especiales que exigirán un cuidadoso trato del personal del área de salud N° 17 Distrito 11.

Proveedores: Los proveedores son un eslabón importante del sistema global de entrega de valor a los pacientes del hospital. Proporcionan los recursos que la entidad necesita para brindar sus servicios.

Competencia: Kotler y Armstrong mencionan que para tener éxito, la institución debe proporcionar a sus pacientes mayor valor y satisfacción que los competidores.

Intermediarios: Define a empresas que ayudan a la promoción, distribución de los servicios de la organización hacia un público objetivo. Hay que estudiar el número, el tamaño, poder de mercado y condiciones de negociación.

1.1.4 Características que afectan el comportamiento del consumidor

Al Momento de decisión de compra influyen marcadamente características culturales, sociales, personales y psicológicas.

1.1.4.1 Factores Culturales

Los factores culturales ejercen una influencia amplia y profunda. Se subdividen en cultural, subcultural y clase social del comprador:

Cultura: Se explica que la cultura es la suma de creencias, valores y costumbres adquiridas y transmitidas de generación en generación, que sirven para regular el comportamiento de una determinada sociedad. Por ejemplo un niño aprende valores básicos, percepciones, deseos y comportamientos a partir de la familia y de otras instituciones importantes.

El impacto de la cultura en la sociedad es tan natural y tan tradicional que su influencia en el comportamiento es notable. Además es dinámica y gradual, y continuamente se transforma para adecuarse a las necesidades de la sociedad. Los mercadólogos deben identificar los cambios realizados en la sociedad y enfocarse en descubrir su nuevo marketing.

Subcultura: Se mencionan que cada cultura tiene su subcultura o grupo de personas que comparten sistemas de valores, creencias y costumbres comunes que los apartan de otros miembros de la misma sociedad. El análisis subcultural permite segmentar el mercado para llegar a las necesidades, motivaciones, percepciones y actitudes que son compartidas por los miembros de un grupo de subcultural específico, donde el mercadólogo diseñara programas de marketing adaptándola a sus necesidades. Las subculturas incluyen la nacionalidad, raza, religión, localización geográfica, edad, sexo y la educación.

Clases Sociales: Se establecen a las clases sociales como divisiones relativamente permanentes y ordenadas de una sociedad, cuyos miembros comparten valores, intereses y conductas similares. Al referirse a clase social esto no significa que se esté determinando únicamente por el factor ingreso, sino que se refiere también a la combinación de ocupación, ingreso, riqueza y otros factores.

1.1.4.2 Factores sociales

En el comportamiento de los consumidores también influyen factores sociales, como los grupos, la familia y los roles y estatus social del consumidor.

Una clasificación usada frecuentemente la divide en cinco grupos: Alta, media alta, media, media baja, baja. Los perfiles de cada una de estas clases demuestran que las diferencias socioeconómicas se reflejan en diferencias de actitudes, en actividades de tiempo libre y en hábitos de consumo.

Grupos: El comportamiento de una persona influyen muchos grupos de dos o más personas que interactúan para alcanzar metas individuales o colectivas. Y por esta razón los grupos se subdividen en:

1. Grupo Primario: Es aquél en que las relaciones personales son cara a cara con cierta frecuencia ejerciendo un control informal y no institucionalizado pero no por ello menos eficaz. Sobre sus miembros, entre éstos se encuentran: La familia, los grupos de trabajo, los amigos, vecinos son ejemplos de tales grupos.

2. Grupo secundario: Estos grupos son más formales y con los que la interacción es menos regular. Éstos incluyen todos aquellos grupos que no son primarios, tales como las agrupaciones políticas, las asociaciones de ayuda, comisiones vecinales, etc. En estos grupos el individuo no se interesa por los demás en cuanto a las personas sino como funcionarios que desempeñan un rol. Al contrario de los grupos primarios, el control que se aplica es formal es decir hay reglamentaciones que establecen normas y sanciones.

3. Grupos de referencia: Es el grupo al cual uno quiere pertenecer, puede definirse como un grupo de personas que influyen en las actividades, valores, conductas y pueden influir en la decisión para elegir el servicio y/o en la elección del nombre donde le gustaría ser atendido al paciente. En nosotros con frecuencia influyen grupos de referencia a los que no pertenecemos. Los grupos de referencia más utilizados en el marketing son: Las personalidades, los expertos y el "hombre común". Las celebridades se utilizan para dar testimonio o apoyos o como voceros de la empresa. Los expertos pueden serlo realmente o ser actores desempeñando tal papel. El enfoque del hombre corriente se diseña para mostrar que individuos como el posible cliente están satisfechos con el producto publicitado.

Los mercadólogos tratan de identificar a los líderes de opinión, refiriéndose a un miembro de un grupo de referencia que, por sus habilidades especiales, conocimientos, personalidad u otras características, ejercen una influencia sobre otros. De los cuales utilizan sus opiniones para sus productos y para dirigir actividades de marketing hacia ellos.

Familia: Los miembros de la familia pueden influir mucho en el comportamiento del consumidor. La familia es la organización de compra de consumo más importante de la sociedad, porque ésta desempeña directamente la función de consumo final operando como unidad económica, ganando y gastando dinero. Al hacer esto los miembros de la familia se ven obligados a establecer prioridades individuales y colectivas de consumo, a seleccionar qué servicio y cómo se utilizarán para cumplir con las metas de los miembros de la familia.

Papeles estatus: Una persona pertenece a muchos grupos: familias, clubes, organizaciones. Y por esta razón se podría decir que la posición de la persona en cada grupo se puede definir en términos tanto de papel como de estatus. Un papel consiste en actividades que se espera que la gente realice según las personas que la rodean. Cada papel lleva consigo un estatus que refleja la estima general que le proporciona la sociedad. La gente a menudo escoge productos/servicio que pone de manifiesto su estatus en la sociedad. (Kotler y Armstrong ,2008)

1.1.4.3 Factores Psicológicos

En las decisiones de compra de una persona también influyen cuatro factores los cuales son:

Motivaciones: Se define la motivación del consumidor como la fuerza impulsora dentro de los individuos que los empuja a la acción. Esta fuerza impulsora se genera por un estado de tensión que existe como resultado de una necesidad insatisfecha. Los individuos se esfuerzan tanto conscientes como subconscientes por reducir dicha tensión mediante un comportamiento que, según sus expectativas, satisfará sus necesidades y, de esa manera, mitigará el estrés que padecen.

Es importante que la necesidad sea estimulada para que se convierta en motivo, se establece que todo individuo tiene dos tipos de necesidades unas que son innatas y otras adquiridas.

Las **necesidades innatas** son de carácter fisiológico (es decir, son biogénicas); entre ellas se incluyen las necesidades de: alimento, agua, aire, vestimenta, vivienda y salud.

Como resultan indispensables para mantener la vida biológica se consideran estas necesidades como primarias.

Las **necesidades adquiridas** son aquellas que aprendemos en respuesta a nuestro ambiente o cultura, como las necesidades de autoestima, estatus, reconocimiento, prestigio, afecto, poder y aprendizaje. Puesto que estas necesidades suelen ser de naturaleza psicológica, se les considera motivos secundarios o necesidades secundarias.

Percepción: Se definen como el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo.

Etapas del proceso de percepción: Se propone tres aspectos de la percepción:

1. Selección perceptual: Los consumidores ejercen subconscientemente una gran cantidad de selectividad en cuanto a qué aspectos del ambiente (qué estímulos) van a percibir. Un individuo observa ciertas cosas, ignora otras y rechaza el resto. En realidad, los seres humanos reciben (o perciben) sólo una pequeña fracción de los estímulos a los que están expuestos. La selección de determinados estímulos depende de dos factores principales, además de la naturaleza de los estímulos mismos que son: La experiencia anteriores de los consumidores, en la medida en que ésta afecta sus expectativas (lo que están preparados o “dispuestos” a ver). Y sus motivaciones en ese momento (sus necesidades, deseos, interés, etc.).

2. Organización Perceptual: Los consumidores organizan los estímulos en grupos y los perciben como un todo unificado, es decir las características percibidas en los estímulos más sencillos son visualizados como una función de la totalidad a la cual pertenecen dichos estímulos. Este método de organización perceptual simplifica considerablemente la vida de un sujeto.

Principios específicos de la organización perceptual

Figura y fondo: La figura tiene que percibirse con mayor claridad en contraste con el fondo, es decir, la figura tiene que ser el centro de atracción más no el fondo.

Agrupamiento: Consiste en agrupar los estímulos de manera que estos formen una imagen o impresión unificada, lo que facilitan que sea recordados.

Cierre: Las figuras cerradas se perciben con mucha más facilidad que las abiertas o incompletas, de modo que se tiende a cerrar las figuras incompletas para darles un significado familiar.

3. Interpretación perceptual: Es la interpretación de los estímulos de manera única e individual, porque se basa en lo que los individuos esperan ver según sus experiencias anteriores, en el número de explicaciones razonables que logran visualizar y en sus motivos e interés en el momento de la percepción.

Distorsión perceptual:

Los individuos están sujetos a numerosas influencias como:

Apariencia física: El individuo suele atribuir las cualidades que asocia con algunas personas a otros individuos que muestren ciertas semejanzas con éstas, ya sea que reconozca conscientemente o no la similitud.

Estereotipos. Los individuos suelen tener en su mente imágenes que corresponden al significado de diversos tipos de estímulos.

La primera impresión: Tiende a ser duradera, sin embargo, cuando un individuo se forma dicha impresión no sabe todavía qué estímulos serán pertinentes, o adecuados para predecir el comportamiento futuro.

Conclusiones apresuradas: Muchas personas suelen hacer conclusiones apresuradas antes de haber examinado toda la evidencia pertinente.

Efecto de Halo: Describe situaciones donde la evaluación de un solo objeto o una sola persona con multitud de dimensiones está basada en la evaluación de una sola dimensión. (Schiffman y Kanuk,2005)

1.1.5 Proceso de decisión del comprador

Después de haber analizado las diversas fuerzas que afectan el comportamiento de los consumidores, se determina que la decisión del consumidor es resultado de la compleja interacción de factores culturales, sociales, personales y psicológicos. En las decisiones más complicadas por lo regular intervienen más participantes y se requiere mayor deliberación por parte del comprador. A continuación se describirán los diferentes tipos de comportamiento de compra de los consumidores. Para la toma

de decisiones típicamente los consumidores pasan por siete etapas principales las cuales se mencionan a continuación:

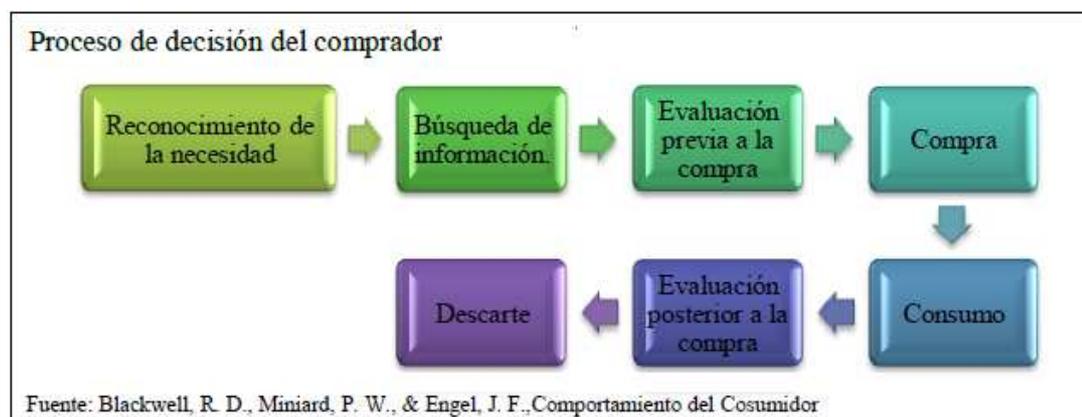


Gráfico 5: Proceso de decisión del comprador

Fuente: Blackwell, R. D, Miniard, P. w., & Engel, J. F., Comportamiento al Consumidor

1.1.5.1 Reconocimiento de la necesidad

Como el punto de partida de cualquier decisión de compra es una necesidad (o problema) del cliente. Ocurre esta fase cuando un individuo siente una diferencia entre lo que percibe como el ideal, en relación con el estado real de las cosas.

1.1.5.2 Búsqueda de información

En este paso los consumidores empiezan a buscar información y soluciones para satisfacer sus necesidades no satisfechas. Esta búsqueda puede ser interna, recuperando conocimientos de la memoria o quizá de tendencias genéticas o puede ser externa, recolectando información de sus amigos, de la familia o mercado.

Según los autores Kotler y Armstrong el consumidor puede obtener información de varias fuentes, que incluyen:

- ✓ **Fuentes personales:** familiares, amigos, vecinos, conocidos, etc.
- ✓ **Fuentes comerciales:** publicidad, vendedores, exhibiciones, etc.
- ✓ **Fuentes públicas:** medios de comunicación, etc.
- ✓ **Fuentes experimentales:** exámenes, uso del servicio, etc.

1.1.5.3 Evaluación de las alternativas antes de la compra

El consumidor busca respuestas a preguntas como: ¿Cuáles son mis opciones? y ¿Cuál es la mejor? Al comparar, contrastar y seleccionar de entre varios productos y servicio. Comparan lo que conoce del producto o marca con lo que ellos consideran de mayor importancia y empiezan a reducir alternativas, antes de decidirse por una de ellas. El consumidor no sigue un sólo proceso de evaluación sencillo en todas las situaciones de consumo, es decir, que operan varios procesos de evaluación. Esto conlleva a explicar ciertos conceptos básicos que ayudarán a explicar los procesos de evaluación de los consumidores.

En primer lugar, se supone que cada consumidor ve un servicio como un conjunto de atributos. Por ejemplo en el caso de una consulta médica, los atributos del servicio podrían incluir la calidad de atención del médico, la facilidad de uso, el diagnóstico médico y otras características. Entonces en este caso el consumidor prestará mayor atención a aquellos servicios cuyos atributos vayan de acuerdo a sus necesidades.

En segundo lugar, el consumidor asignará diferentes grados de importancia a los distintos atributos dependiendo de sus necesidades y deseos individuales.

En Tercer lugar, es probable que el consumidor desarrolle una serie de creencias de marca en cuanto a qué posición ocupa cada marca respecto a cada atributo.

En cuarto lugar, la satisfacción total que el consumidor espera del servicio va variar dependiendo de los diferentes niveles de los atributos.

En quinto lugar, el consumidor adquiere actitudes hacia diferentes marcas por medio de algún procedimiento de evaluación, el cual va depender del consumidor y de la decisión de adquirirlo.

Al analizar los puntos anteriores se determina que los consumidores evalúan las alternativas de compra dependiendo primero del consumidor individual y luego de la situación de compra específica.

1.1.5.4 Compra

Después de decidir si comprar o no, los consumidores prefieren una persona que le ofrezca los diferentes servicios para su malestar o dolencia de ahí el consumidor el servicio que mejor satisfaga sus necesidades

1.1.5.5 Consumo

Aquí es el momento donde los consumidores utilizan el servicio. El consumo puede ocurrir de inmediato o posponerse dependiendo de la demanda. La forma en que los consumidores sean tratados mediante el servicio afecta lo satisfechos que están con su adquisición y lo más probable es que adquieran dicho servicio o marca en el futuro. Así como el lugar donde consume y en qué cantidad lo hará en chequeos preventivos.

1.1.5.6 Evaluación posterior al consumo

Los consumidores experimentan una expresión de satisfacción o insatisfacción: La primera ocurre cuando las expectativas del consumidor coinciden con el desempeño percibido y el segundo cuando las experiencias y el desempeño se quedan cortas en comparación de las expectativas.

1.1.5.7 Descarte

Los consumidores tienen varias opciones por lo que podrían ir a otra entidad pública a ser atendidos aquí se debe considerar la cercanía y trato que brinda el personal de estas instituciones (R. Blackwell, P. Miniard y J. Egel; 2002)

1.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing. (Malhotra; 2004)

Se la puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al tema en estudio, realizado de forma consecutiva para poder tomar decisiones pertinentes de acuerdo a los resultados obtenidos dentro de la investigación.

1.2.1 Diseño de investigación de mercados

Es estructura para llevar a cabo el proyecto de investigación, para ello se detalla los procedimientos necesarios a fin de obtener información necesaria para estructurar el Estudio para la determinar el grado de satisfacción actual de los usuarios del Servicio de consulta externa del Hospital Cantonal Sangolquí

1.2.1.1 Tipos de Investigación: Se clasifica en exploratoria y conclusiva:

1.2.1.1.1 Investigación Exploratoria:

Tiene como objetivo primordial proporcionar conocimiento y comprensión del problema que enfrenta el investigador.

La investigación exploratoria se puede beneficiar de manera importante de uso de los métodos: datos secundarios e investigación cualitativa.

1. Datos Secundarios: son datos recolectados para otra finalidad distinta al problema que se enfrenta en la investigación.

Permitieron:

- Conocer la historia del Hospital Cantonal Sangolquí
- Señalar las distintas especialidades
- Averiguar los barrios y parroquias que conforman el cantón Rumiñahui y cuanta población existe actualmente

2. Investigación cualitativa: Se define como una metodología de investigación exploratoria no estructurada, basada en muestras pequeñas y con la intención de dar ideas de la situación de un problema, se puede usar las técnicas como: grupos focales, asociación de palabras y entrevistas a profundidad u otro tipo de técnica puede ser las encuestas piloto igualmente con muestras pequeñas.

Permitió:

- Comprender y tener un panorama más exacto como se maneja el hospital gracias a la entrevista con el JEFE DE ESTADÍSTICA del Hospital Básico Sangolquí (Área 17 - D11)

1.2.1.1.2 Investigación Conclusiva

Diseñada para ayudar a quién toma las decisiones a determinar, evaluar y seleccionar el mejor camino a seguir en una investigación dada”. El estudio se enfocará a la investigación descriptiva.

1. Investigación descriptiva: Esta investigación tiene como objetivo principal la descripción de algo, por lo general características o funciones del mercado. Utilizare el diseño transversal.

Diseño transversal: “Incluye la recolección de información de alguna muestra dada de población una sola vez.” (Malhotra; 2004)

Dentro de la investigación descriptiva usare como los métodos de la encuesta y la observación que representa un acopio de datos cualitativos.

Encuestas: “Conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos”. (Castro; 2000)

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, aporta a la investigación descriptiva.

Dicho estudio se realizara con:

- **Encuesta personal:** La encuesta personal es un tipo de encuesta en que los entrevistadores y los participantes discuten frente a frente. Este método lo realizare directamente en el Hospital Cantonal Sangolquí

Observación: La observación es un registro de patrones de conducta de personas, objetos y sucesos en forma sistemática para obtener información del fenómeno de interés. El observador no pregunta ni se comunica con la gente que es observada. Para lo cual la observación se dividen en estructurada y no estructurada

Estructurada: técnicas de observación donde el investigador claramente define las conductas por observar y los métodos con los que serán medidos.

No estructurada: incluye un observador que supervisa todos los aspectos del fenómeno sin especificar los detalles por adelantado.

Por el modo de aplicación utilizaré la **Observación Personal:** Donde un investigador observa la conducta real conforme sucede. El observador no intenta controlar o manipular el fenómeno que se observa, sino que solo registra lo que sucede.

1.2.2 Muestreo

El objetivo de la mayoría de los proyectos de investigación de mercados es obtener información acerca de las características o parámetros de la población. Por ende:

1.2.2.1 Población Objeto de estudio

Expresa a la población como el total de todos los elementos que comparten un conjunto de características comunes y comprenden el propósito del problema de investigación.

1.2.2.2 Muestra

Comprende un subgrupo de elementos de la población seleccionado para participar en la investigación que se está llevando a cabo.

Se empleará el **Muestreo probabilístico**

“Procedimiento de muestreo en el que cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística”

Es decir que cada integrante de la población tiene la misma oportunidad para ser elegido dentro del grupo que conformará la muestra.

1. Muestreo aleatorio simple (MAS): Es la técnica de muestreo probabilístico en el que cada elemento en la población tiene una probabilidad de selección conocida y equitativa. Cada elemento se selecciona en forma independiente a otro elemento y la muestra se toma por un procedimiento aleatorio de un marco de muestreo. (Malhotra; 2004)

1.3 CONCEPTOS ADICIONALES

1.3.1 Calidad de Atención Médica

El concepto de calidad aplicado a la atención médica, hace referencia a la capacidad que, con distinto grado puede tener una organización o un acto concreto de asistencia sanitaria para satisfacer las necesidades de los consumidores de servicios de salud. La asistencia sanitaria tiene como objetivo el mantener, restaurar y promover la salud dentro de las posibilidades que permiten las ciencias de la salud y la tecnología, y en ella está implícita la eficacia y eficiencia de la atención. Se ha propuesto tres elementos de la atención médica que, relacionados, conformarían el conjunto de atributos determinantes de la calidad de un acto médico concreto. Estos factores son: aspectos técnicos y científicos, interpersonales y el entorno. (Donabedian, 2002)

1.3.2 Calidad y Productividad

La calidad está estrechamente ligada a parámetros claves de la producción, tales como la productividad, el costo y el precio de tal forma que no se puede actuar sobre uno de ellos sin alterar la situación de los otros. “La mejora de la calidad conduce a una disminución de los costos de producción y una mejor utilización de los recursos; como consecuencia mejora la productividad y aumenta la cuota de mercado gracias a unos precios más bajos y a la mejor calidad; circunstancias que favorecen a la supervivencia de la empresa y la creación de puestos de trabajo.

1.3.3 Revisión de Procesos

Para comprender lo que sucede en los procesos de la empresa se realiza un seguimiento personal del flujo de trabajo, analizando y observando su desarrollo, se debe asignar miembros del equipo a las diferentes partes del proceso.

A través de un diagrama de flujo de tareas el equipo tendrá una mejor comprensión de la actividad que se evalúa y se encontrará en mejor posición de comunicar sus hallazgos. El proceso o sistema operativo identifica cualquier parte de la organización que toma insumos y los transforma en productos de mayor valor con relación a dichos insumos.

Todas las etapas se van cumpliendo hasta que se tiene un producto terminado o un servicio y se lo conoce con el nombre de Flujo de bienes o servicios, teniendo paralelamente, la circulación de todas las indicaciones necesarias para la ejecución de cada actividad, lo que se conoce con el nombre de Flujo de información.

Dentro de lo teoría de mejoramiento de procesos es fundamental conocer los siguientes términos y su significado:

- **“Eficiencia.-** Lograr que los procesos sean eficientes, brindando herramientas adecuadas para el desarrollo de actividades en pro de sus objetivos”.
- **“Eficacia.-** Alcanzar eficacia en la ejecución de cada una de las actividades de los procesos, permitiendo a corto plazo obtener los mismos objetivos con menor utilización de recursos y, a largo plazo, mejores resultados con igual utilización de recursos”.

- **“Adaptabilidad.-** Alcanzar un alto nivel en la capacidad de respuesta con respecto a los constantes cambios en las necesidades de nuestros clientes, lo que obliga a la organización a obtener un punto muy elevado de flexibilidad en la estructura y funcionamiento de sus procesos”³
- **Cadena de Valor.-** Es una forma de analizar estratégicamente la actividad organizacional a través de la identificación de fuentes y ventajas competitivas con la relación de procesos.
- **Inventario de Procesos.-** Listado de procesos que se enumeran de acuerdo a un orden establecido por la empresa.
- **Selección de Procesos.-** Se elige los procesos para analizar, detectar y mejorar.
- **Hoja de Mejoramiento de Procesos.-** Es un formato que facilita la información para identificar los problemas en la situación actual y las posibles soluciones.
- **Levantamiento de Procesos.-** Es dar un nombre a cada uno de los procesos y documentarlos en el caso de que no se encuentran así.
- **Flujodiagramación.-** Es un esquema que representa de forma gráfica las actividades de un proceso en forma secuencial y con figuras que identifican la acción. (Harrington; 2003)

1.3.4 Satisfacción del Cliente

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. (Philip Kotler, 2003).

1.3.5 Consulta Externa

Es la atención regular de salud impartida por personal calificado a una persona no hospitalizada ni en el Servicio de Urgencias. El cliente tiene que pedir cita con el médico y esperara que este lo refiera al especialista. Es el servicio más voluminoso de la atención de salud. Implica apertura y uso de expediente individual de salud.

1.3.6 Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio

La medición de la calidad del servicio, el modelo que goza de una mayor difusión es el denominado Modelo SERVQUAL de Parasaraman, Zeithaml, y Berry (1985,1988) en el que se define la calidad del servicio como una función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado por la empresa.

De esta forma el cliente valorará negativamente (positivamente) la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores (superiores) a las expectativas que tenía.

El Modelo SERVQUAL de Calidad tiene como propósito mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

Con la información obtenida de los cuestionarios se calculan las percepciones menos las expectativas para cada pareja de afirmaciones, a través de un análisis cuantitativo que suele incluir el cálculo de puntuaciones medias para cada dimensión a partir de los ítems que la integran, cálculo del índice global de la calidad del servicio a partir de la realización de una media de los valores medios de cada una de las dimensiones, análisis de regresión para determinar la importancia de cada una de las dimensiones como variables explicativas de la valoración global y análisis conjunto aplicado a las dimensiones. De esta forma se obligaría al cliente a decidir y priorizar qué dimensiones son las realmente importantes.

Determinando la brecha entre las dos mediciones (la discrepancia entre lo que el cliente espera del servicio y lo que percibe del mismo) se pretende facilitar la puesta en marcha de acciones correctoras adecuadas que mejoren la calidad.

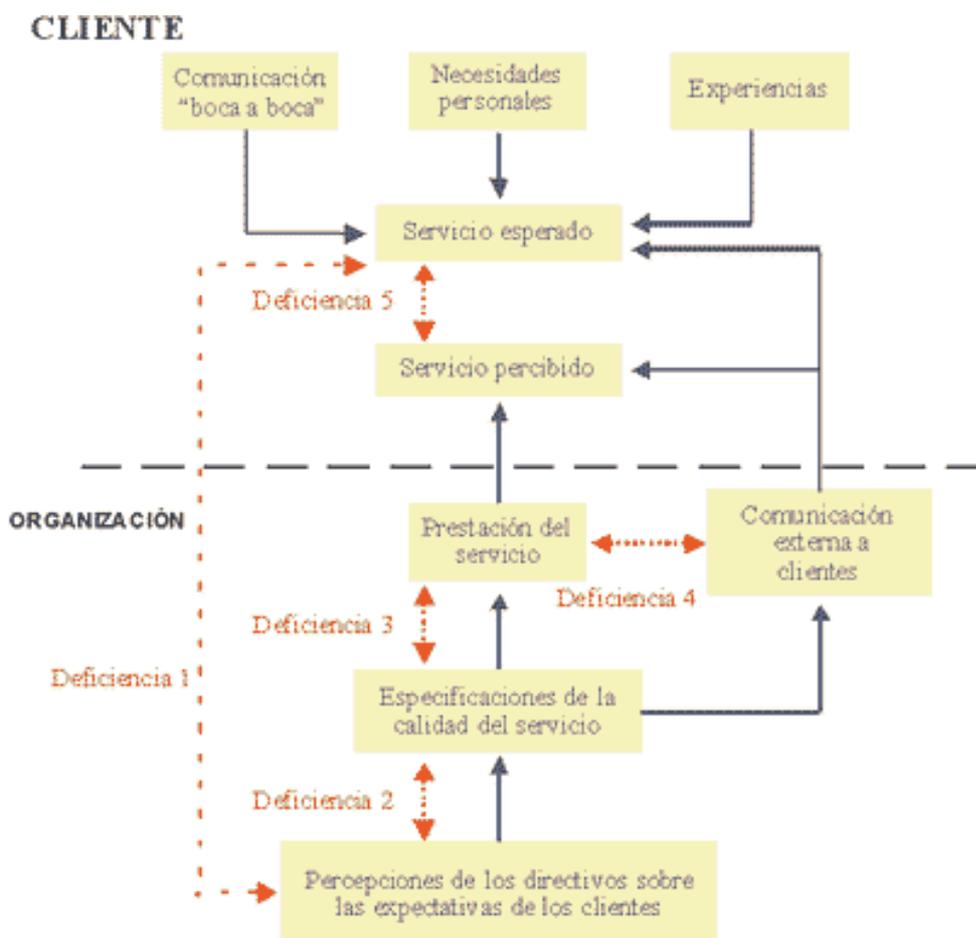


Gráfico 6: Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio

Fuente: Libro "Calidad Total en la Gestión de Servicio" de Valorie A. Zeithamal, A. Parasurum, Leonard L. Berry 1992

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio está basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

1. Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes.
2. Señala ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios:
 - Comunicación "boca a boca", u opiniones y recomendaciones de amigos y familiares sobre el servicio.
 - Necesidades personales.

- Experiencias con el servicio que el usuario haya tenido previamente.
- Comunicaciones externas, que la propia institución realice sobre las prestaciones de su servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.

3. Identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

Las dimensiones del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio pueden ser definidas del siguiente modo:

- **Fiabilidad:** habilidad para realizar el servicio prometido de forma cuidadosa. Esta habilidad debe darse de forma consistente en el tiempo. Por ejemplo, el call center de Hospital que cumple con los plazos de gestión de reservas de turnos en el tiempo acordado o el tiempo estipulado en que el médico efectúa la consulta.
- **Capacidad de respuesta:** disposición de respuesta: disposición para ayudar a los pacientes y proporcionar un servicio rápido. Recoge el deseo de servir a los clientes eficazmente. Por ejemplo, en el caso de un paciente busque alguna especialidad se le proporcionará la debida información o si un paciente tiene alguna emergencia se lo proporciona de forma inmediata la atención debida.
- **Seguridad:** se refiere al conocimiento y la atención mostrados por los empleados y las habilidades de que disponen para inspirar confianza y credibilidad. En esta dimensión deben darse conjuntamente competencia y cortesía. Poco efecto tiene una persona competente si al realizar el servicio trata mal al cliente. De nada sirve un empleado cortés que es incapaz de solucionar los problemas planteados por el cliente. Un ejemplo es cuando los recepcionistas lo tratan con amabilidad y le comunican cualquier cambio que se produzca en el servicio antes de que el cliente lo utilice.
- **Empatía:** atención individualizadas que ofrece la empresa a sus clientes. Ponerse en el lugar del cliente para tratar de identificare sus necesidades. Por ejemplo, en un hospital cuidan al extremo para que nada falle; o preguntar

para cuándo desea su próxima cita si el caso lo amerita, servicio adicional que no son proporcionados habitualmente.

- Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal de contacto y material de comunicación, Por ejemplo: el aspecto exterior del edificio de un hospital, la limpieza de las instalaciones, el uniforme del personal, el aseo e higiene de los espacios comunes, los folletos publicitarios, el mobiliario, etc.

- 1.- Fiabilidad.-** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.
- 2.- Capacidad de Respuesta.-** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- 3.- Seguridad.-** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
- 4.- Empatía.-** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.
- 5.- Elementos Tangibles.-** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Estas cinco dimensiones de la calidad de servicio son evaluadas mediante el cuestionario SERVQUAL.

El cuestionario consta de tres secciones:

- En la primera se interroga al cliente sobre las expectativas que tiene acerca de lo que un servicio determinado debe ser. Esto se hace mediante 22 declaraciones en las que el usuario debe situar, en una escala de 1 a 7, el grado de expectativa para cada una de dichas declaraciones.
- En la segunda, se recoge la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa. Es decir, hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.
- Finalmente, otra sección, situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas.

1.3.4.1 El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio como instrumento de mejora

Por otra parte, el modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio indica la línea a seguir para mejorar la calidad de un servicio y que, fundamentalmente, consiste en reducir determinadas discrepancias. En primer lugar, se asume la existencia de cinco deficiencias en el servicio, cada una asociada a un tipo de discrepancia.

Se denomina **deficiencia 5** a la percibida por los clientes en la calidad de los servicios. En otras palabras, esta deficiencia representa la discrepancia existente, desde el punto de vista del cliente, entre el servicio esperado y el servicio recibido. Se trata de la deficiencia fundamental ya que define la calidad del servicio

En el Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio, las otras cuatro deficiencias se refieren al ámbito interno de la organización y serán las responsables de la aparición de la deficiencia 5:

- **Deficiencia 1:** *Discrepancia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos.* Si los directivos de la organización no comprenden las necesidades y expectativas de los clientes, no conocen lo que éstos valoran de un servicio, difícilmente podrán impulsar y desarrollar acciones que incidan eficazmente en la satisfacción de necesidades y expectativas. Más bien al contrario, con una idea equivocada los directivos iniciarán actuaciones poco eficaces que pueden provocar una reducción de la calidad misma.
- **Deficiencia 2:** *Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las especificaciones y normas de calidad.* Aunque los directivos comprendan las necesidades y expectativas de los clientes de la organización, su satisfacción no está asegurada. Otro factor que debe estar presente, para alcanzar una alta calidad, es la traducción de esas expectativas, conocidas y comprendidas, a especificaciones o normas de calidad del servicio.

- **Deficiencia 3:** *Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.* No basta con conocer las expectativas y establecer especificaciones y estándares. La calidad del servicio no será posible si las normas y procedimientos no se cumplen. Este incumplimiento puede ser debido a diversas causas, como empleados no capacitados adecuadamente, falta de recursos o procesos internos mal diseñados.
- **Deficiencia 4:** *Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.* Para el modelo SERVQUAL de calidad de servicio, uno de los factores clave en la formación de expectativas sobre el servicio, por parte del cliente, es la comunicación externa de la organización proveedora. Las promesas que ésta hace y la publicidad que realiza afectarán a las expectativas de manera que si no van acompañadas de una calidad en la prestación consistente con los mensajes, puede surgir una discrepancia expectativa – percepción. Esta discrepancia puede reducirse mediante la coordinación de las características de la prestación con la comunicación externa que la organización hace. (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 2006)

Por tanto, el Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio no represente únicamente una metodología de evaluación, sino un enfoque para la mejora de la calidad de servicio.

PERCEPCION DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

El cliente tiene ciertas necesidades reales, de las cuales a veces él mismo no es consciente. Estas necesidades son percibidas por el sistema para la posterior realización del servicio. Algunos sistemas logran identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros solo perciben las necesidades de las cuales el cliente es consciente.

EXPECTATIVAS DEL CLIENTE.

Aquí se define lo que espera el cliente del servicio, esta expectativa está formada por comunicación de boca a boca, información externa, experiencias pasadas y por sus necesidades conscientes. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio.

Zeithalm, Parasuraman y Berry, a través de sus extensos estudios sobre la calidad en el servicio, han identificado cinco dimensiones que los clientes utilizan para juzgar a una compañía de servicios las cuales se dividen en subdimensiones. Estas dimensiones son:

TANGIBLES.- La apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en tres elementos distintos.

PERSONAS.- Se considera la apariencia física de las personas. Su aseo, olor, vestido. Son las características que son detectadas en primera instancia por el usuario respecto a las personas que lo atienden.

INFRAESTRUCTURA.- Es el estado de los edificios o locales donde se realiza el servicio. Así mismo se consideran dentro de este factor, las instalaciones, máquinas o móviles con los que se realiza el servicio. Un camión, es ejemplo de infraestructura.

OBJETOS.- Varios sistemas de servicio, ofrecen representaciones tangibles de su producto. Boletos, letreros y folletos, son algunos de los objetos con los cuales el usuario tiene contacto. El que sea práctico, limpio y atractivo son cualidades que se deben de considerar.

CONFIABILIDAD.- La habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud. Los factores que conforman la dimensión de la confiabilidad son:

EFICIENCIA.- El desarrollar el servicio acertadamente, aprovechando tiempo y materiales, realizándolo de la mejor forma posible. Por ejemplo, si se necesita realizar una reparación de tubería en una casa, el cliente espera que la decoración, suelo y/o paredes no sufran averías innecesarias y que el trabajo se realice en el menor tiempo posible, de manera que se eviten problemas de comodidad o falta de abastecimiento de agua por mucho tiempo.

EFICACIA.- Se refiere solo a obtener el servicio requerido, sin importar los procesos o recursos utilizados. Como ejemplo podemos mencionar, el correo. A un usuario del mismo, solo le importa que llegue la carta en el tiempo justo. A él no le

importa como la lleven, la empaqueten y distribuyan, siempre y cuando cumplan con lo que él espera.

EFFECTIVIDAD.-Obtener el servicio mediante un proceso correcto que cumpla las expectativas para las que fue diseñado. Cumplir las expectativas de los clientes.

REPETICION.-Cuando un servicio no se realizó bien, se tiene que volver a repetir algunas veces. Esto implica tiempo y esfuerzo tanto para el usuario como para el sistema, por lo que cobra vital importancia en la medición de la calidad en el servicio.

Si un servicio no se tiene que repetir (hacerlo bien a la primera), el usuario estará satisfecho.

PROBLEMAS.-Es similar a los servicios clasificados como de no rutinarios, porque no son comunes ya que son provocados por problemas. A veces el mismo usuario puede crear el problema, pero éste toma mucho en cuenta la ayuda que el sistema le puede dar. Por ejemplo, el caso del empresario que dejó su maletín en el hotel cuando se dirigía rumbo al aeropuerto. El hotel, al darse cuenta de esto, mandó un chofer con el maletín, a buscar al empresario. Este agradeció tanto el detalle del hotel por ese servicio no rutinario, que ahora, cada vez que viaja a esa ciudad, se hospeda en ese mismo hotel.

VELOCIDAD DE RESPUESTA.-La disposición inmediata para atender a los clientes y dar un pronto servicio. La velocidad de respuesta implica características de horario y tiempo, las cuales se ven reflejadas en los siguientes factores:

ESPERA.- Implica el tiempo que aguarda el usuario antes de que se le preste el servicio. Las famosas "colas" son representaciones tangibles de este factor. En un banco, por ejemplo, el mayor tiempo invertido por el usuario en el proceso de servicio, es el de espera, formando colas y criticando el servicio en sí.

INICIO Y TERMINACION.-Muchas veces, los servicios son programados para empezar a una hora y finalizar a otra hora. El cumplimiento de estos términos, influyen en la calidad del servicio. Si un avión debe arribar a un aeropuerto a las 12:05 y lo hace, produce una buena impresión en el usuario.

DURACION.-Es el tiempo que tarda el servicio en ser producido. En los sistemas a analizar, el proceso de servicio implica, una vez terminado el tiempo de espera, un tiempo determinado de prestación del servicio. Este tiempo, se sujeta

también a la evaluación del usuario, de acuerdo a lo prometido por el sistema y lo que el usuario espera que dure. Si el tiempo de producción no cumple con lo prometido, el usuario toma opinión sobre la calidad del servicio. Si una línea de autobuses, promete una duración del viaje de 4 horas, y en realidad dura horas y media, obviamente el usuario quedará insatisfecho.

POSTSERVICIO.-Este factor se refiere al tiempo que el sistema tarda para resolver situaciones o problemas que no forman parte del servicio normal. Veamos como ejemplo el sistema de inscripciones académicas de la Universidad de Monterrey. Al ir con el asesor por primera vez y pasar posteriormente a las microcomputadoras a dar de alta su horario, se está proporcionando un servicio normal. Si surge un empalme, el alumno debe de ir a que se le autorice dicho empalme o bien se le cambie de grupo. Posteriormente, debe de volver a pasar a las computadoras para volver a dar de alta su horario.

Este proceso es postservicio, e implica tiempo extra que el usuario debe de gastar y el cual toma en consideración como evaluador de la calidad en el servicio.

ASEGURAMIENTO. -El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza.

CORTESIA.-La cortesía implica amabilidad y buen trato en el servicio. El atender con buenos modales al usuario, como persona que es. Un buenos días un gracias por visitarnos, son elementos de cortesía, que hacen sentir a gusto al cliente.

SERVICIALIDAD.-Este factor podría confundirse con el anterior por la costumbre de utilizarlos para identificar acciones comunes. Pero en realidad, servicialidad es la disposición del empleado por servir al usuario, por buscar acercarse a él antes de que éste lo pueda requerir en un momento especial o de urgencia. Preguntas como ¿Le puedo ayudar? o ¿Necesita algo?. Son claros ejemplos de éste factor.

COMPETENCIA.-Es la capacidad de los empleados para realizar un servicio de calidad. Son sus conocimientos y acciones que demuestran al momento de realizar el servicio. El que un servidor pueda resolver un problema por sí mismo y sin retraso implica que es competente.

CREDIBILIDAD.-El comportamiento y forma de reaccionar de los servidores, puede provocar seguridad o inseguridad en el usuario. Si el empleado inspira

confianza al usuario, el servicio tiene más probabilidades de desarrollarse en un mejor tiempo y sin preocupaciones. Es importante con el factor de credibilidad dentro de la empatía para evaluar la calidad en el servicio.

EMPATIA.-Proveer cuidados y atención individualizada a los clientes.

PERSONALIZACION.-El buscar hacer sentir al usuario que se le trata individualmente, como alguien especial, le provocara tener una buena opinión de la empresa. No en todos los sistemas se puede dar un trato personalizado, tal es el caso de los sistemas masivos de transporte. Sin embargo, en aquellas empresas que sí aplica, es un elemento a considerar en los sistemas de servicio que toma mucha importancia para la calidad.

CONOCIMIENTO DEL CLIENTE.-El ofrecer un trato personalizado, implica, además, conocer más a fondo las necesidades de cada cliente, factor esencial para proporcionar un buen servicio.

Sobre la base de los conceptos anteriores, integran el Instrumento SERVQUAL como una herramienta que consiste de 3 cuestionarios los cuales se explican a continuación:

Fase 1. Este cuestionario capta las percepciones de los clientes, contiene 22 preguntas respecto al servicio que se espera brinde una compañía de servicio excelente. Las preguntas están redactadas de manera general para aplicarse a cualquier empresa de servicio, por lo que para cada aplicación específica es posible - y deseable-, se adapten los enunciados que integran el SERVQUAL sobre la base de las características específicas de la empresa donde se aplicará.

Fase 2. Consiste en un cuestionario mediante el cual los clientes evalúan la importancia que tiene cada una de las cinco dimensiones de servicio.

Fase 3. En esta fase se solicita a los clientes sus percepciones específicas respecto a la compañía que se desea estudiar. Básicamente, los enunciados son los mismos que en la fase 1, pero aplicados a la compañía en estudio; usando el nombre de la empresa de estudio y preguntando por la percepción del cliente sobre la misma. (Valorie A. Zeithamal, A. Parasurum, Leonard L. Berry, 1992)

Dimensión Preguntas que le corresponden

Tangibles 1-4

Confiabilidad 5-9

Velocidad de respuesta 10-13

Aseguramiento 14-17

Empatía 18-22

CAPÍTULO III: MARCO EMPÍRICO

3.1 OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar el grado de satisfacción de atención en el servicio de Consulta Externa del usuario del Hospital Cantonal Sangolquí.

Objetivos Específicos

- Definir el marco teórico que sustenta el estudio de investigación aplicada
- Diseñar una propuesta metodológica de la investigación para el levantamiento de datos y generación de resultados sobre la satisfacción del paciente del Hospital Cantonal Sangolquí
- Conocer el grado satisfacción de los pacientes de consulta externa
- Establecer conclusiones y recomendaciones del marco teórico y empírico del proyecto de Investigación

3.2 HIPÓTESIS

La inoportuna atención en el servicio de consulta externa produce insatisfacción del servicio en los pacientes

3.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS MUESTRALES

- Población que utiliza el servicio médico del hospital cantonal Sangolquí

UNIDADES MUESTRALES

- Pacientes de consulta externa

ALCANCE

- Al ser un hospital público sus paciente son en su mayoría pobladores del cantón Rumiñahui debido a su ubicación, pero también existen pacientes de las afueras de Rumiñahui. Parroquias de Quito y el cantón Mejía como La Merced, Alangasí, El Tingo, Conocoto, entre otros que prefieren por cercanía el Hospital cantonal Sangolquí

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para este cálculo se utilizara la siguiente formula:

$$TM = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

z: 1,96 que se obtiene de un grado de confianza del 95%.

p: probabilidad de éxito, dato obtenido en las encuestas piloto (90%).

q: probabilidad de fracaso, dato obtenido de las encuestas piloto (10%).

e: el valor de error que colocaremos en un 5%.

$$TM = \frac{(1,96)^2 * 0,9 * 0,1}{0,05^2}$$

$$TM = 138,2976$$

Se debe encuestar a 139 pacientes del hospital cantonal Sangolquí.

ESTRATEGIA DE MUESTREO

Tipo de investigación

Se aplicará una investigación conclusiva descriptiva puesto que permitirá determinar las características y atributos más específicos que toman en consideración los pacientes al momento de recibir la atención medica en consulta externa.

Método de investigación

Se utilizará el método de análisis que ayudará a procesar los conocimientos que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esta forma establece la relación causa - efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación, y de esta manera comprobar la hipótesis formulada.

Técnica de recolección de datos

En esta investigación se utilizará la encuesta personal como técnica, la misma que será aplicada a la muestra que en este caso son los pacientes de consulta externa del Hospital. Esta técnica permite a través de las opiniones, conocer cómo piensan los participantes respecto la atención de consulta externa del hospital.

Instrumento de recolección de datos

Se elaborará un cuestionario directo y estructurado ayudado con el modelo Servqual, las preguntas planteadas seguirán un orden lógico.

Tipo de muestreo estadístico

Se tomará en cuenta el Muestreo Aleatorio Simple, donde todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, una vez calculada la muestra apropiada, ésta se repartirá de manera proporcional entre las distintas especialidades, para que sea representativa y equitativa la muestra.

MANUAL DEL ENCUESTADOR

INSTRUCTIVO DE ENCUESTA

El presente instructivo tiene como objetivo detallar el procedimiento de llenado de las encuestas para lo cual se debe seguir al pie de la letra los planteamientos aquí descritos para el correcto análisis de datos.

1. DEL LLENADO

Se encuestará a la persona en el mismo Hospital mediante visitas personales a las distintas especialidades. Además el encuestador debe llevar otro documento como guía para asesorar al encuestado en el llenado del documento.

Cada encuestador debe identificar claramente las características consideradas en el cálculo de la muestra, que para el caso, corresponde a los pacientes de consulta externa del Hospital Sangolquí.

2. DEL NUMERADO

Las encuestas serán numeradas manualmente por uno de los encuestadores designado una vez terminado el proceso, es decir cuando todas estas estén llenas y debidamente supervisadas. La numeración debe ser llenada en el campo designado para este propósito con esferográfico de azul

3. DEL ELABORADO POR

Las encuestas serán llenadas manualmente por cada uno de los encuestadores.

II. EL ENCUESTADOR

Es el operario de campo de la encuesta, a quien el Hospital Cantonal Sangolquí confía la importante labor de llenar las encuestas de manera adecuada, es decir recopilar la información eficientemente en pacientes de Consulta externa.

3.1 Funciones del encuestador

1. Recepcionar, la información obtenida de los encuestados.
2. Trabajar en sitio asignado.

3. Llenar las encuestas conforme a las instrucciones facilitadas en los manuales y documentos respectivos; garantizando la cobertura y calidad de la información.
4. Luego de llenar la encuesta revisar los formularios (encuestados) diligenciados durante el levantamiento de la encuesta.
5. Cumplir con la programación de entrega y recepción de formularios.
6. Mantener permanentemente informando sobre los aspectos técnicos y disciplinarios, además del levantamiento de la encuesta.
7. Mantener ordenados y bajo estricto control el material recibido y revisado.
8. Dar respuestas ágiles a las solicitudes de visitas de control de calidad, que realicen el Jefe de campo, seguimiento y la coordinación técnica de la encuesta.

3.2 Prohibiciones del Encuestador

1. Delegar sus funciones en otra persona ajena o no a la encuesta, salvo causa justificada y con la aprobación de su responsable.
2. Atemorizar a las personas o entablar discusiones sobre temas políticos, religiosos o de cualquier índole
3. Alterar intencionalmente o de forma maliciosa los datos registrados en los formularios de la encuesta.
4. Relevar a terceras personas u otras entidades e instituciones ajenas a la organización de la encuesta, los datos obtenidos por los encuestadores; así como mostrar los formularios diligenciados, salvo requerimiento de la instancia superior.
5. Realizar otro tipo de actividades que no sean propias de su cargo
6. Abandonar su área de trabajo, excepto cuando haya finalizado su trabajo.
7. Consumir bebidas alcohólicas o cualquier sustancia alucinógena, durante y después de las jornadas de trabajo de campo.

3.3 Materiales del Encuestador

El supervisor contará con los siguientes materiales para desarrollar su trabajo

- ❖ Formulario (encuesta)
- ❖ Manual del encuestador
- ❖ Útiles de oficina

III. INSTUCCIONES PARA EL TRABAJO DE CAMPO

Las principales actividades que realizará el encuestador se detallan a continuación en cuanto a la manera de llenar la encuesta:

1. Llenar la encuesta con letra clara (legible) de preferencia manuscrita.
2. Buscar que la respuesta se asemeje a lo propuesto en el formulario tomando el menor tiempo posible en la encuesta.
3. Las preguntas deben ser llenadas así:

III. PROCEDIMIENTO DE LLENADO

3.1 FECHA

En este campo se procederá a colocar la fecha en la cual fue recopilada la información

3.2 LLENADO DEL CUESTIONARIO

Se deberá encuestar a cada paciente las 22 preguntas, el encuestador debe llenar la encuesta con una X según se percepción del paciente sobre el servicio

3.3 ESTRATEGIA DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Para recopilar los datos los encuestadores se ubicaran a la salida de consulta externa desde las 7:00 am hasta las 16:00 pm, se encuestara aleatoriamente por hora a 5 pacientes, pasando una hora por toda una semana incluyendo sábado medio día.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

INTRODUCCIÓN

Se presenta en este capítulo el análisis de los datos por etapas, siguiendo en cada una de ellas el modelo Interactivo de Miles y Huberman (1994), el cual consta de tres actividades: reducción de datos, presentación de los datos y obtención y verificación de conclusiones.

Una vez, codificada y categorizada toda la información recogida (aunque la reducción de datos ocurre a lo largo de todo el estudio), se procede a la interpretación de la misma, dicho así pareciera que la reducción de datos y el análisis de los mismos son procesos separados pero, en ocasiones no lo están. En este proceso de interpretación debemos decidir de qué manera vamos a presentar los resultados con la intención de que el lector pueda visualizarlos rápida y correctamente, que el fenómeno le sea comprensible y que, además, se evidencia la satisfacción de los pacientes del Hospital Sangolquí junto a las descripciones presentadas en este proyecto.

Luego se escriben las conclusiones de cada etapa, las cuales nutren las conclusiones finales, que se expondrán en el próximo capítulo, pues son tan variados los resultados obtenidos a través de la metodología de estudio de caso que, de otra manera, sería difícil reducirlos.

Todo el análisis está guiado por los objetivos de este estudio, en él está presente la triangulación (de métodos, personas y momentos) y utilizamos una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos (análisis mixto).

Se realizó 139 encuestas mediante la Muestra aleatoria Simple con pacientes de Consulta externa de las distintas especialidades luego de haber recibido tanto el servicio en ventanillas como el servicio médico, y a continuación se presentara los resultados obtenidos en la investigación

RESULTADOS

Tabla 1

Fecha

		Fecha			
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Lunes, 30 de Septiembre del 2013	25	18,0	18,0	18,0
	Martes, 1 de Octubre del 2013	25	18,0	18,0	36,0
	Miércoles, 2 de Octubre del 2013	25	18,0	18,0	54,0
	Jueves, 3 de Octubre del 2013	25	18,0	18,0	71,9
	Viernes, 4 de Octubre del 2013	25	18,0	18,0	89,9
	Sábado, 5 de Octubre del 2013	14	10,1	10,1	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

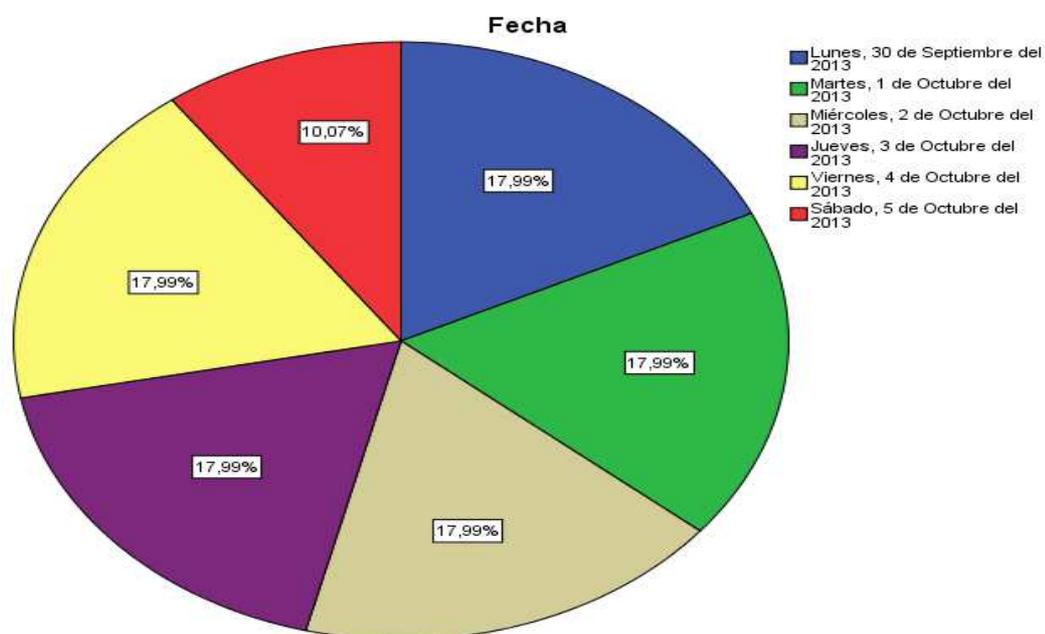


Gráfico 7: Fecha

Análisis:

Las encuestas fueron realizados de lunes a viernes en un 17,99 % cada uno de estos días, mientras que el sábado se redujeron a un 10,07% debido a que el hospital no trabaja el día completo

Tabla 2

¿El Hospital tiene equipos modernos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	41	29,5	29,5	29,5
	Muy Satisfecho	42	30,2	30,2	59,7
	Poco Satisfecho	31	22,3	22,3	82,0
	Indiferente	3	2,2	2,2	84,2
	Poco Insatisfecho	17	12,2	12,2	96,4
	Muy Insatisfecho	5	3,6	3,6	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

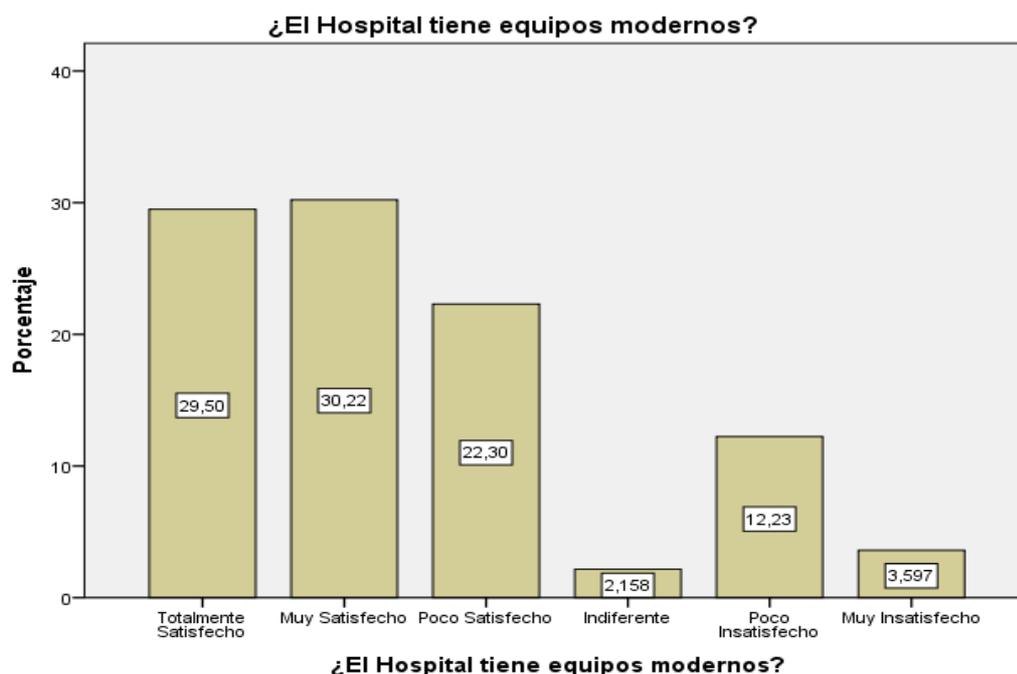


Gráfico 8: ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Análisis:

En su mayoría los encuestados se encuentran satisfechos con los equipos que tiene el Hospital, calificando muy satisfecho el 30.22%, totalmente satisfecho el 29.50% y poco satisfecho el 22.30%; aunque hay un factor importante que considerar el 12.33% se encuentra poco satisfecho y el 3.597 % que es muy insatisfecho con los equipos que tiene el hospital

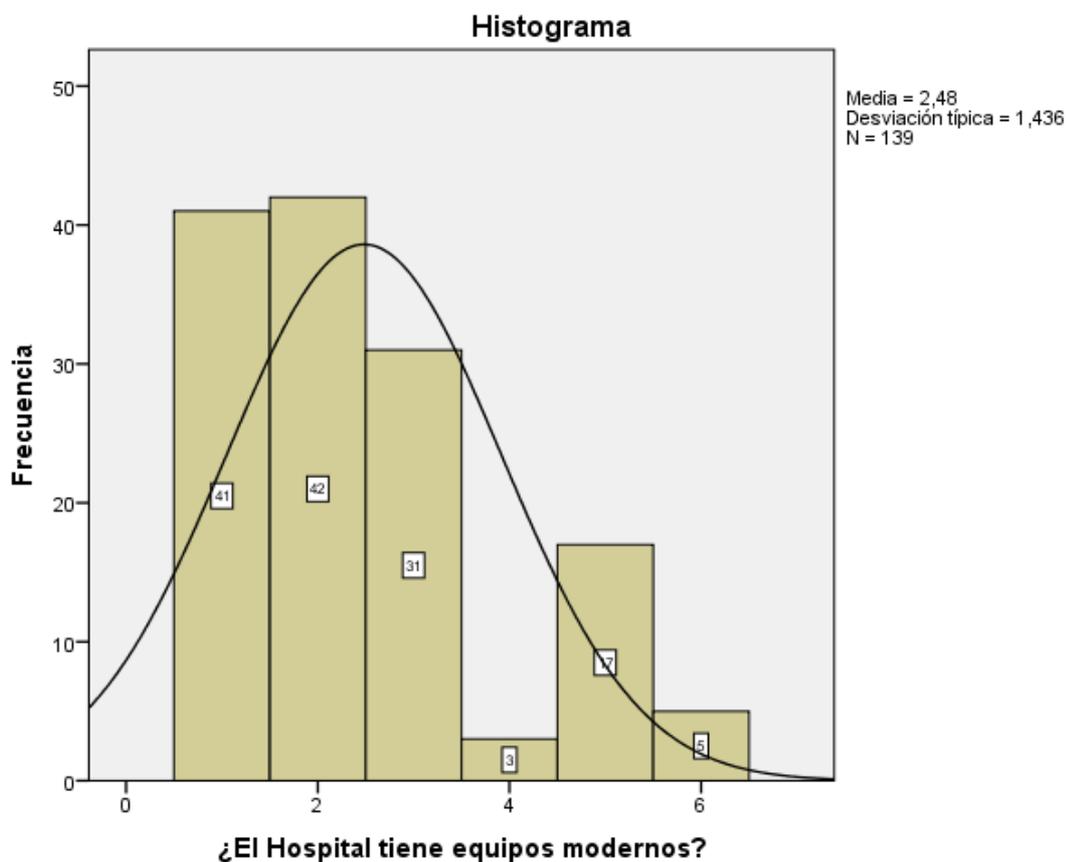


Gráfico 9: Histograma: ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2,48 que consideran que el Hospital tiene equipos modernos, que se encuentra acercándose al poco satisfecho, considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 3

¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	62	44,6	44,6	44,6
	Muy Satisfecho	30	21,6	21,6	66,2
	Poco Satisfecho	34	24,5	24,5	90,6
	Indiferente	1	,7	,7	91,4
	Poco Insatisfecho	9	6,5	6,5	97,8
	Muy Insatisfecho	3	2,2	2,2	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

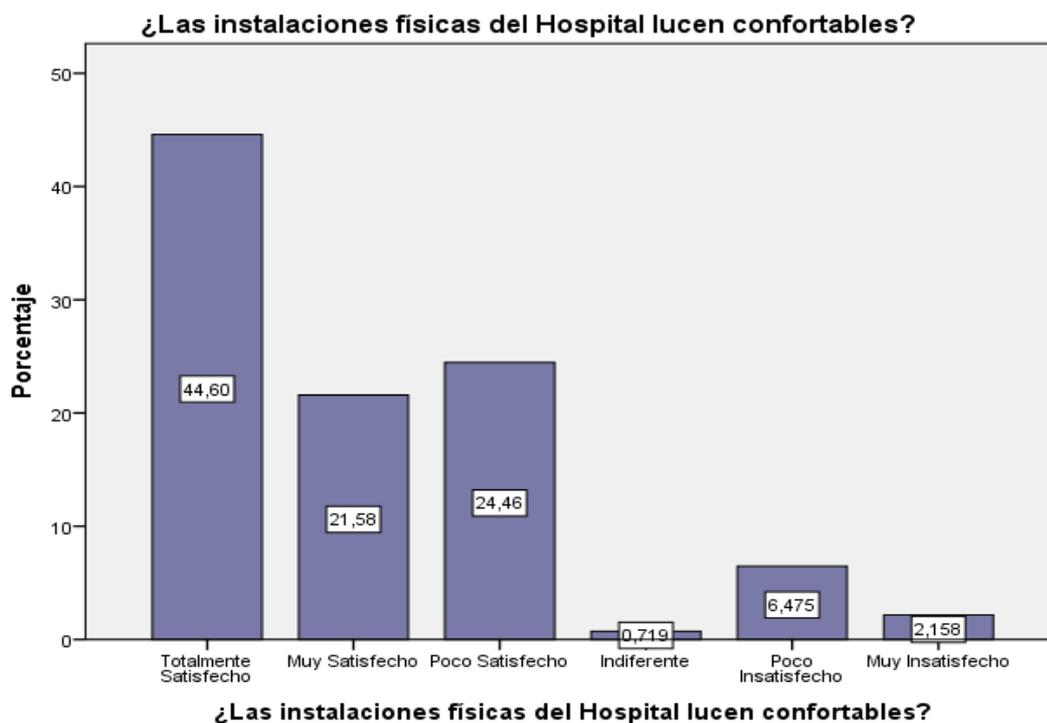


Gráfico 10: ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Análisis:

El mayor porcentaje de los encuestados con un 44,60% que se consideran totalmente satisfechos con las instalaciones del Hospital; como punto importantes un 6.475 se encuentra poco insatisfecho y un 2.158 muy insatisfecho con las instalaciones que tiene el Hospital

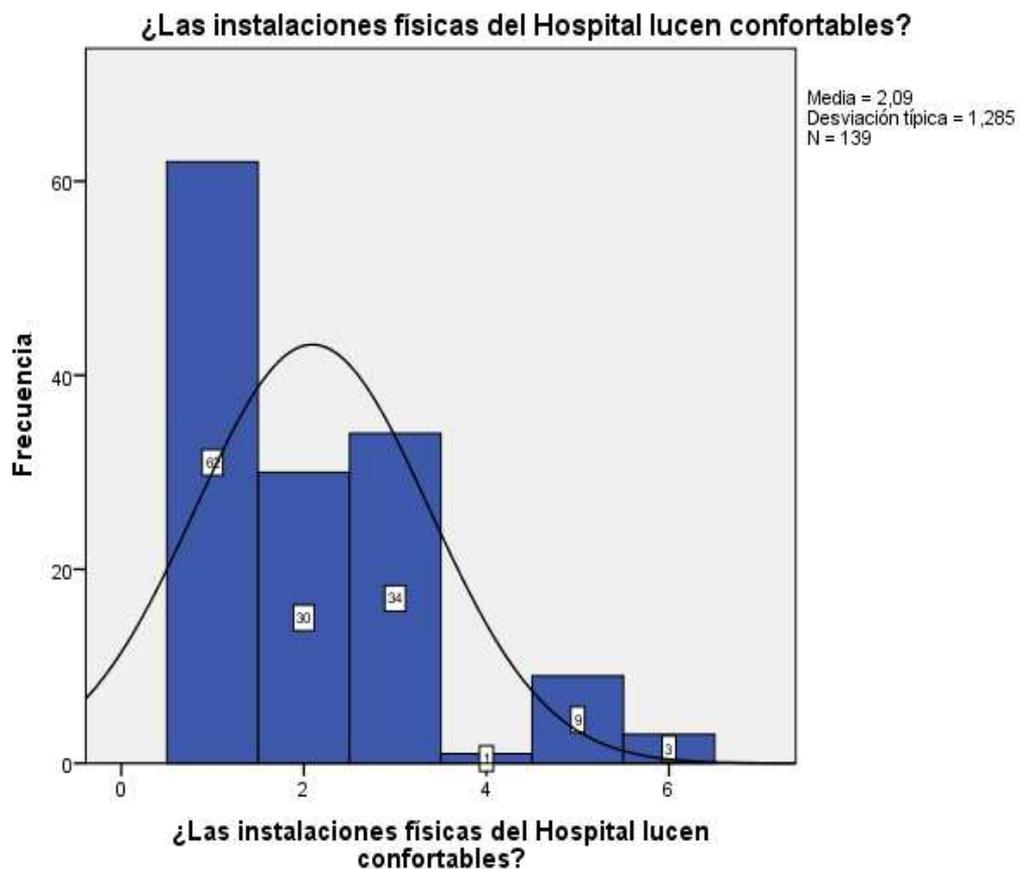


Gráfico 11: Histograma: ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2,09 que se encuentra muy satisfechos con las instalaciones físicas del Hospital que lucen confortables. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 4

¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?

¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	123	88,5	88,5	88,5
	Muy Satisfecho	12	8,6	8,6	97,1
	Poco Satisfecho	2	1,4	1,4	98,6
	Poco Insatisfecho	2	1,4	1,4	100,0
	Total	139	100,0	100,0	



Gráfico 12: ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?

Análisis:

En su mayoría los encuestados se encuentran conforme con la apariencia pulcra del personal del Hospital de Sangolquí, calificando totalmente satisfecho un 88,49% de los encuestados mientras que existe un 1,439% que califico negativamente como poco insatisfecho.

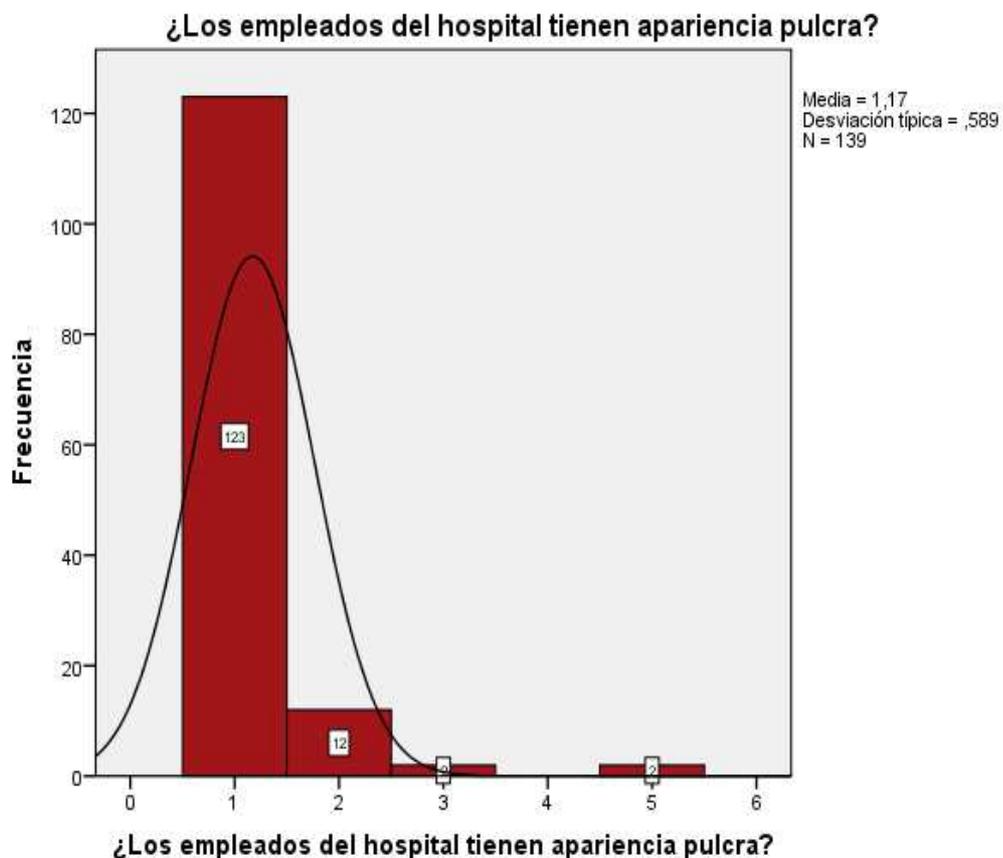


Gráfico 13: Histograma: ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.17 que se encuentra totalmente satisfecho con la apariencia pulcra del personal del Hospital de Sangolquí. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 5

¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?

¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	92	66,2	66,2	66,2
	Muy Satisfecho	25	18,0	18,0	84,2
	Poco Satisfecho	15	10,8	10,8	95,0
	Indiferente	3	2,2	2,2	97,1
	Poco Insatisfecho	4	2,9	2,9	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?

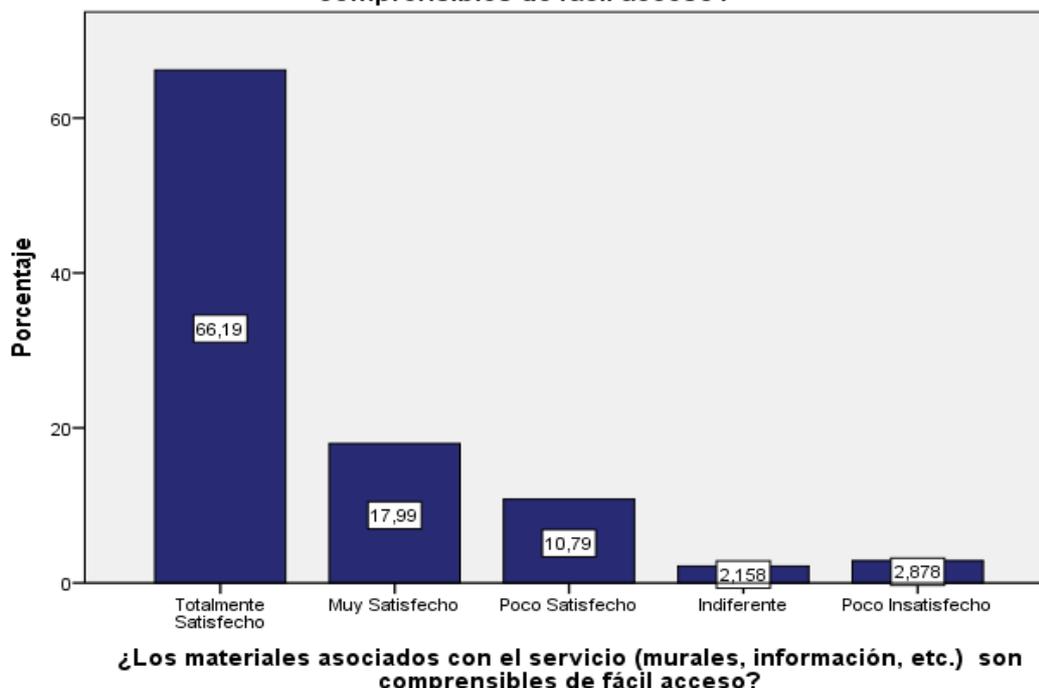


Gráfico 14: ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?

Análisis:

Los encuestados en un 66.19% se encuentra totalmente satisfecho con el material de comunicación que utiliza el hospital, mientras que existe un 2.878% que se encuentra poco satisfecho.

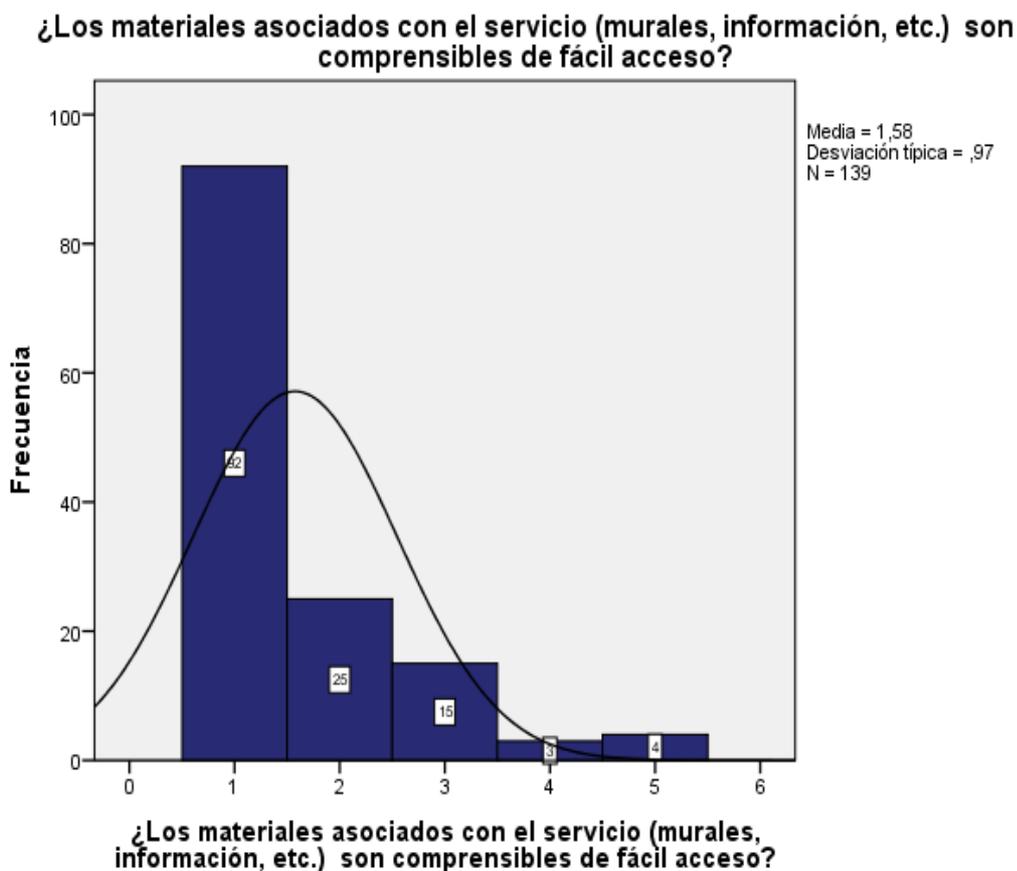


Gráfico 15: ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.58 acercándose al muy satisfecho con el material de comunicación que utiliza el hospital de Sangolquí. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 6

¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?

¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	40	28,8	28,8	28,8
	Muy Satisfecho	25	18,0	18,0	46,8
	Poco Satisfecho	34	24,5	24,5	71,2
	Indiferente	37	26,6	26,6	97,8
	Poco Insatisfecho	3	2,2	2,2	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

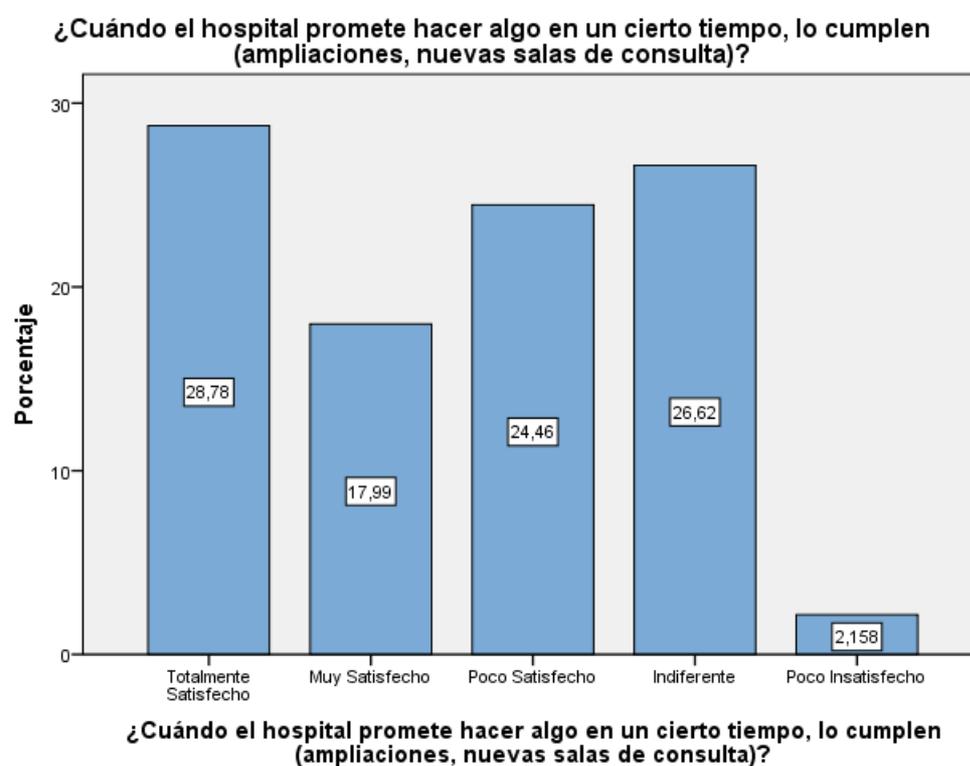


Gráfico 16: ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?

Análisis:

Los encuestados en su mayoría con el 28,78% se encuentran totalmente satisfechos, cuando el hospital promete algo y lo cumple, mientras que un 2,158 se siente poco satisfecho y el 26,62% se encuentra neutral calificando indiferente

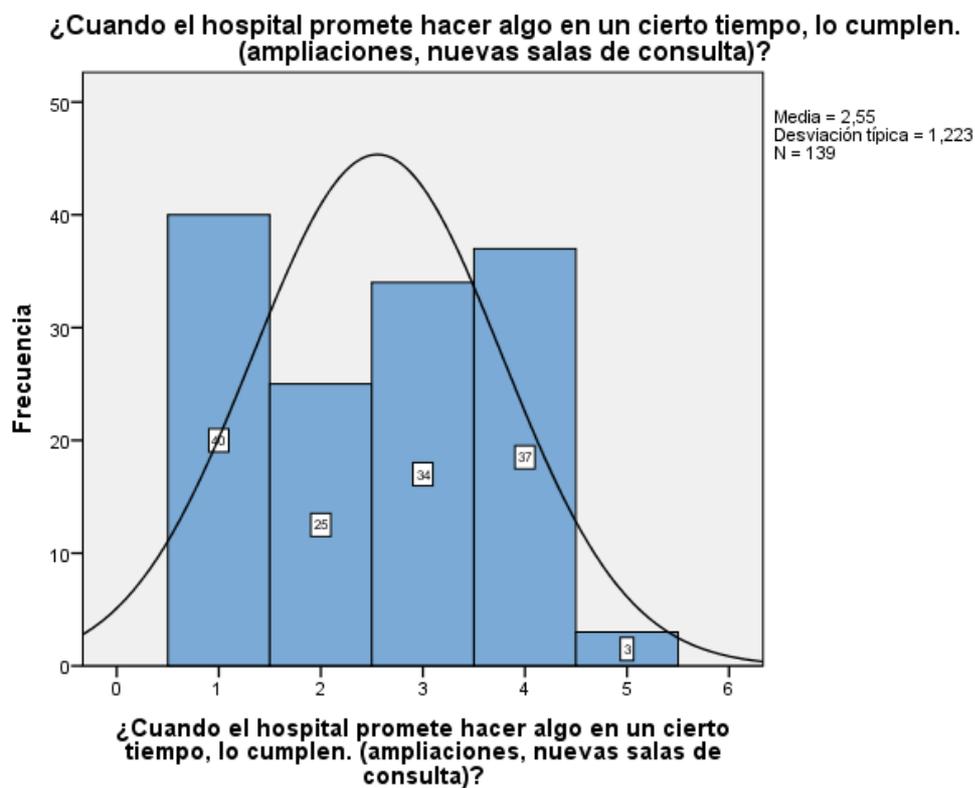


Gráfico 17: Histograma: ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.55 acercándose al poco satisfecho cuando el hospital promete algo, lo cumple. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho.

Tabla 7

¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?

¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	40	28,8	28,8	28,8
	Muy Satisfecho	19	13,7	13,7	42,4
	Poco Satisfecho	57	41,0	41,0	83,5
	Poco Insatisfecho	14	10,1	10,1	93,5
	Muy Insatisfecho	9	6,5	6,5	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

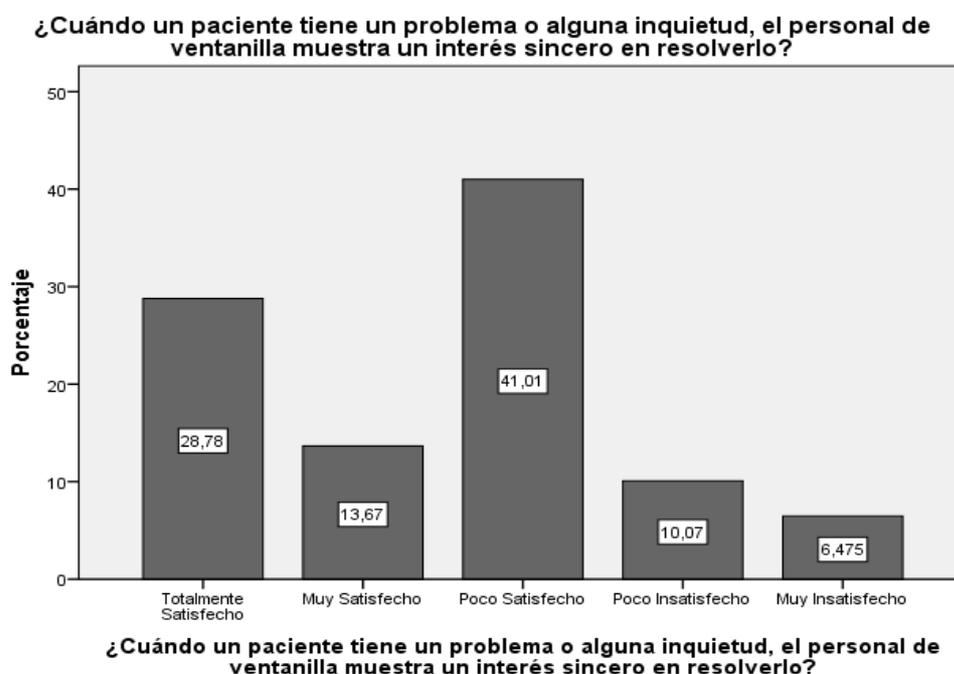


Gráfico 18: ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?

Análisis:

Los encuestados en su mayoría con un 41.01% se encuentra poco satisfecho con el personal de ventanilla que le ofrece su ayuda en resolver algún problema o inquietud, mientras que existe una inconformidad de un 10.07% se encuentra poco insatisfecho y un 6.475 muy insatisfecho.

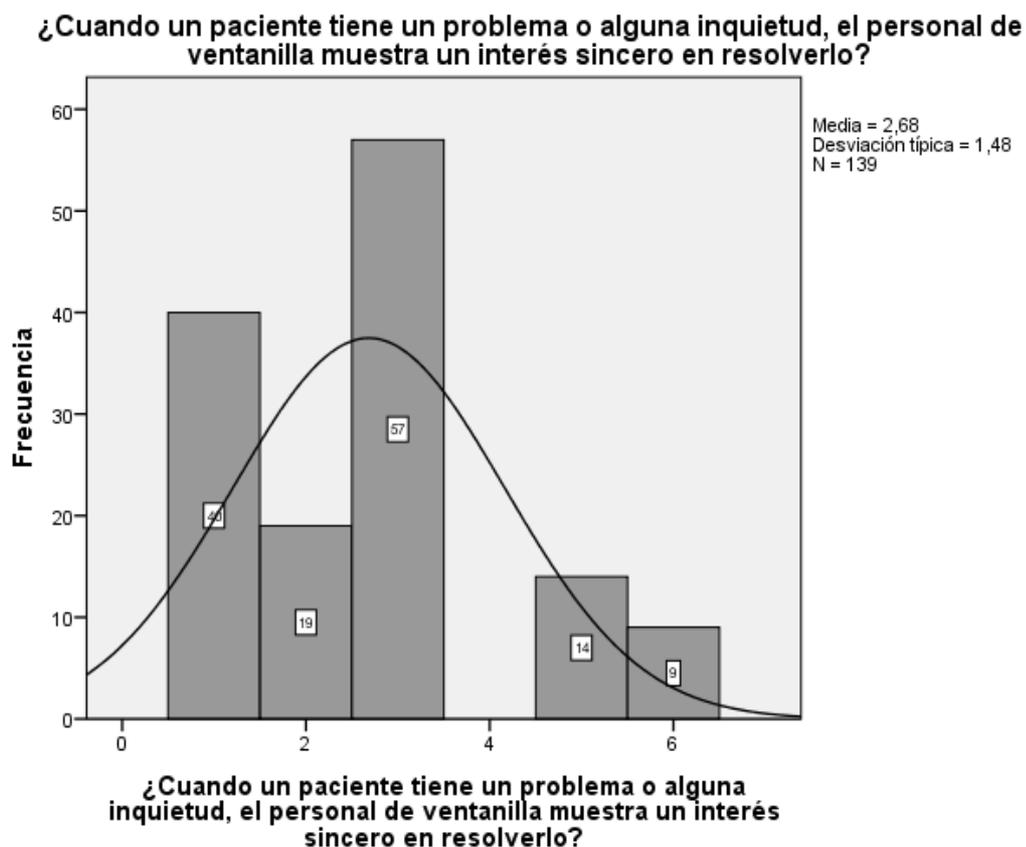


Gráfico 19: Histograma: ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.68 acercándose al poco satisfecho con el personal de ventanilla que le ofrece su ayuda en resolver algún problema o inquietud. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 8

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	38	27,3	27,3	27,3
	Muy Satisfecho	39	28,1	28,1	55,4
	Poco Satisfecho	38	27,3	27,3	82,7
	Poco Insatisfecho	20	14,4	14,4	97,1
	Muy Insatisfecho	4	2,9	2,9	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

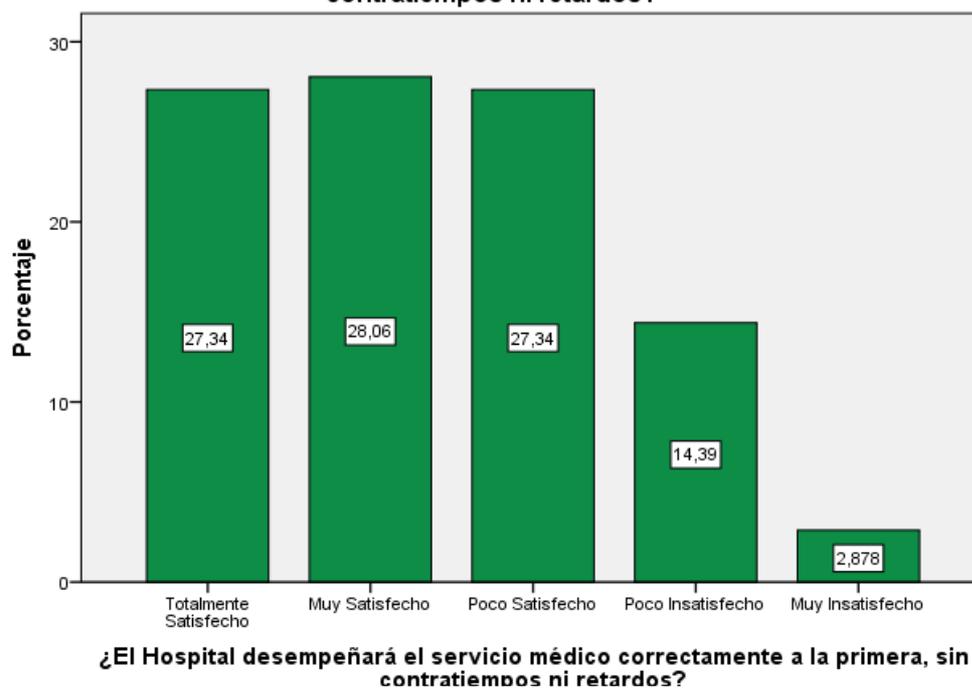


Gráfico 20: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

Análisis:

En su mayoría con un 28.06% se encuentra muy satisfecho con el servicio médico que se brinda en el hospital, sin tener contratiempos ni retrasos; mientras que un 2.878% califica como muy insatisfecho este servicio ya que el médico no ha estado o les han dejado el turno para otro día teniendo retrasos

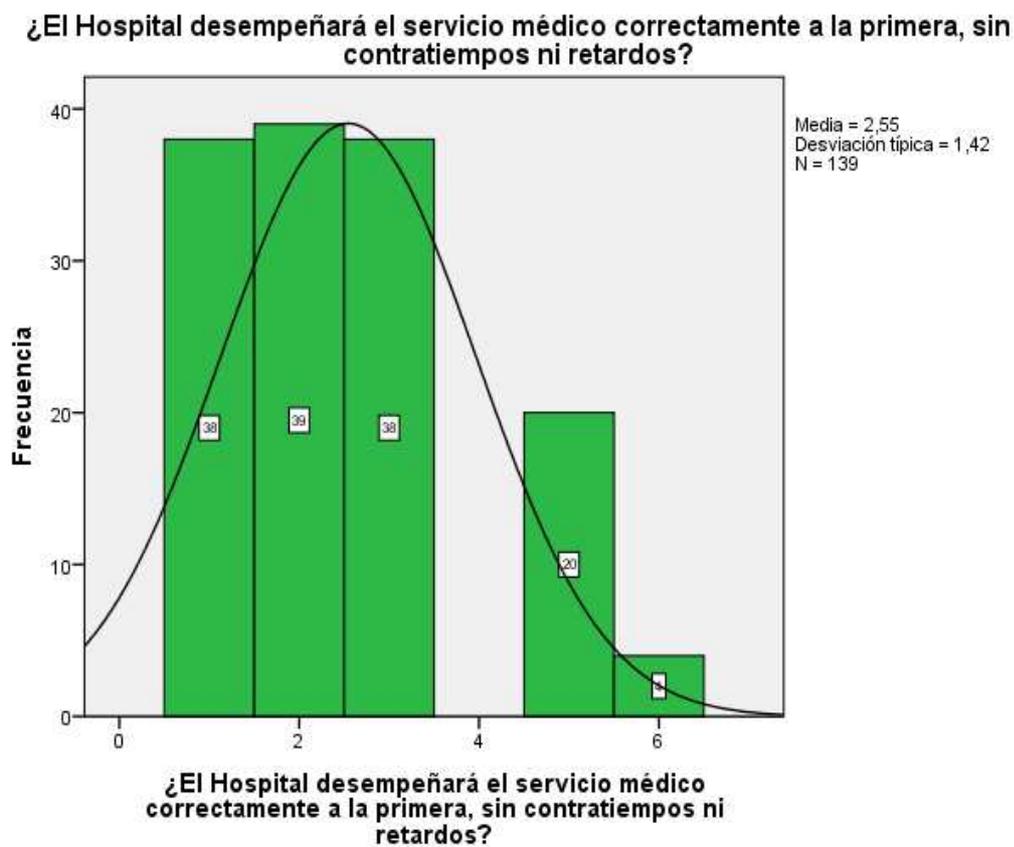


Gráfico 21: Histograma: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.55 acercándose al poco satisfecho con el servicio médico que se brinda en el hospital, sin tener contratiempos ni retrasos. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 9

¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?

¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	73	52,5	52,5	52,5
	Muy Satisfecho	33	23,7	23,7	76,3
	Poco Satisfecho	22	15,8	15,8	92,1
	Indiferente	3	2,2	2,2	94,2
	Poco Insatisfecho	7	5,0	5,0	99,3
	Muy Insatisfecho	1	,7	,7	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?

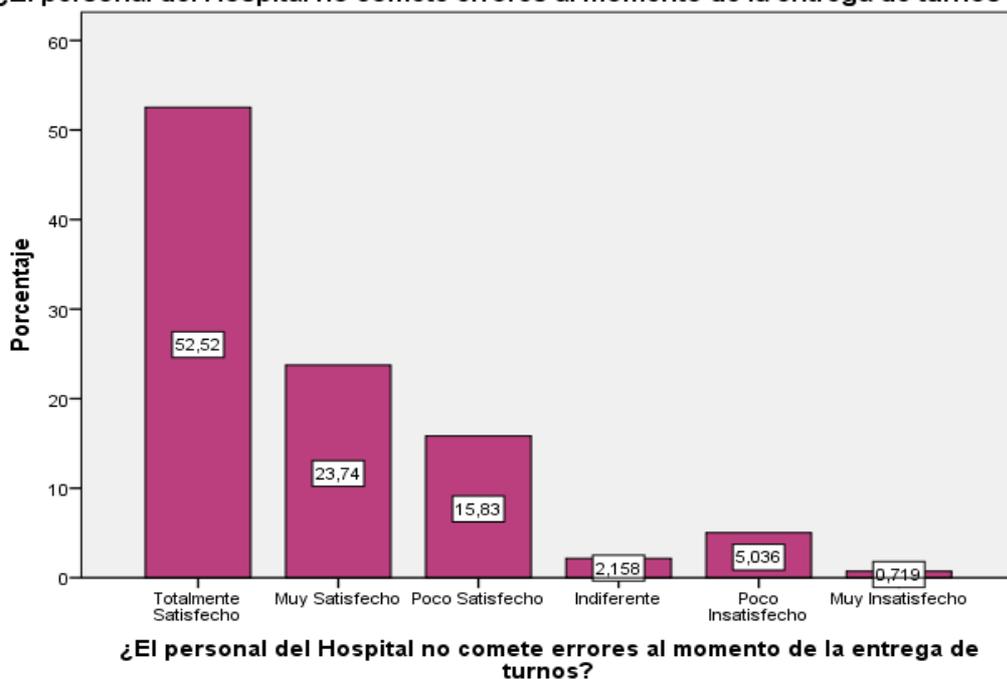


Gráfico 22: ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?

Análisis:

En su mayoría el 52.52% de los encuestados se encuentra totalmente satisfecho con la entrega de turnos, mientras que una minoría importante para tomar en cuenta muestra inconformidad asegurando que existen errores en la entrega de turnos con un 5.036% como poco satisfecho y un 0.719% muy insatisfecho

¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?

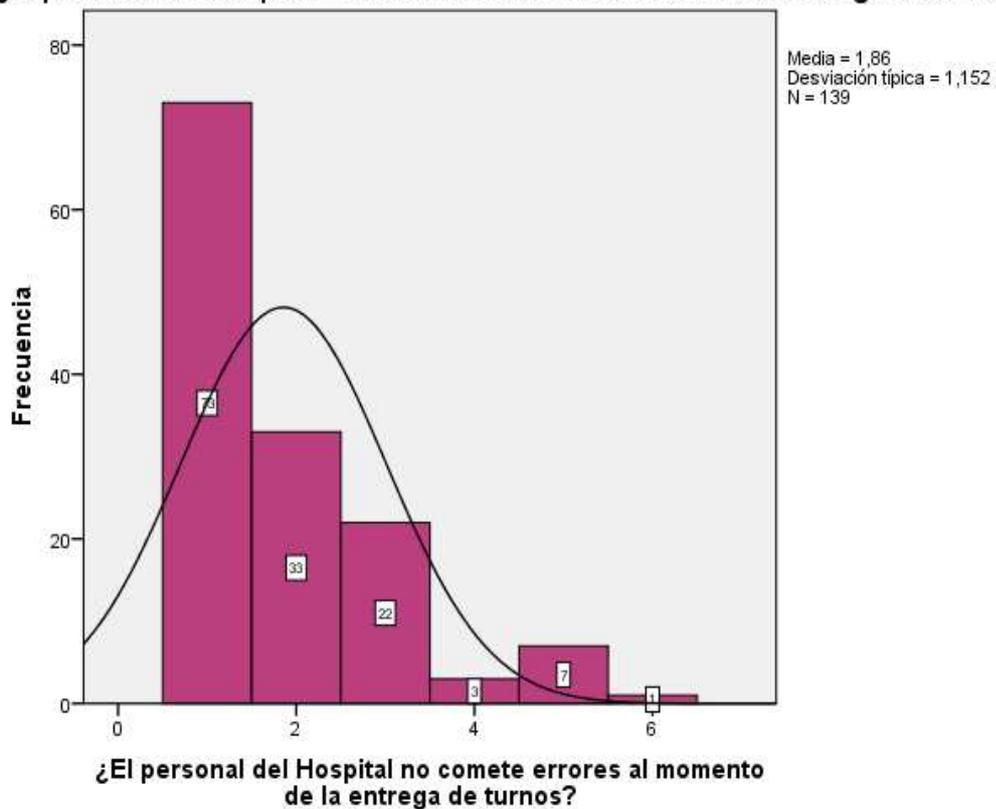


Gráfico 23: Histograma: ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?

Análisis:

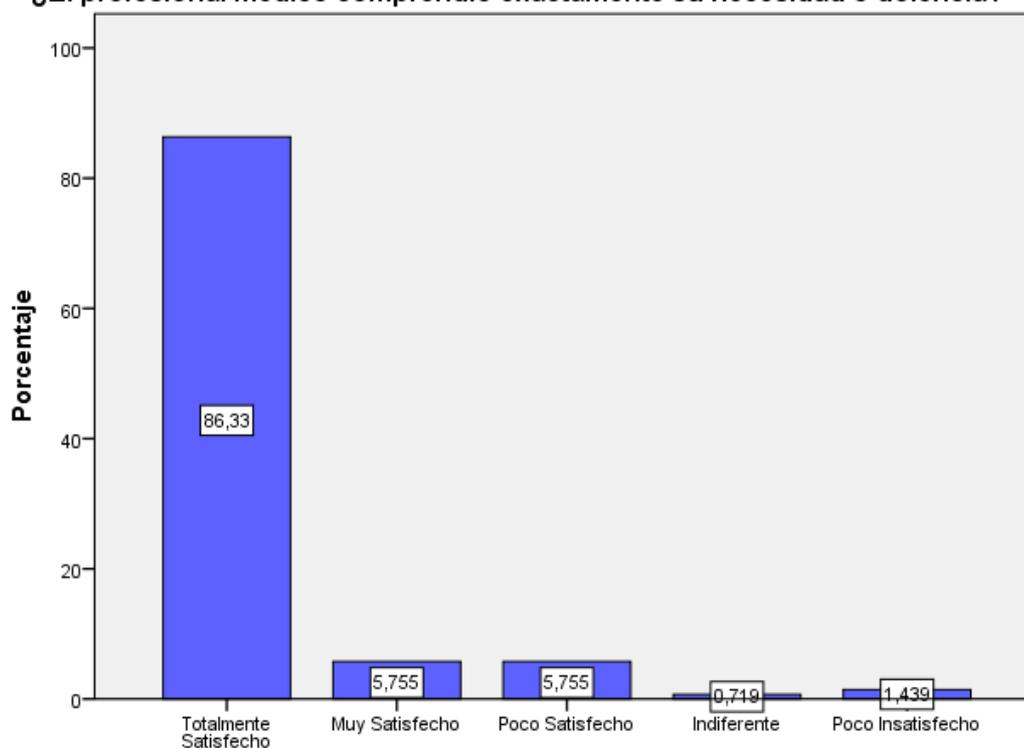
Tiene un promedio de satisfacción del 1.86 acercándose al muy satisfecho con el proceso de entrega de turnos. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 10

¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	120	86,3	86,3	86,3
	Muy Satisfecho	8	5,8	5,8	92,1
	Poco Satisfecho	8	5,8	5,8	97,8
	Indiferente	1	,7	,7	98,6
	Poco Insatisfecho	2	1,4	1,4	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?



¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

Gráfico 24: ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

Análisis:

El 86.33% de los encuestados se encuentran totalmente satisfechos con los médicos que comprendieron su necesidad o dolencia, mientras el 1.439% se encuentra poco insatisfecho

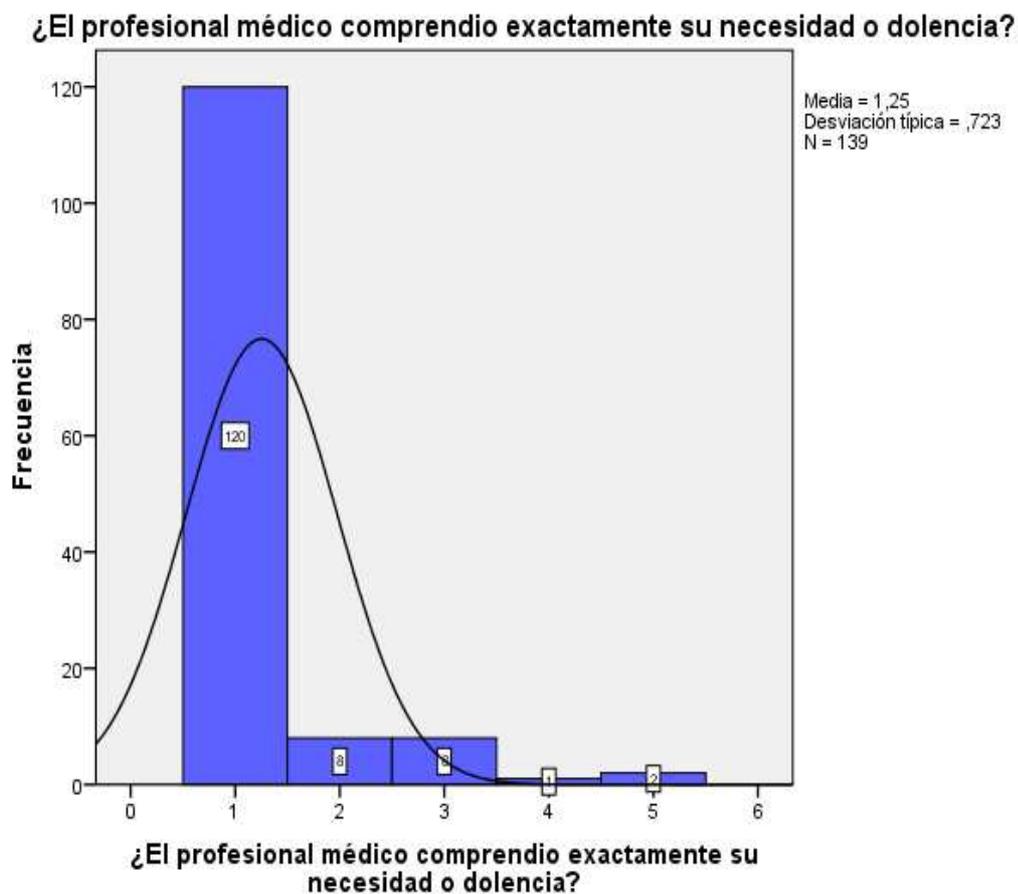


Gráfico 25: Histograma: ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

Análisis:

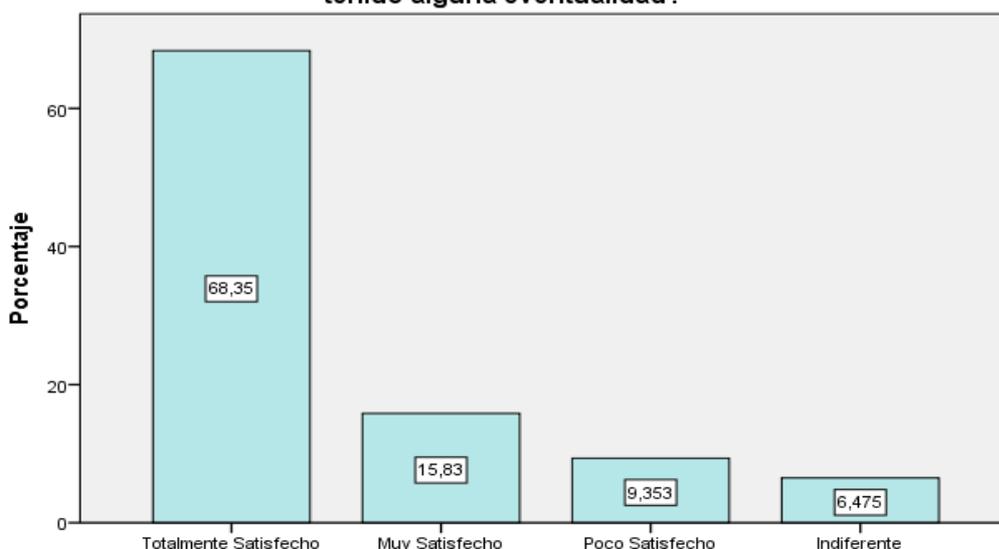
Tiene un promedio de satisfacción del 1.25 acercándose al totalmente satisfecho con los médicos que comprendieron su necesidad o dolencia. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla11

¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?

¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	95	68,3	68,3	68,3
	Muy Satisfecho	22	15,8	15,8	84,2
	Poco Satisfecho	13	9,4	9,4	93,5
	Indiferente	9	6,5	6,5	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?



¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?

Gráfico 26: ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y cómo serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?

Análisis:

El 68.35% de los encuestados se encuentran totalmente satisfecho aseguran que se les informa cuando y como se les brindara el servicio médico en el caso de que algún doctor haya tenido alguna una eventualidad

¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuando y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?

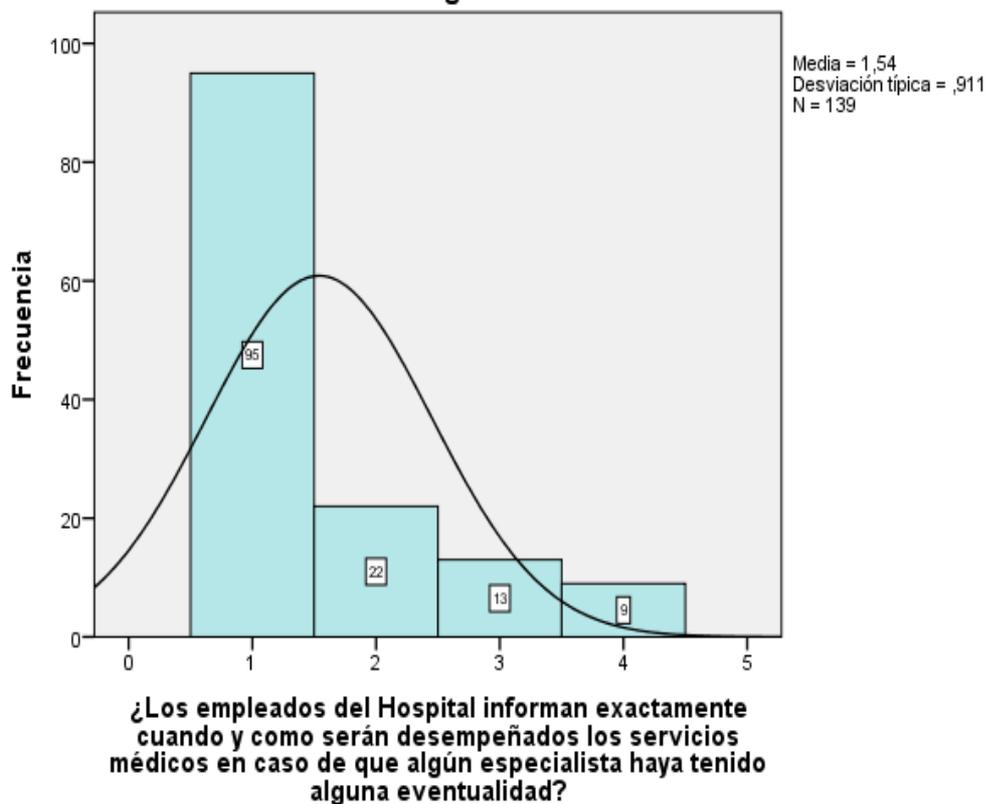


Gráfico 27: Histograma: ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.54 acercándose al muy satisfecho que se les informa cuando y como se les brindara el servicio médico en el caso de que algún doctor haya tenido alguna una eventualidad. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 12

¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?

¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	100	71,9	71,9	71,9
	Muy Satisfecho	31	22,3	22,3	94,2
	Poco Satisfecho	2	1,4	1,4	95,7
	Indiferente	1	,7	,7	96,4
	Poco Insatisfecho	5	3,6	3,6	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

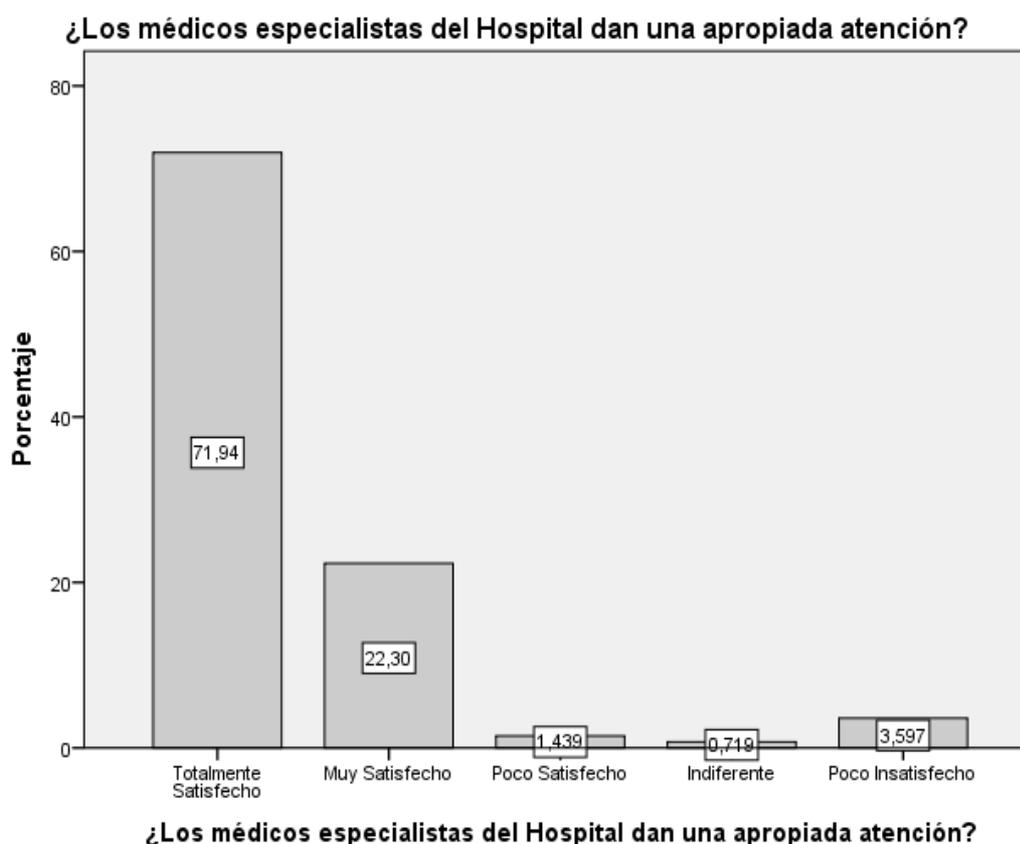


Gráfico 28: ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?

Análisis:

El 71.94% de los encuestados se encuentran totalmente satisfecho con la atención de los médicos especialistas, mientras algunos no lo consideran apropiado con un 3.597% calificándolo como poco insatisfecho

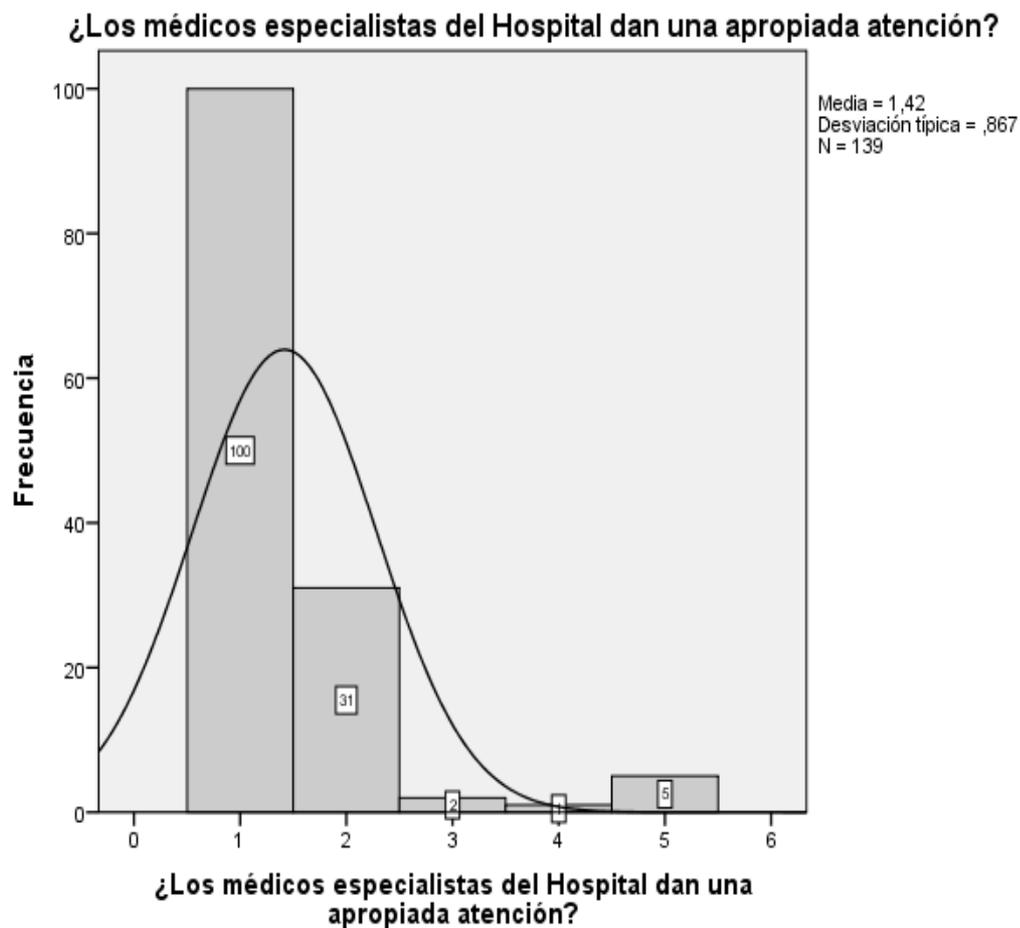


Gráfico 29: Histograma: ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.42 acercándose al totalmente satisfecho con la atención de los médicos especialistas. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 13

¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?

¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	38	27,3	27,3	27,3
	Muy Satisfecho	30	21,6	21,6	48,9
	Poco Satisfecho	45	32,4	32,4	81,3
	Indiferente	1	,7	,7	82,0
	Poco Insatisfecho	24	17,3	17,3	99,3
	Muy Insatisfecho	1	,7	,7	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?

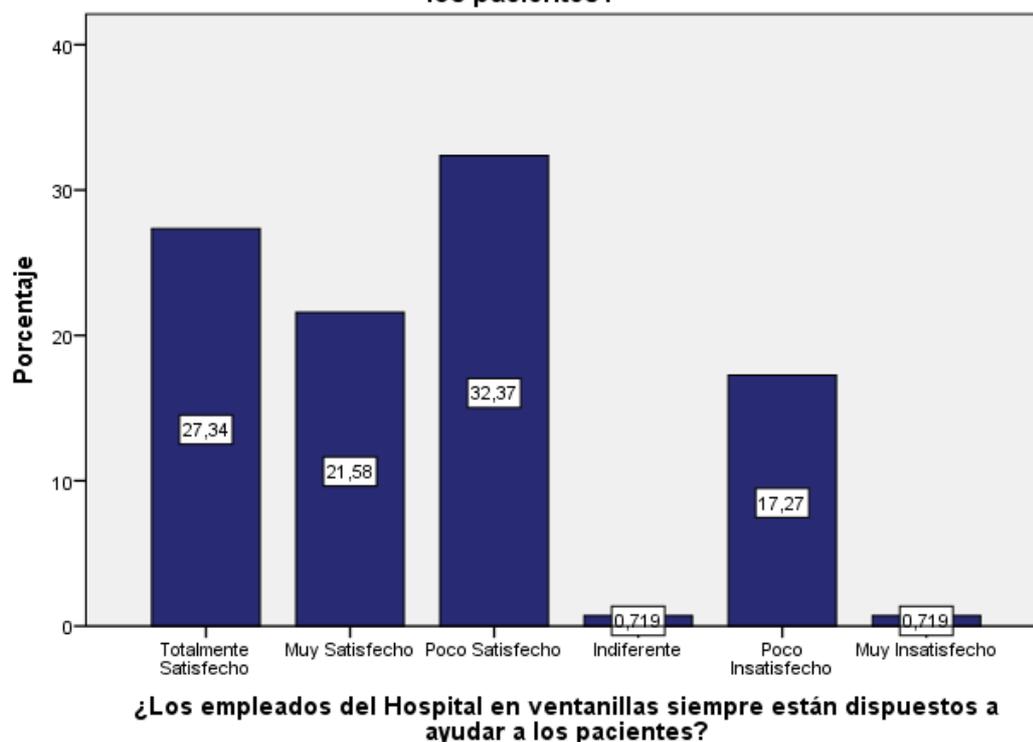


Gráfico 30: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?

Análisis:

El 32,37% de los encuestados se encuentran poco satisfecho con actitud del personal de ventanilla para ayudar, mientras algunos no lo consideran aptos calificándolos un 17,27 como poco insatisfecho y un 0,719% como muy insatisfecho

¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?

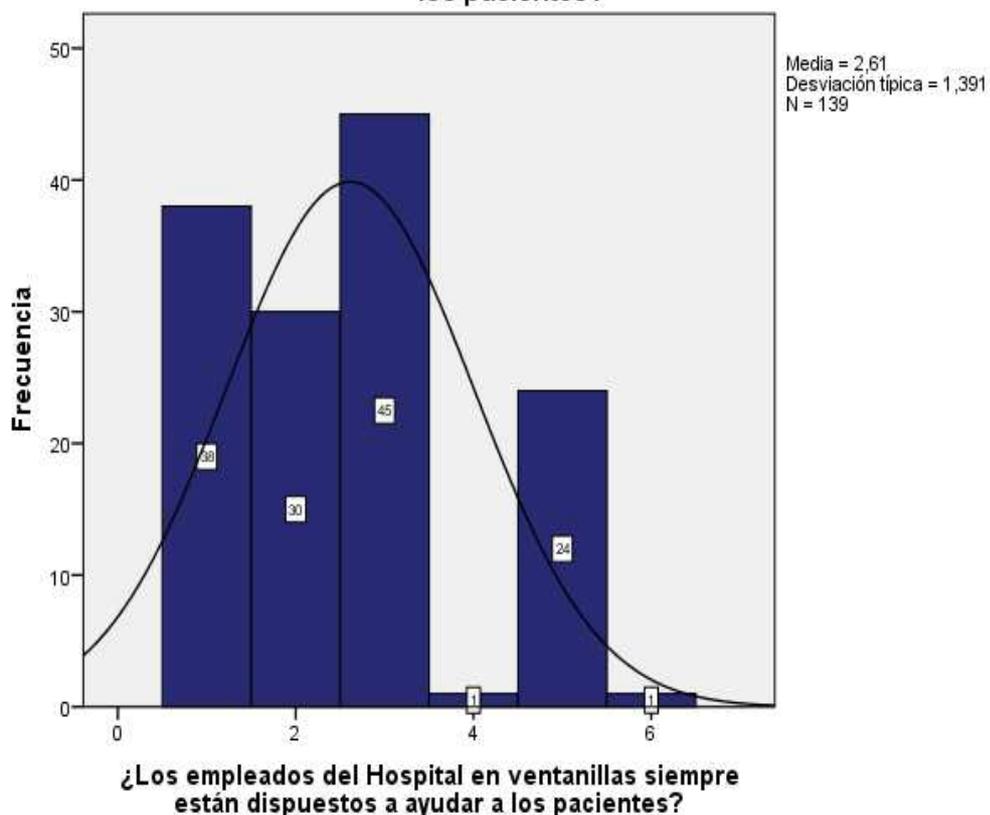


Gráfico 31: Histograma: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.61 acercándose al poco satisfecho con actitud del personal de ventanilla para ayudar. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 14

¿Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?

¿Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	34	24,5	24,5	24,5
	Muy Satisfecho	36	25,9	25,9	50,4
	Poco Satisfecho	41	29,5	29,5	79,9
	Indiferente	3	2,2	2,2	82,0
	Poco Insatisfecho	24	17,3	17,3	99,3
	Muy Insatisfecho	1	,7	,7	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?

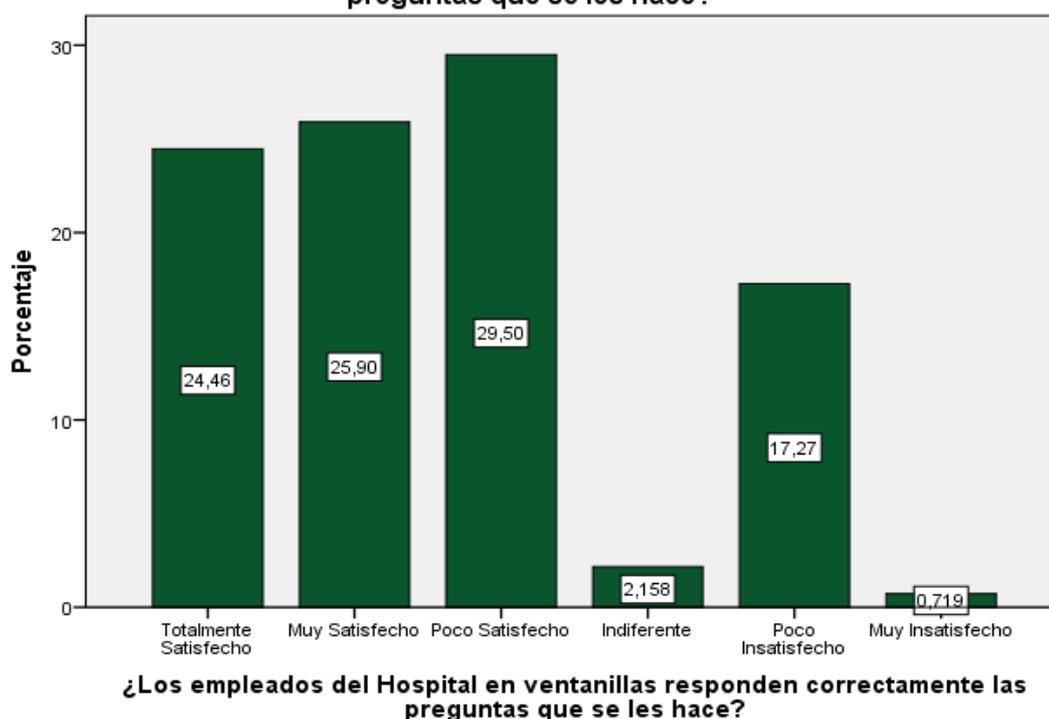


Gráfico 32: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?

Análisis:

El 29.5% de los encuestados se encuentran poco satisfecho con el personal de ventanilla al momento de responder preguntas, mientras algunos lo consideran 17.27% como poco insatisfecho y un 0.719% como muy insatisfecho



Gráfico 33: Histograma: ¿Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.64 acercándose al poco satisfecho con el personal de ventanilla al momento de responder preguntas. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 15

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	102	73,4	73,4	73,4
	Muy Satisfecho	23	16,5	16,5	89,9
	Poco Satisfecho	12	8,6	8,6	98,6
	Indiferente	1	,7	,7	99,3
	Poco Insatisfecho	1	,7	,7	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

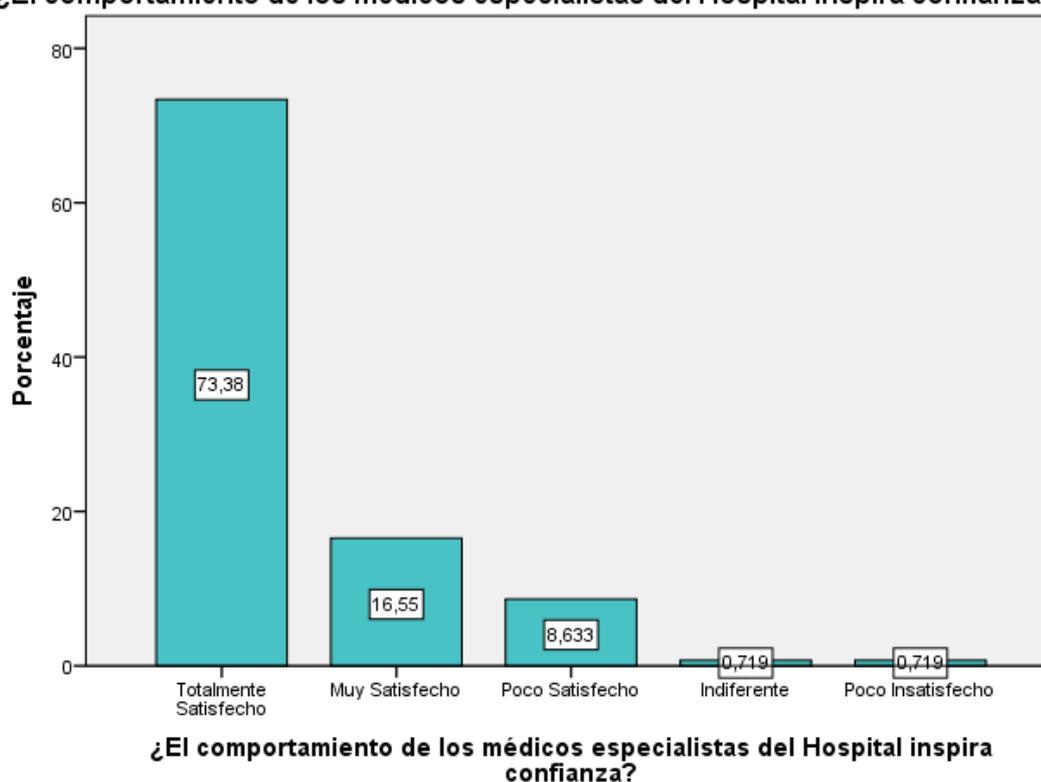


Gráfico 34: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

Análisis:

El 73.38% de los encuestados se encuentran totalmente satisfecho con la confianza que inspira el médico al momento de brindar el servicio, mientras algunos no lo consideran confiable calificándolo un 0.719% como poco insatisfecho.

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

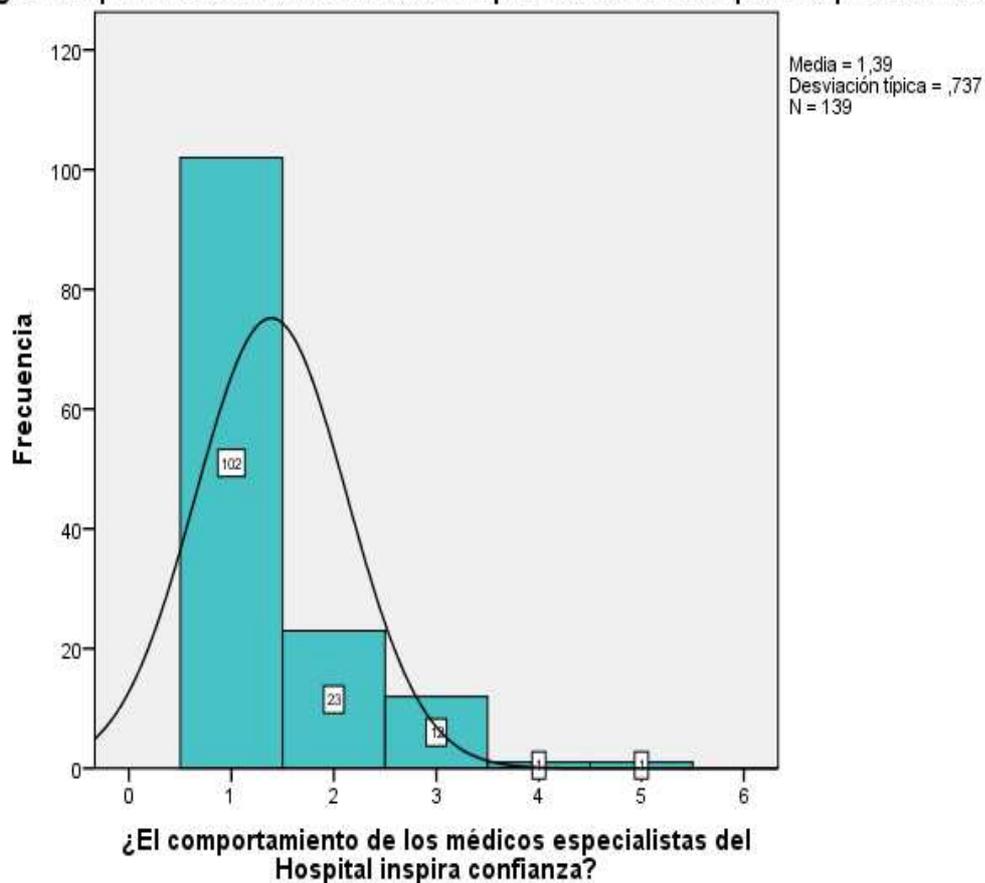


Gráfico 35: Histograma: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.39 acercándose al totalmente satisfecho con la confianza que inspira el médico al momento de brindar el servicio. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 16

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	85	61,2	61,2	61,2
	Muy Satisfecho	32	23,0	23,0	84,2
	Poco Satisfecho	21	15,1	15,1	99,3
	Indiferente	1	,7	,7	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?

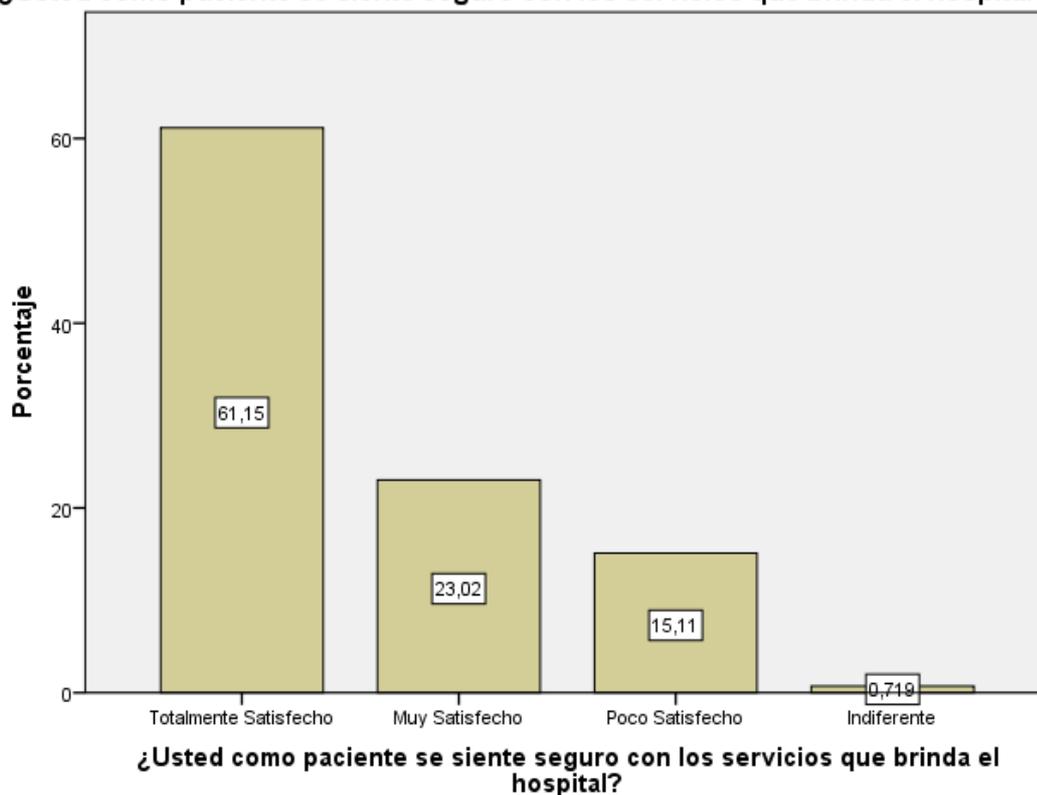


Gráfico 36: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?

Análisis:

El 61,15% de los encuestados se encuentran totalmente satisfechos con el servicio que brinda el hospital.

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?

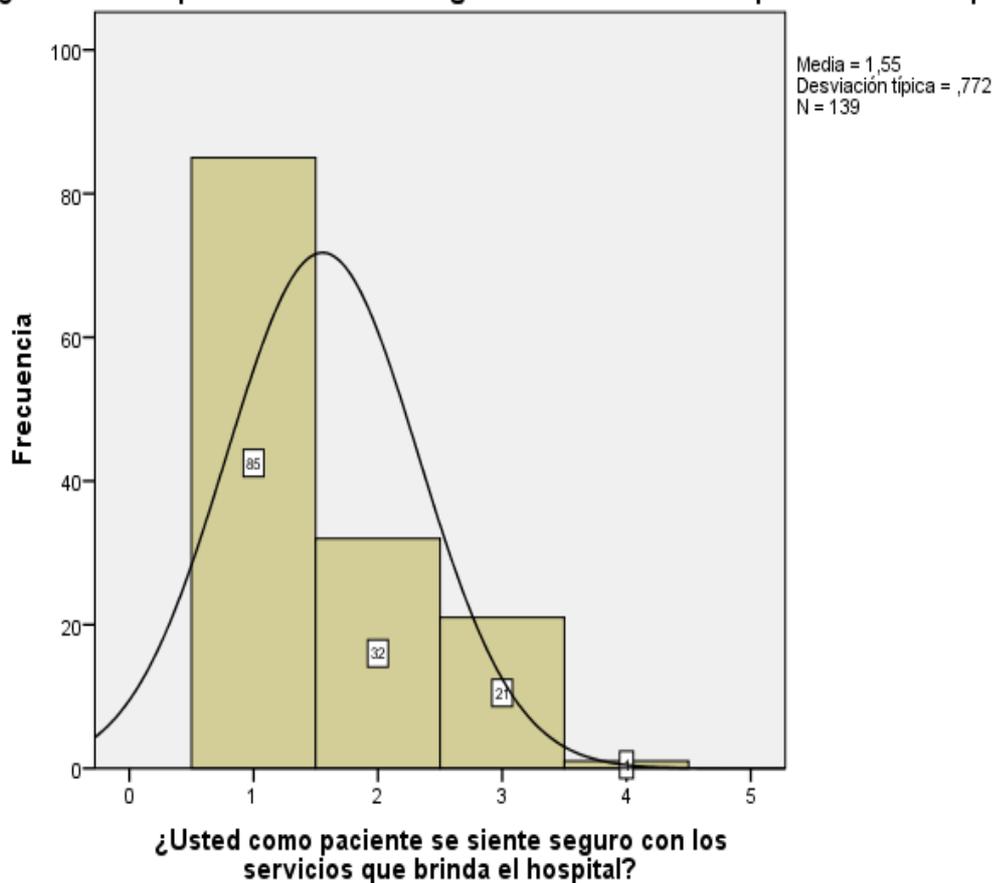


Gráfico 37: Histograma: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?

Análisis:

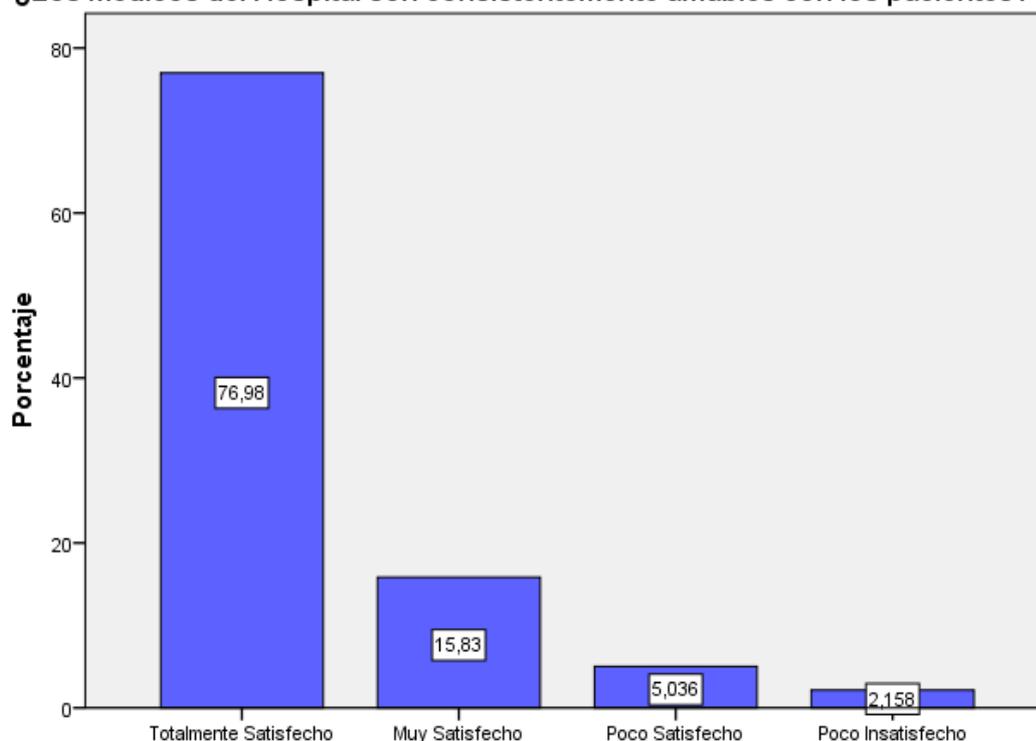
Tiene un promedio de satisfacción del 1.55 acercándose al muy satisfecho con la seguridad del servicio que brinda el hospital. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 17

¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?

¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	107	77,0	77,0	77,0
	Muy Satisfecho	22	15,8	15,8	92,8
	Poco Satisfecho	7	5,0	5,0	97,8
	Poco Insatisfecho	3	2,2	2,2	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?



¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?

Gráfico 38: ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?

Análisis:

El 76.98% de los encuestados consideran totalmente satisfecho con la amabilidad de los médicos en su trato a los pacientes, mientras algunos no lo consideran así, calificándolo un 2.158% como poco insatisfecho.

¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?

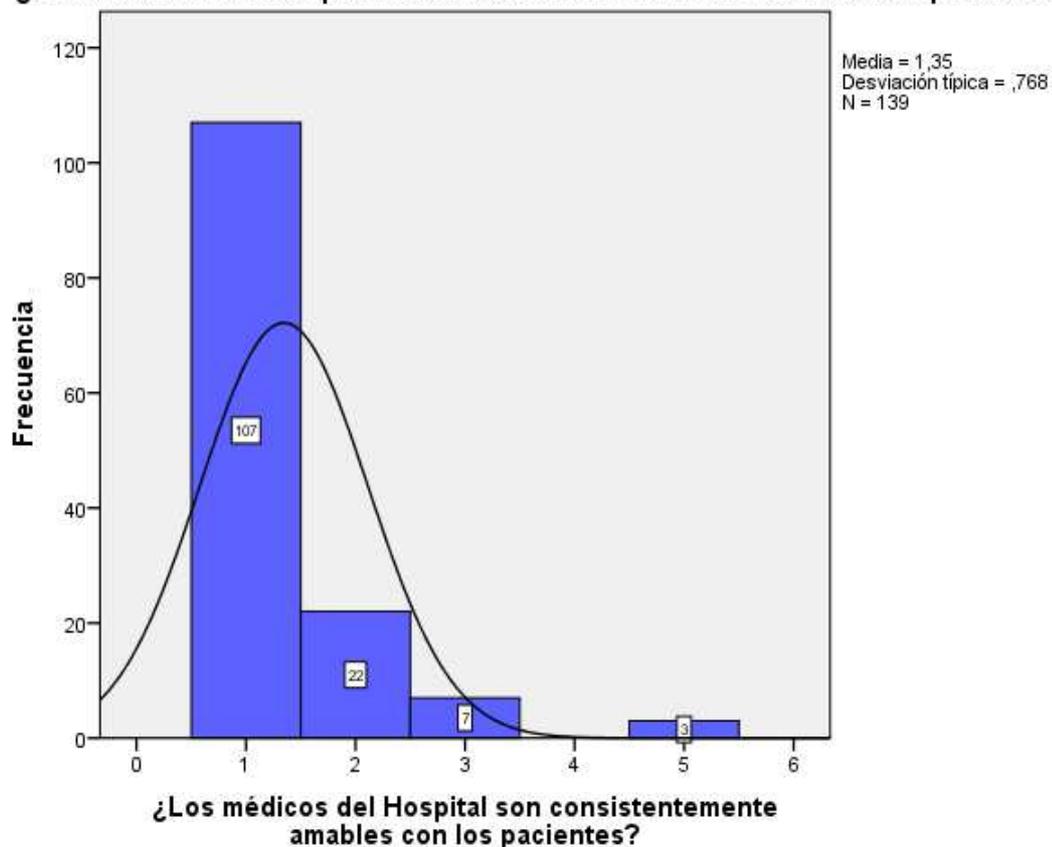


Gráfico 39: Histograma: ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.35 acercándose al totalmente satisfecho con la amabilidad de los médicos a la hora de brindar el servicio. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 18

¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?

¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	32	23,0	23,0	23,0
	Muy Satisfecho	31	22,3	22,3	45,3
	Poco Satisfecho	48	34,5	34,5	79,9
	Indiferente	1	,7	,7	80,6
	Poco Insatisfecho	20	14,4	14,4	95,0
	Muy Insatisfecho	7	5,0	5,0	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?

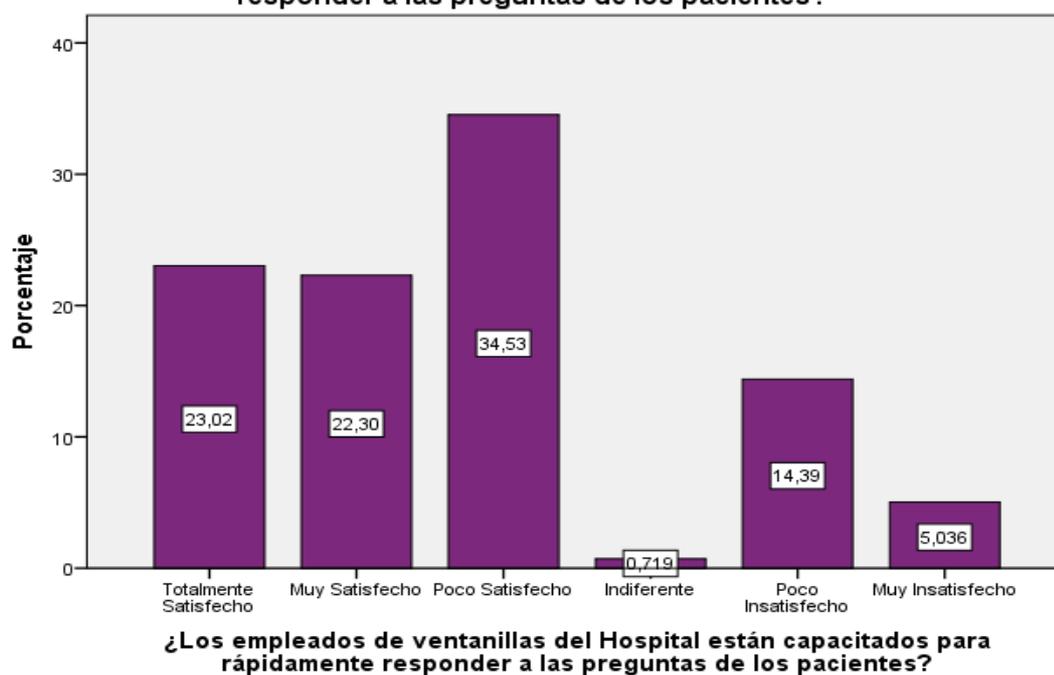


Gráfico 40: ¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?

Análisis:

El 34.53% de los encuestados se encuentran poco satisfecho con capacidad de respuesta de los empleados de ventanillas, mientras algunos no se sienten conformes, calificándolo un 14.39% como poco insatisfecho y un 5.036% muy insatisfecho.

¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?

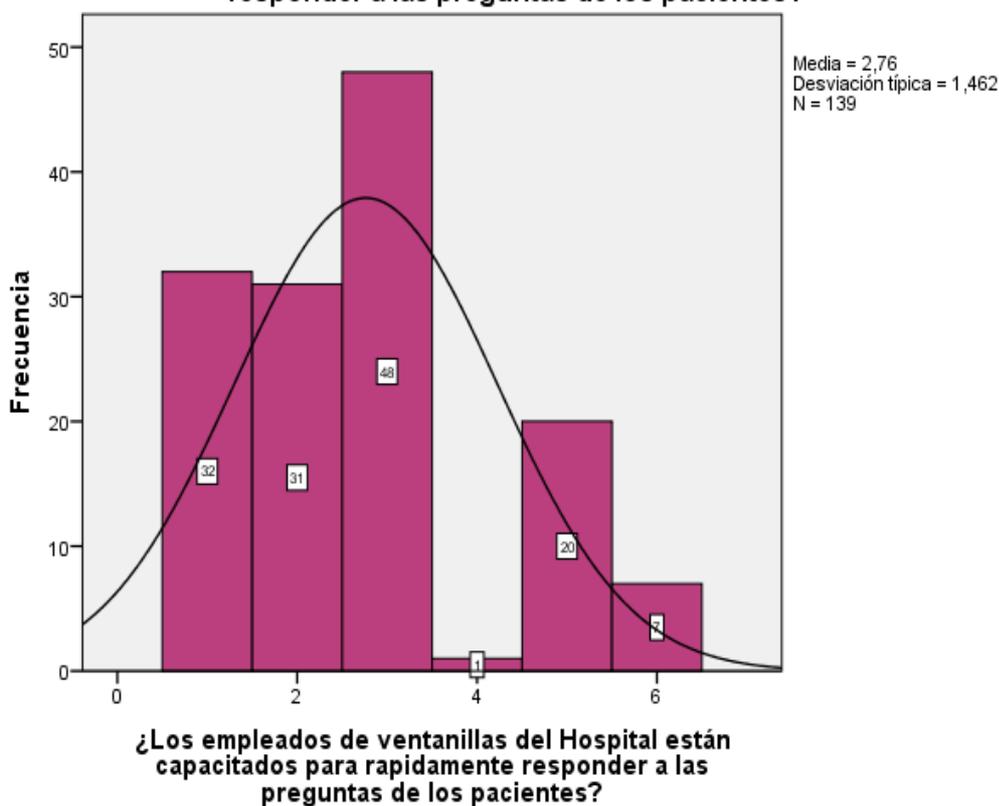


Gráfico 41: Histograma: ¿Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para rápidamente responder a las preguntas de los pacientes?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.76 acercándose al poco satisfecho con la capacitación que tienen los empleados de ventanilla para ayudar al paciente rápidamente. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 19

¿El médico nunca escatima tiempo para atenderle?

¿El médico nunca escatima tiempo para atenderle?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	125	89,9	89,9	89,9
	Muy Satisfecho	10	7,2	7,2	97,1
	Poco Satisfecho	2	1,4	1,4	98,6
	Indiferente	2	1,4	1,4	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

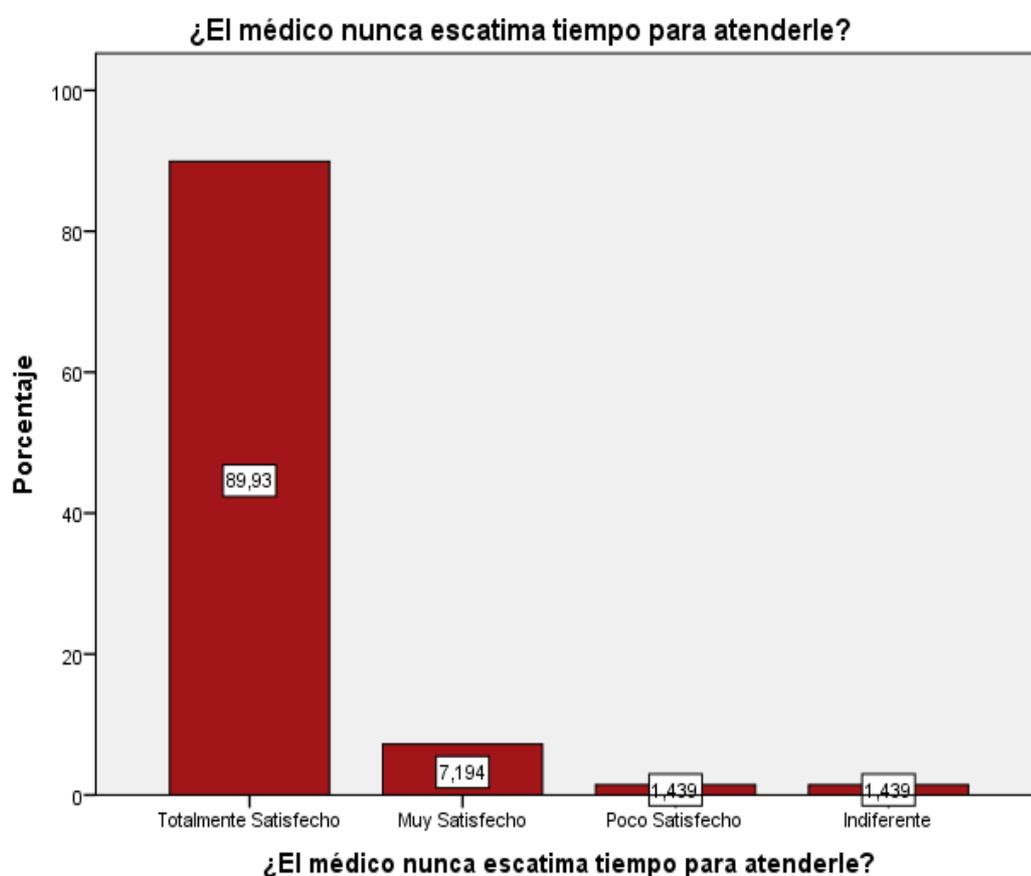


Gráfico 42: ¿El médico nunca escatima tiempo para atenderle?

Análisis:

El 89.93% de los encuestados se sienten totalmente satisfecho con el tiempo que destina el médico para atenderlos.

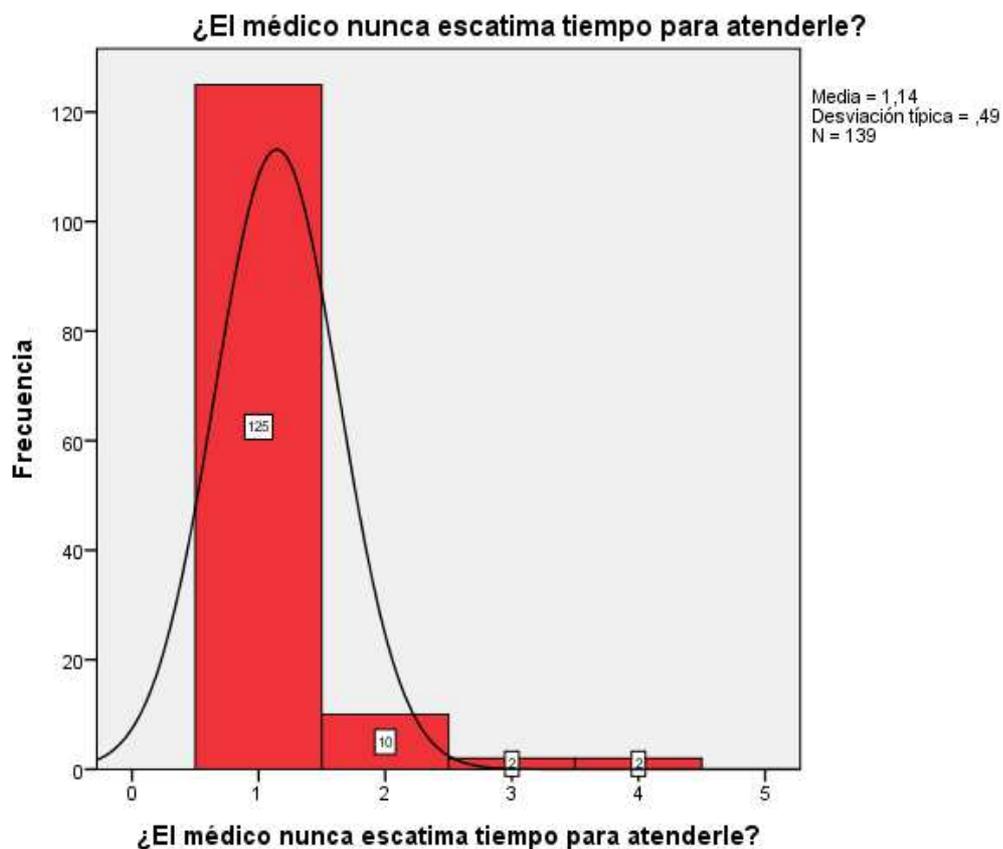


Gráfico 43: Histograma: ¿El médico nunca escatima tiempo para atenderle?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.14 acercándose a totalmente satisfecho con el tiempo que destina el médico para atenderlos. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 20

¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes

¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	50	36,0	36,0	36,0
	Muy Satisfecho	48	34,5	34,5	70,5
	Poco Satisfecho	36	25,9	25,9	96,4
	Poco Insatisfecho	5	3,6	3,6	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

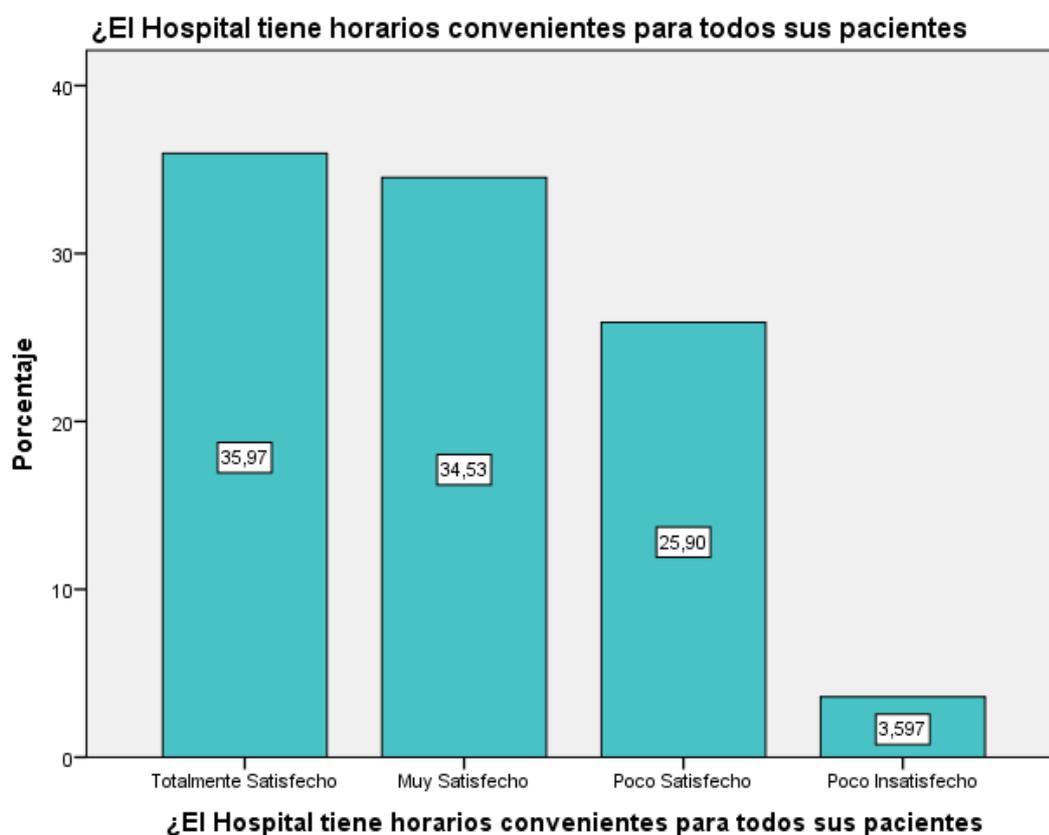


Gráfico 44: ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes

Análisis:

El 35.97% de los encuestados se consideran totalmente satisfecho con los horarios que tiene el Hospital, mientras algunos no se sienten conformes, calificándolo un 3.97% como poco insatisfecho.

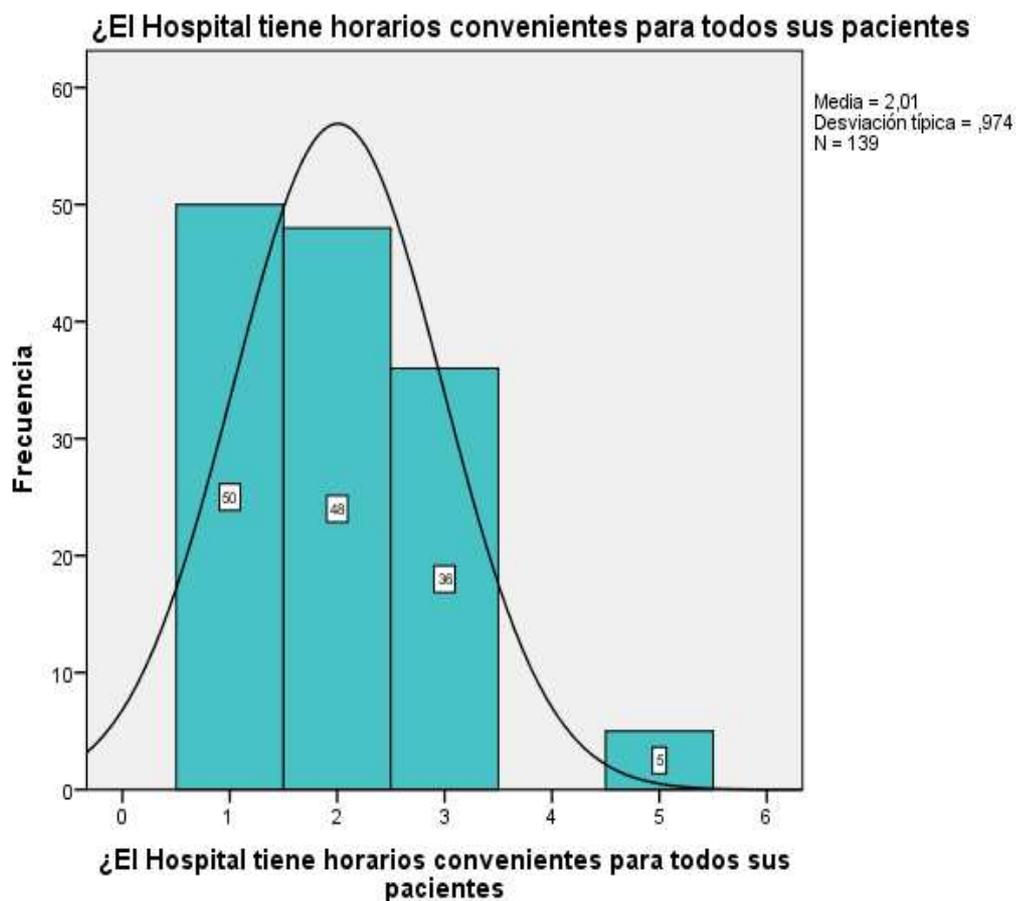


Gráfico 45: Histograma: ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.01 acercándose a muy satisfecho con que el hospital tiene horarios convenientes. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 21

¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaj e válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	56	40,3	40,6	40,6
	Muy Satisfecho	28	20,1	20,3	60,9
	Poco Satisfecho	32	23,0	23,2	84,1
	Indiferente	1	,7	,7	84,8
	Poco Insatisfecho	15	10,8	10,9	95,7
	Muy Insatisfecho	6	4,3	4,3	100,0
	Total	138	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		139	100,0		

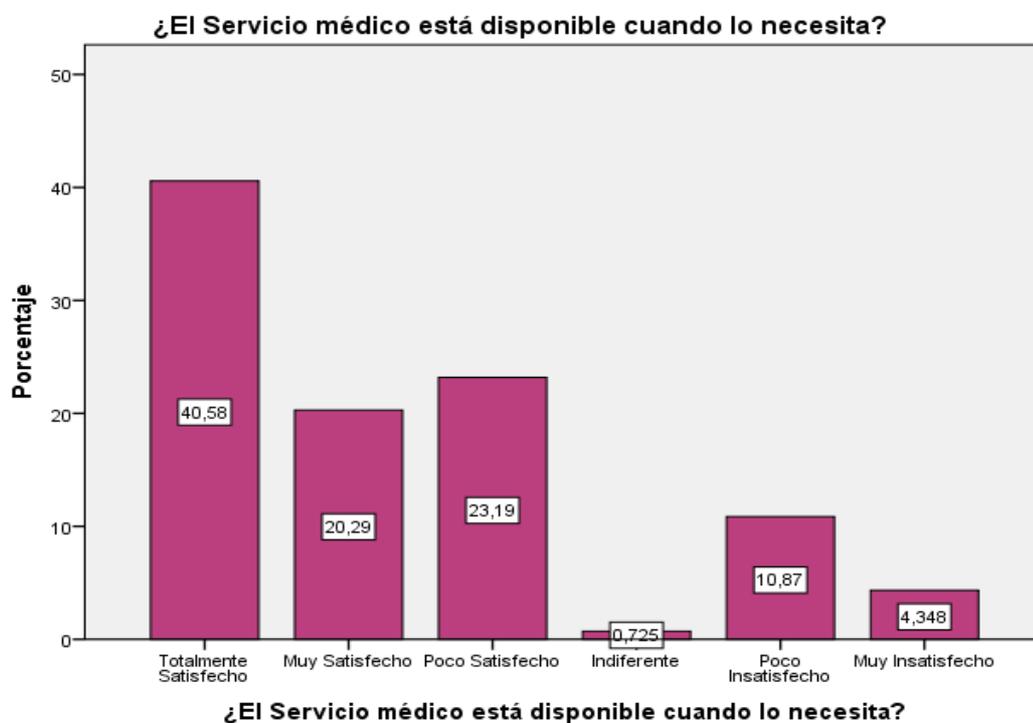


Gráfico 46: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?

Análisis:

El 40.58 % de los encuestados se sienten totalmente satisfecho con el servicio disponible cuando los pacientes los necesitan, mientras algunos no se sienten conformes, calificándolo un 10.87% como poco insatisfecho y un 4.348% muy insatisfecho.

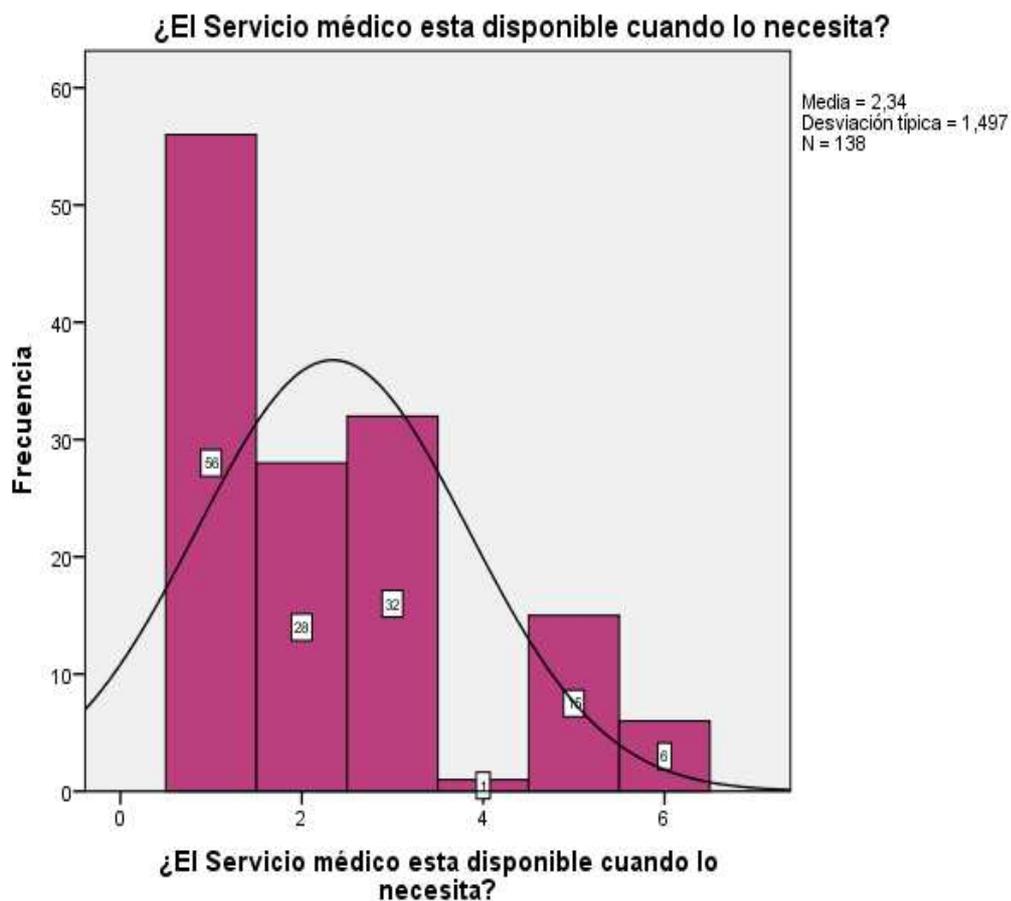


Gráfico 47: Histograma: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.34 acercándose a muy satisfecho con qué servicio está disponible cuando lo necesita. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 22

¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?

¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	43	30,9	30,9	30,9
	Muy Satisfecho	27	19,4	19,4	50,4
	Poco Satisfecho	43	30,9	30,9	81,3
	Indiferente	1	,7	,7	82,0
	Poco Insatisfecho	16	11,5	11,5	93,5
	Muy Insatisfecho	9	6,5	6,5	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?

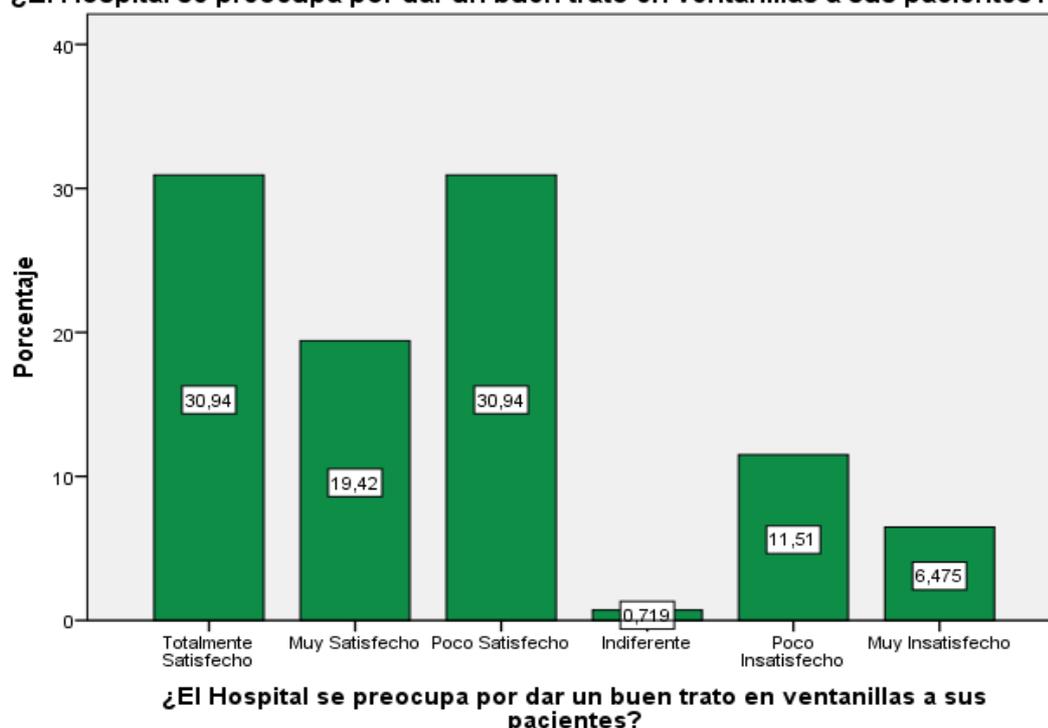


Gráfico 48: ¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?

Análisis:

El 30,94% de los encuestados se sienten totalmente satisfecho al igual de porcentaje que se sienten poco satisfecho con el buen trato en ventanillas que brindan los empleados a los pacientes, mientras algunos no se sienten conformes, calificándolo un 10,87% como poco insatisfecho y un 4,348% muy insatisfecho.

¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?

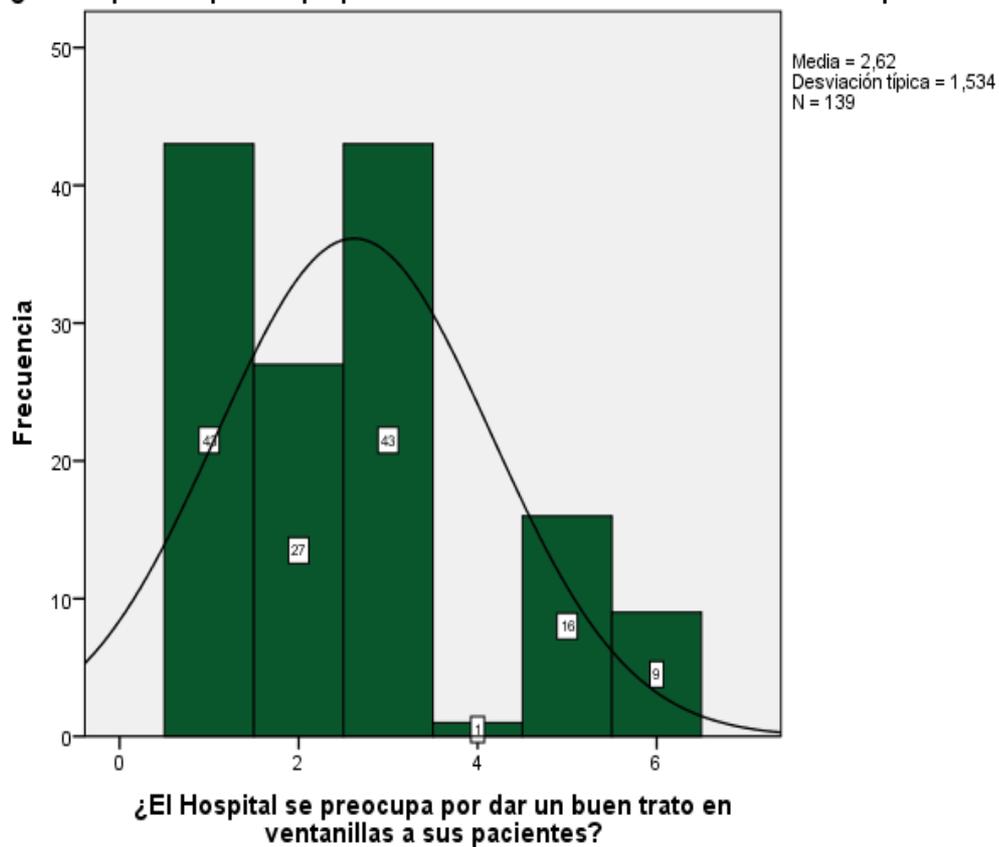


Gráfico 49: Histograma: ¿El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 2.62 acercándose a poco satisfecho con el trato en del personal de ventanillas. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 23

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente Satisfecho	122	87,8	87,8	87,8
	Muy Satisfecho	16	11,5	11,5	99,3
	Poco Satisfecho	1	,7	,7	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

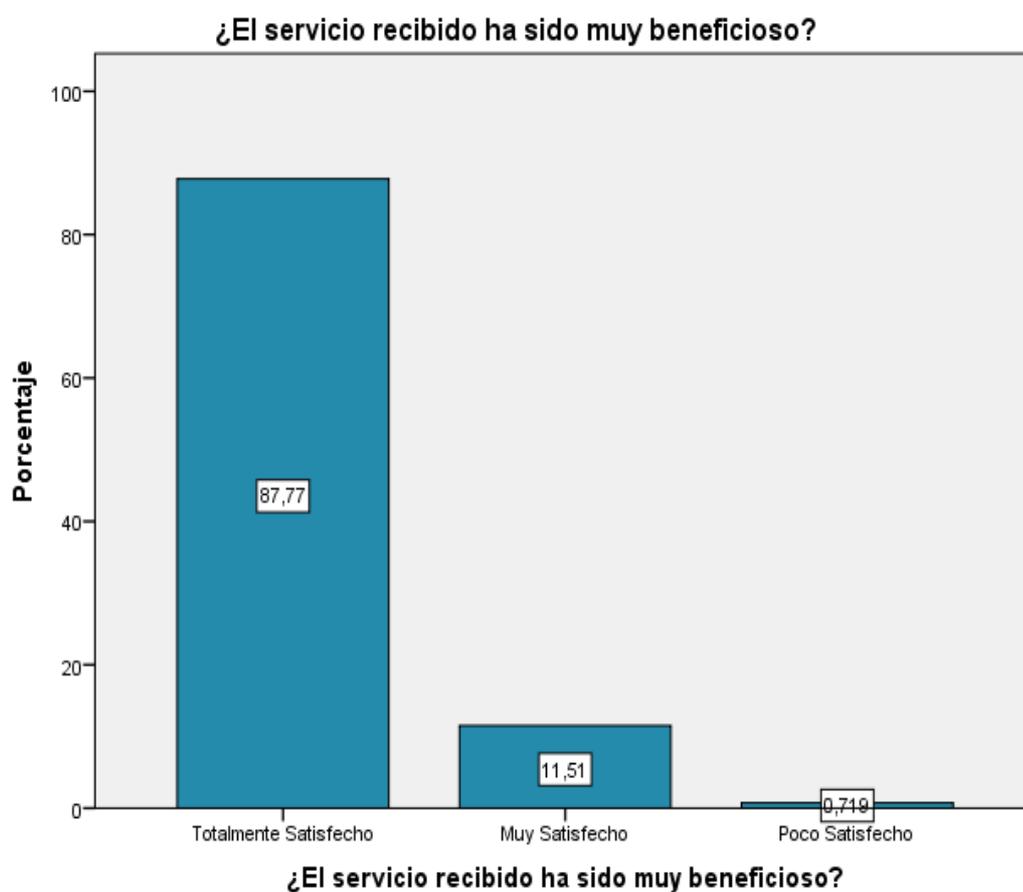


Gráfico 50: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?

Análisis:

El 87.77% de los encuestados se sienten totalmente satisfecho consideran que servicio ha sido muy beneficiosa, seguido por el 11.51% como muy satisfecho.

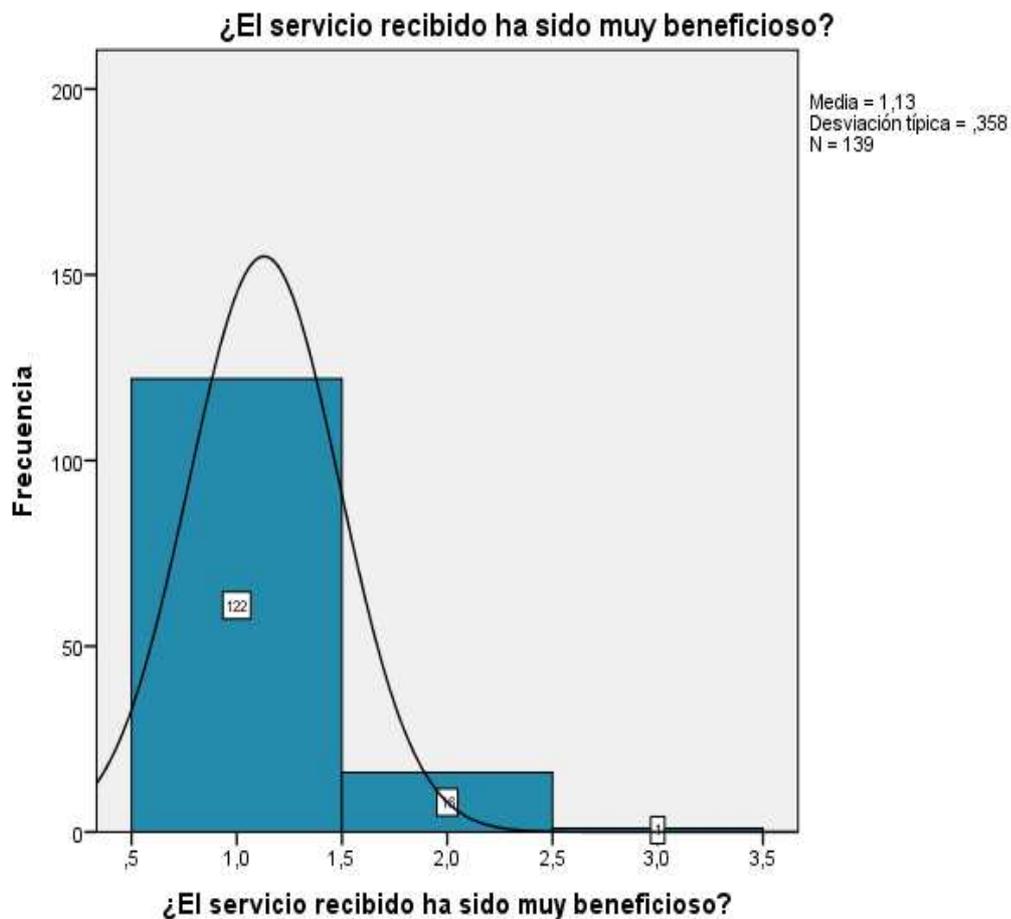


Gráfico 51: Histograma: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?

Análisis:

Tiene un promedio de satisfacción del 1.13 acercándose a poco satisfecho con qué el servicio ha sido muy beneficiosa. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

ANÁLISIS BIVARIANTE

Tabla 24

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Recuento		Tabla de contingencia						Total
		¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?						
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	Totalmente Satisfecho	27	7	1	0	3	0	38
	Muy Satisfecho	18	7	14	0	0	0	39
	Poco Satisfecho	8	15	15	0	0	0	38
	Poco Insatisfecho	5	1	4	1	6	3	20
	Muy Insatisfecho	4	0	0	0	0	0	4
	Total		62	30	34	1	9	3

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. Aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,373	,099	4,703	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,360	,085	4,514	,000 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

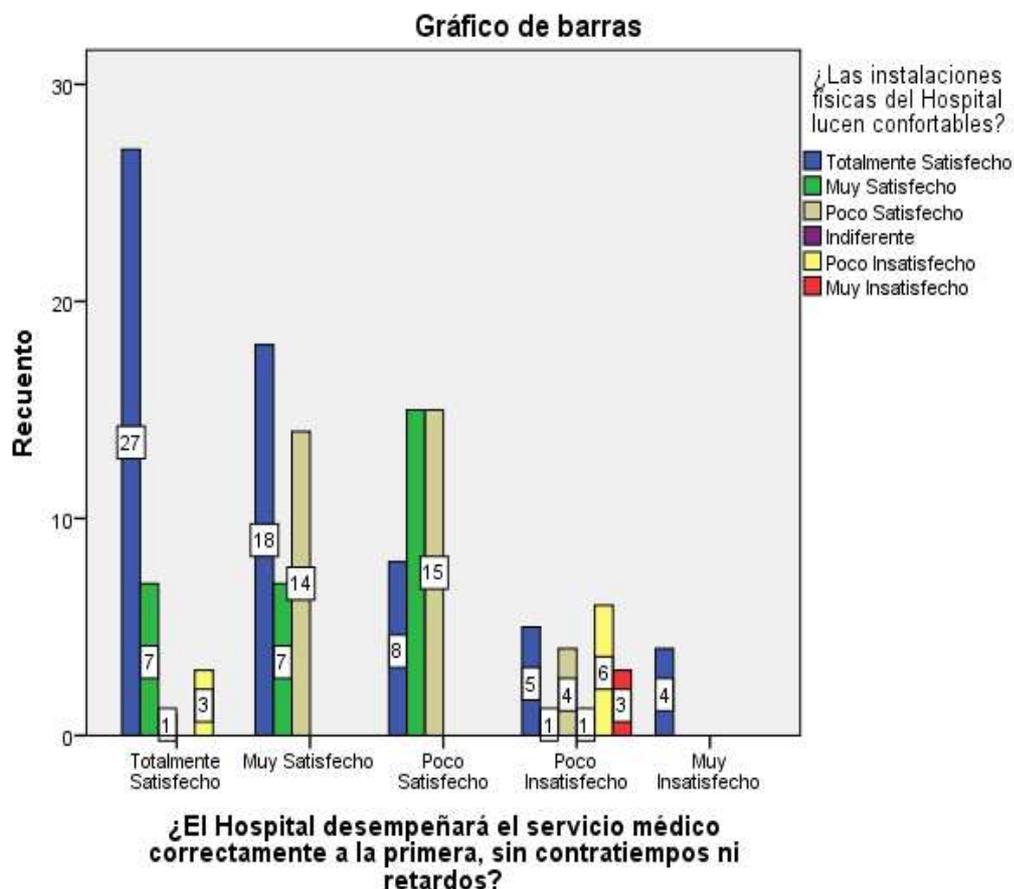


Gráfico 52: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Análisis:

El 28% de los encuestados equivalente a 39 pacientes se sienten muy satisfechos con el servicio médico del Hospital que es oportuno, asociándolo 18 personas que representa el 13% a las instalaciones que lucen confortables.

Tabla 25

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) Son comprensibles de fácil acceso?

Recuento		Tabla de contingencia					Total
		¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles de fácil acceso?					
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	
¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	Totalmente Satisfecho	27	9	0	0	2	38
	Muy Satisfecho	23	5	6	3	2	39
	Poco Satisfecho	20	9	9	0	0	38
	Poco Insatisfecho	18	2	0	0	0	20
	Muy Insatisfecho	4	0	0	0	0	4
Total		92	25	15	3	4	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-,146	,055	-1,725	,087 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-,061	,076	-,718	,474 ^c
N de casos válidos		139			
a. Asumiendo la hipótesis alternativa.					
b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.					
c. Basada en la aproximación normal.					

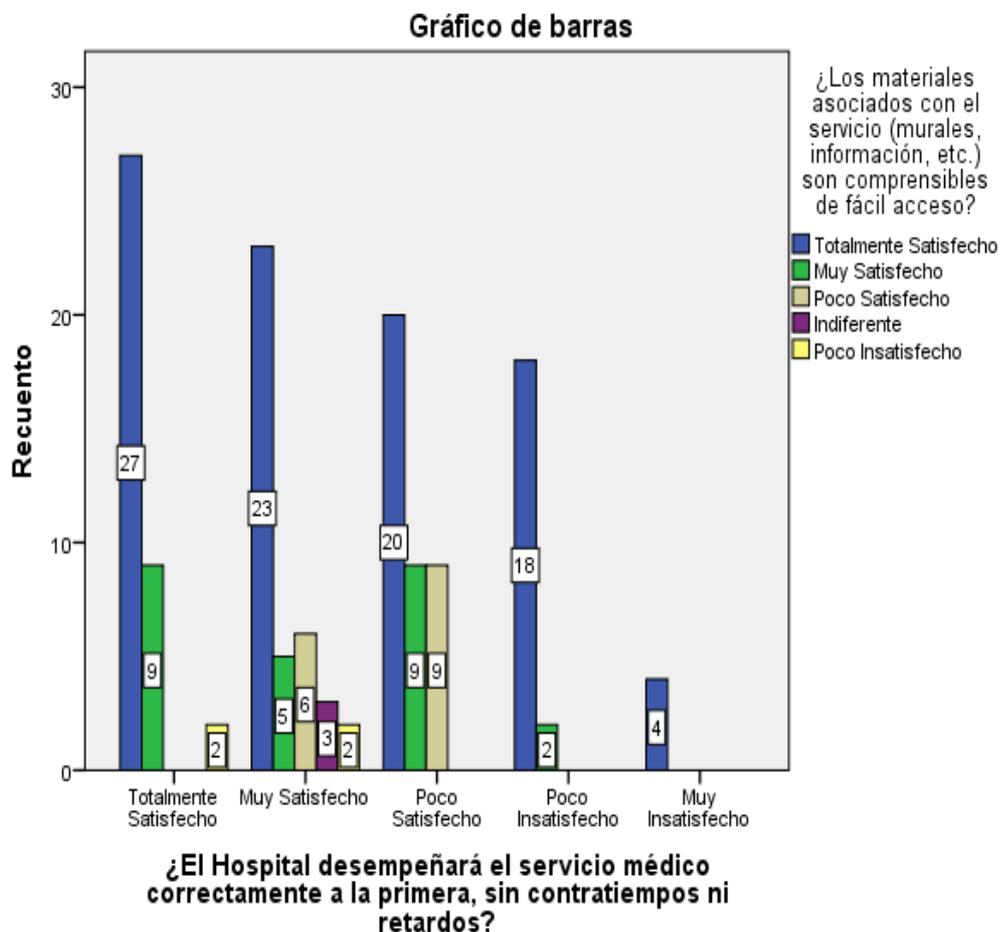


Gráfico 53: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) Son comprensibles de fácil acceso?

Análisis:

El 28% de los encuestados equivalente a 39 pacientes se sienten muy satisfechos con el servicio médico del Hospital que es oportuno, asociándolo 23 personas equivalente al 17% su satisfacción a la información que de fácil acceso y se brinda mediante murales y carteles. A medida que la satisfacción se reduce con respecto al servicio médico oportuno, aumenta la insatisfacción con la información mediante murales y carteles

Tabla 26

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?

		Tabla de contingencia					
Recuento		¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?					Total
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	Totalmente Satisfecho	14	13	8	0	3	38
	Muy Satisfecho	14	6	17	2	0	39
	Poco Satisfecho	4	0	26	7	1	38
	Poco Insatisfecho	6	0	6	3	5	20
	Muy Insatisfecho	2	0	0	2	0	4
	Total		40	19	57	14	9

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,317	,098	3,918	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,348	,088	4,349	,000 ^c
N de casos válidos		139			
a. Asumiendo la hipótesis alternativa.					
b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.					
c. Basada en la aproximación normal.					

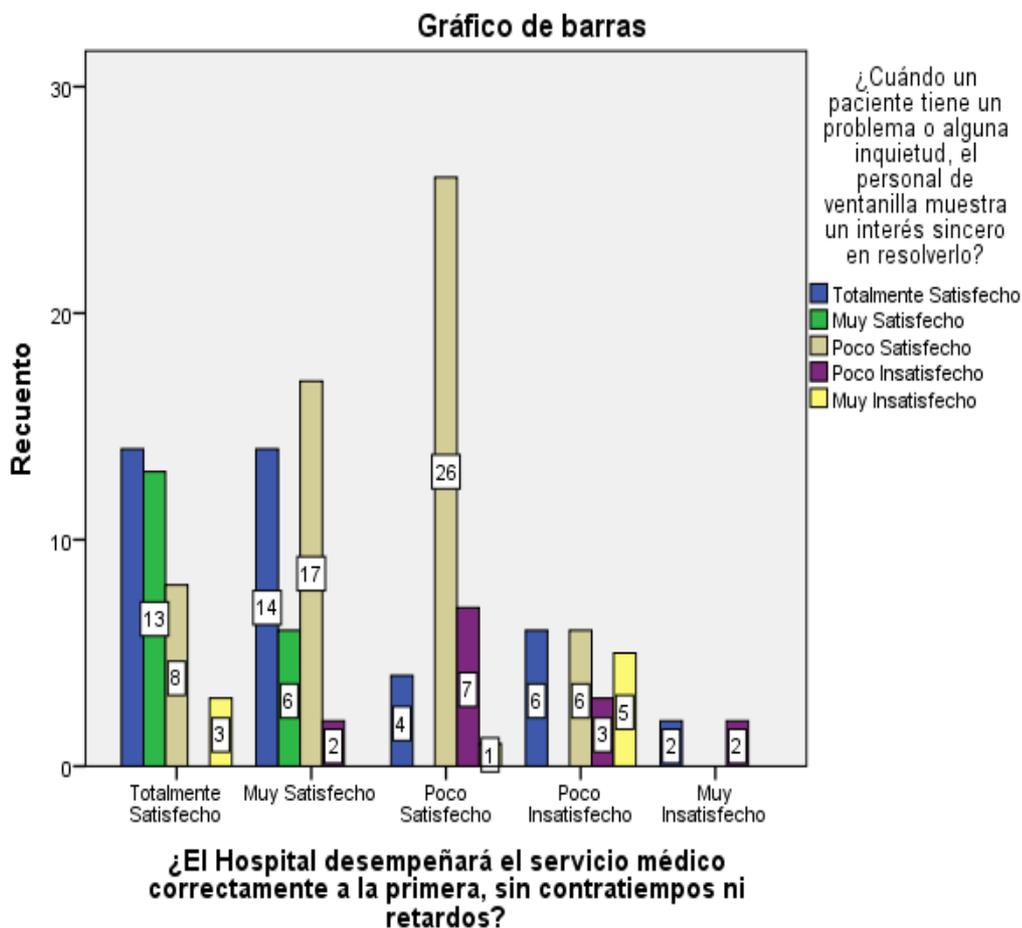


Gráfico 54: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?

Análisis:

El 28% de los encuestados equivalente a 39 pacientes se sienten muy satisfechos con el servicio médico del Hospital que es oportuno, asociándolo en su mayoría con un 17 personas equivalente al 12% a una poco satisfacción, cuando tienen un problema o inquietud el personal de ventanilla ayuda a resolverlo. A medida que la satisfacción se reduce con respecto al servicio médico oportuno, aumenta la insatisfacción con respecto a la atención del personal de ventanillas

Tabla 27

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?

Recuento		Tabla de contingencia						Total
		¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?						
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	Totalmente Satisfecho	21	12	2	1	2	0	38
	Muy Satisfecho	17	13	5	2	2	0	39
	Poco Satisfecho	22	5	9	0	1	1	38
	Poco Insatisfecho	9	3	6	0	2	0	20
	Muy Insatisfecho	4	0	0	0	0	0	4
Total		73	33	22	3	7	1	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,040	,085	,464	,644 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,028	,085	,326	,745 ^c
N de casos válidos		139			
a. Asumiendo la hipótesis alternativa.					
b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.					
c. Basada en la aproximación normal.					

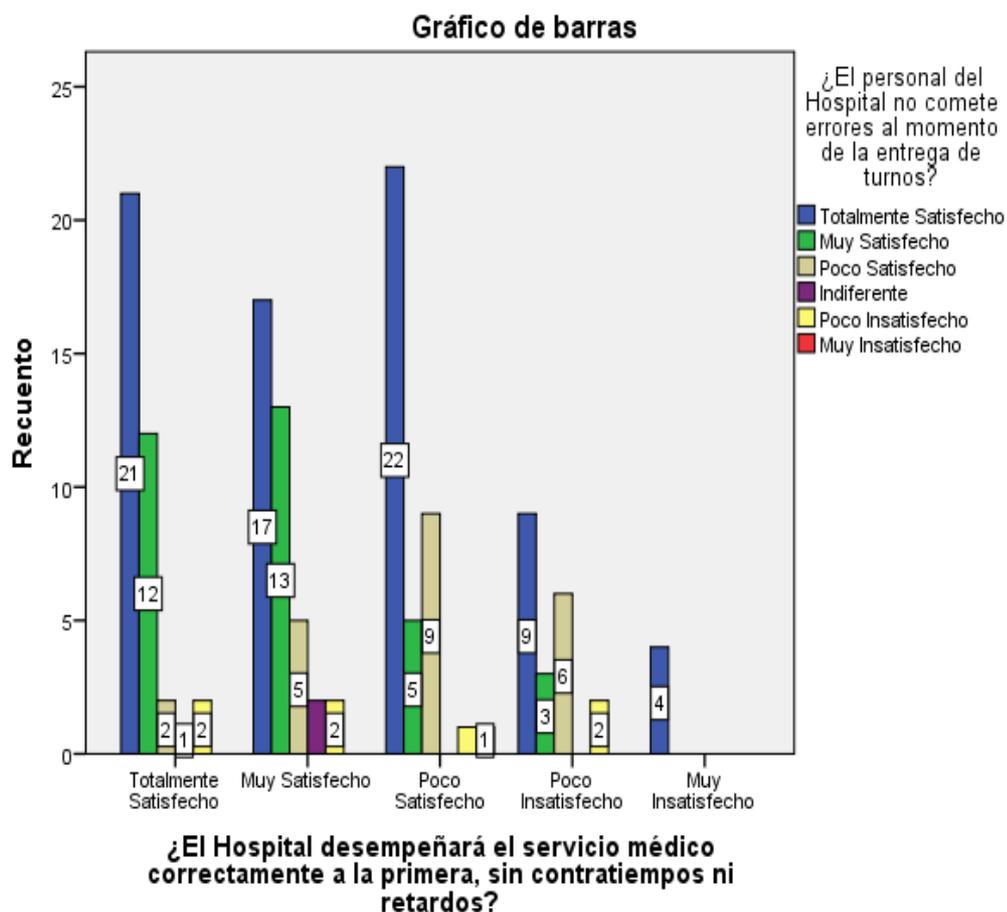


Gráfico 55: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos?

Análisis:

El 28% de los encuestados equivalente a 39 pacientes se sienten muy satisfechos con el servicio médico del Hospital que es oportuno, asociándolo en su mayoría su satisfacción con un 17 personas equivalente al 12% a que existe errores en la entrega de turnos

Tabla 28

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?

Tabla de contingencia						
Recuento		¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?				Total
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	
¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	Totalmente Satisfecho	33	3	0	2	38
	Muy Satisfecho	26	13	0	0	39
	Poco Satisfecho	18	5	9	6	38
	Poco Insatisfecho	14	1	4	1	20
	Muy Insatisfecho	4	0	0	0	4
Total		95	22	13	9	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,151	,078	1,790	,076 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,213	,079	2,552	,012 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

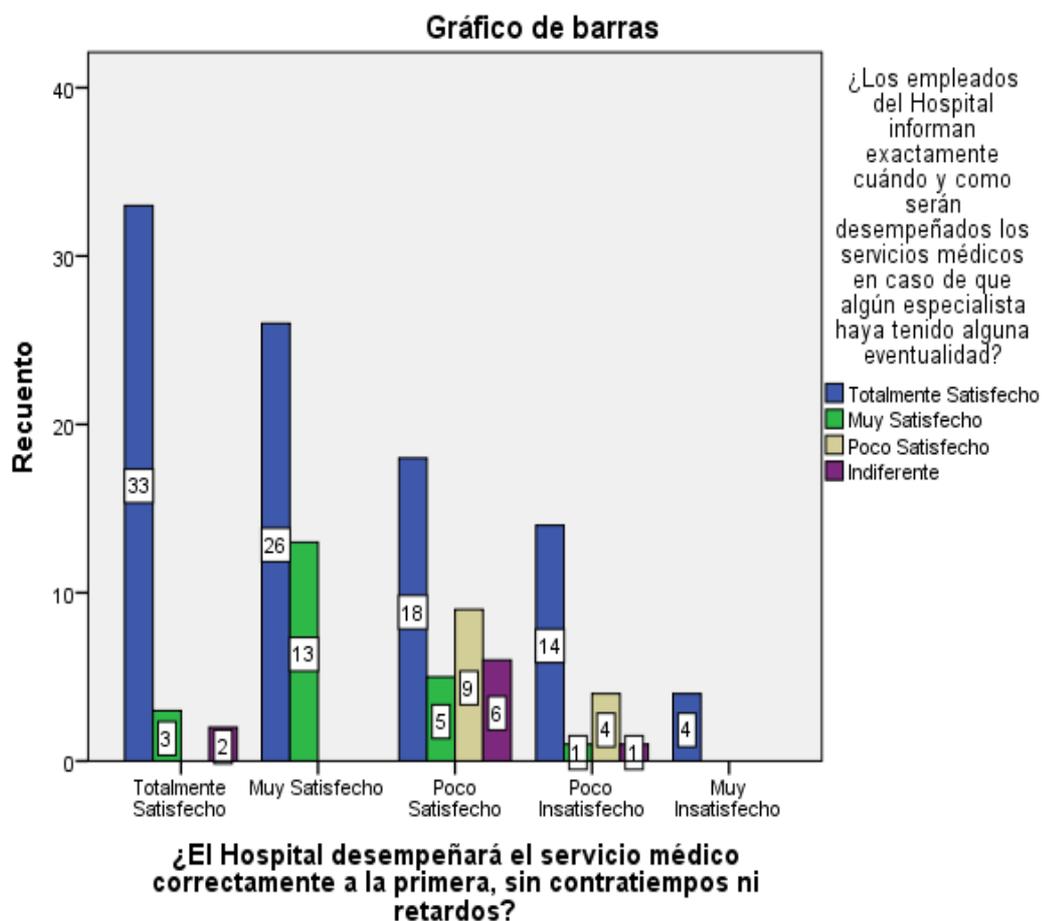


Gráfico 56: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y como serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad?

Análisis:

El 28% de los encuestados equivalente a 39 pacientes se sienten muy satisfechos con el servicio médico del Hospital que es oportuno, asociándolo 33 personas con un 24% su total satisfacción a la información que se brinda en el caso de que algún médico haya tenido alguna eventualidad.

Tabla 29

¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes

Tabla de contingencia						
Recuento	¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes				Total	
	Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho		
¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?	Totalmente Satisfecho	15	15	6	2	38
	Muy Satisfecho	7	22	10	0	39
	Poco Satisfecho	14	11	13	0	38
	Poco Insatisfecho	12	0	5	3	20
	Muy Insatisfecho	2	0	2	0	4
	Insatisfecho					
Total	50	48	36	5	139	

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,039	,106	,457	,648 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,009	,095	,110	,912 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

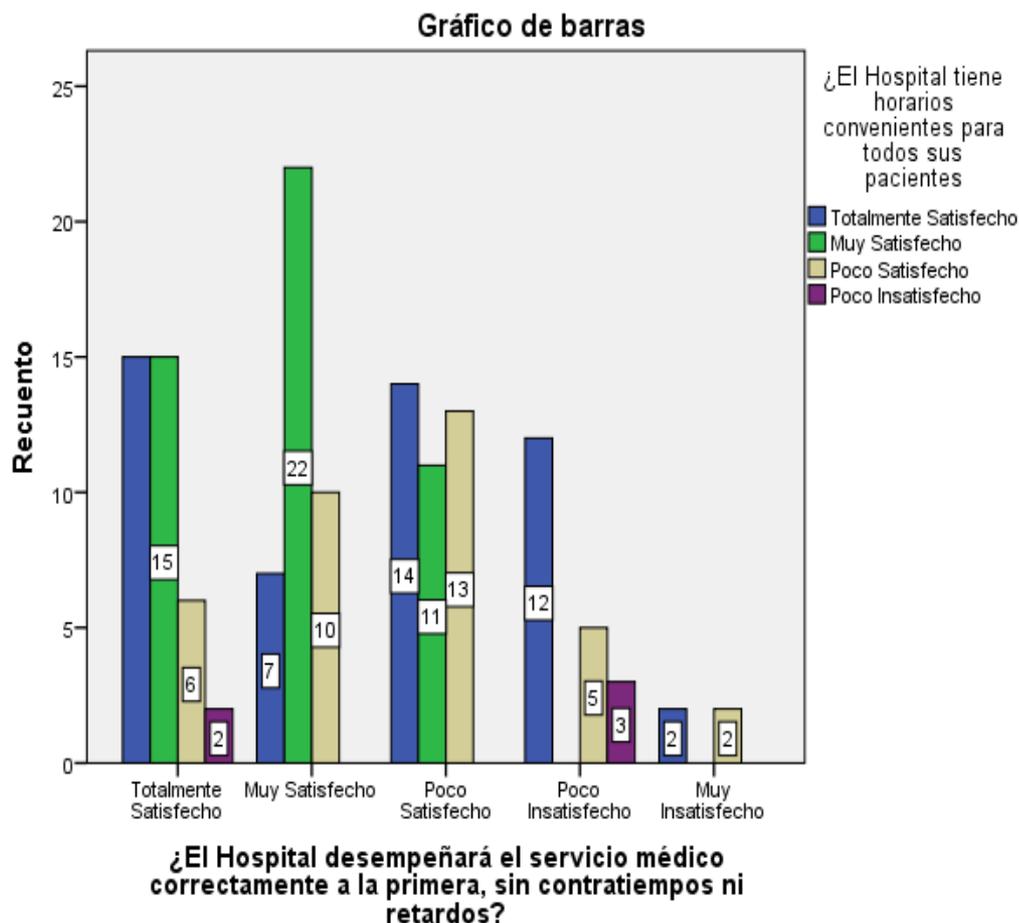


Gráfico 57: ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos? * ¿El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes

Análisis:

El 28% de los encuestados equivalente a 39 pacientes se sienten muy satisfechos con el servicio médico oportuno del Hospital, asociándolo 22 personas con un 16% a horarios convenientes de atención. A medida que la satisfacción se reduce con respecto al servicio médico oportuno, aumenta la insatisfacción con respecto a los horarios de atención, los pacientes perciben que tendrían que ser más amplios dichos horarios

Tabla 30

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Recuento		¿El Hospital tiene equipos modernos?					Total	
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho		Muy Insatisfecho
¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	Totalmente Satisfecho	33	26	24	3	11	5	102
	Muy Satisfecho	5	10	5	0	3	0	23
	Poco Satisfecho	3	6	2	0	1	0	12
	Indiferente	0	0	0	0	1	0	1
	Poco Insatisfecho	0	0	0	0	1	0	1
	Total	41	42	31	3	17	5	139

Medidas simétricas		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,055	,096	,639	,524 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,018	,081	,214	,831 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

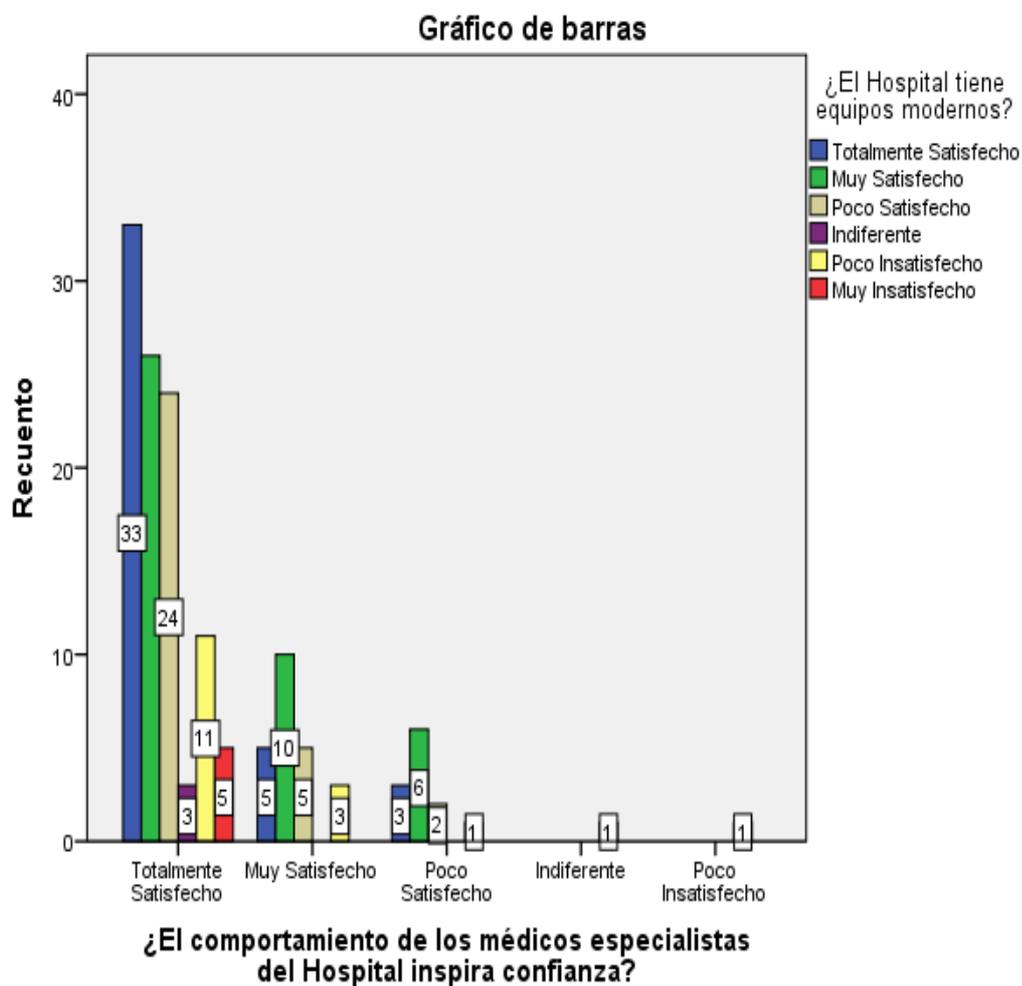


Gráfico 58: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Análisis:

El 73% de los encuestados equivalente a 102 pacientes se sienten totalmente satisfechos con el comportamiento de los médicos al inspirar confianza, asociándolo 33 pacientes con un 24% a los equipos modernos.

Tabla 31

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?

Tabla de contingencia						
Recuento		¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?				Total
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho	
¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	Totalmente Satisfecho	96	4	1	1	102
	Muy Satisfecho	15	7	1	0	23
	Poco Satisfecho	11	0	0	1	12
	Indiferente	1	0	0	0	1
	Poco Insatisfecho	0	1	0	0	1
	Insatisfecho					
Total		123	12	2	2	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,195	,105	2,325	,022 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,267	,093	3,246	,001 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

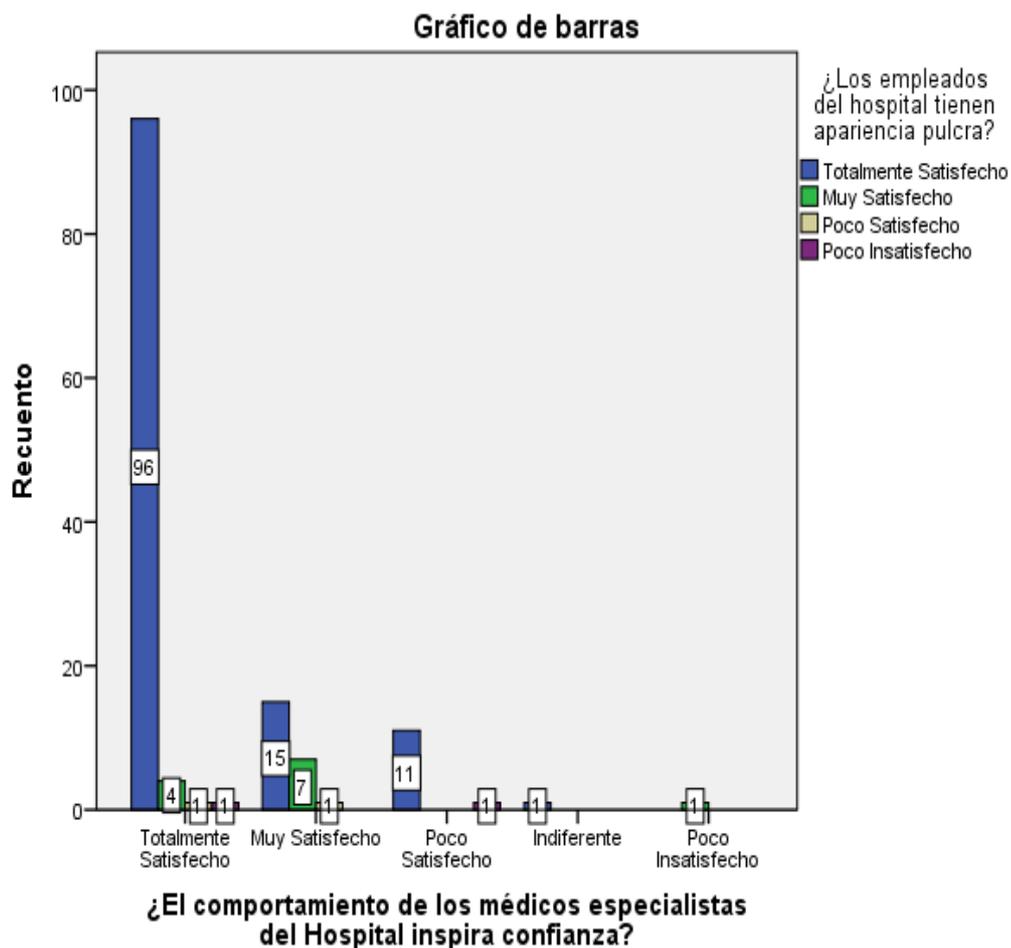


Gráfico 59: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?

Análisis:

El 73% de los encuestados equivalente a 102 pacientes se sienten totalmente satisfechos con el comportamiento de los médicos al inspirar confianza, asociándolo 96 personas con un 69% a la apariencia pulcra.

Tabla 32

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

Recuento		Tabla de contingencia					Total
		¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?					
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	
¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	Totalmente Satisfecho	97	2	1	0	2	102
	Muy Satisfecho	14	6	3	0	0	23
	Poco Satisfecho	8	0	4	0	0	12
	Indiferente	0	0	0	1	0	1
	Poco Insatisfecho	1	0	0	0	0	1
Total		120	8	8	1	2	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,318	,125	3,926	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,413	,091	5,309	,000 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

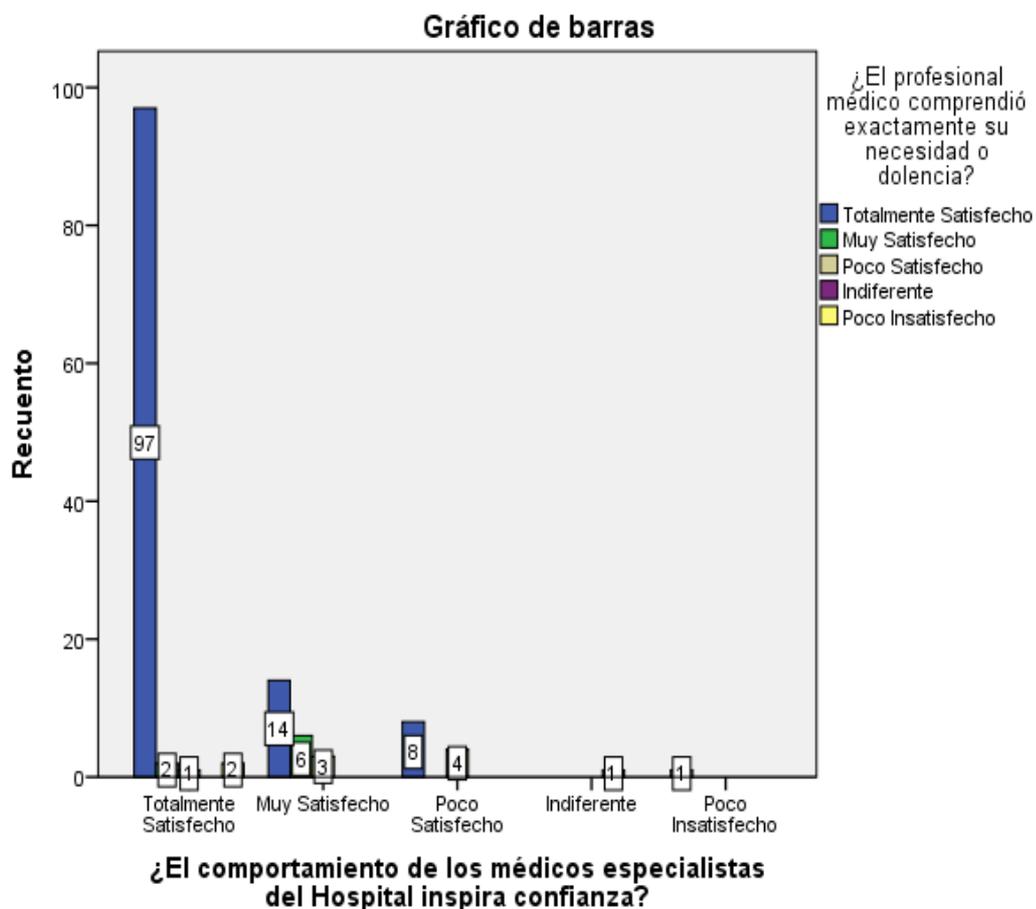


Gráfico 60: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

Análisis:

El 73% de los encuestados equivalente a 102 pacientes se sienten totalmente satisfechos con el comportamiento de los médicos al inspirar confianza, asociándolo 97 personas con un 70% a la comprensión de necesidades o dolencias.

Tabla 33

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?

Tabla de contingencia						
Recuento	¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?				Total	
	Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente		
¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	Totalmente Satisfecho	76	21	5	0	102
	Muy Satisfecho	8	9	6	0	23
	Poco Satisfecho	1	1	10	0	12
	Indiferente	0	0	0	1	1
	Poco Insatisfecho	0	1	0	0	1
	Insatisfecho					
Total	85	32	21	1	139	

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. Aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,586	,077	8,472	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,541	,075	7,522	,000 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

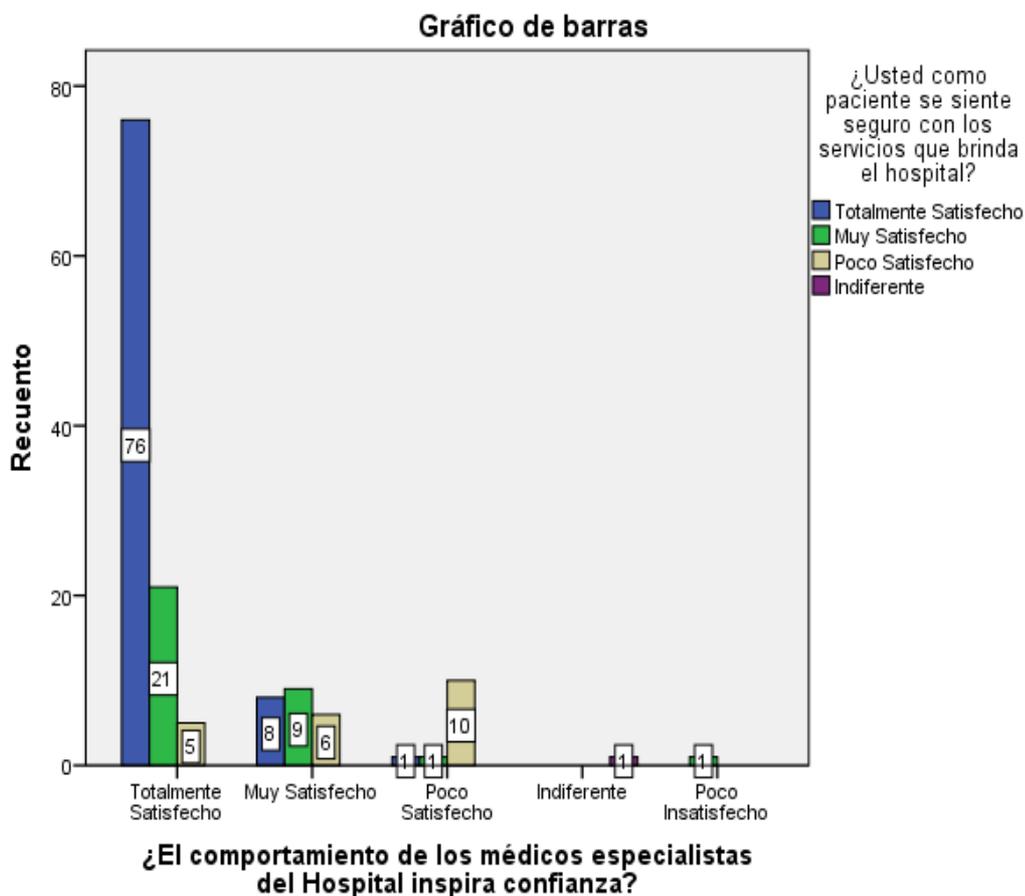


Gráfico 61: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?

Análisis:

El 73% de los encuestados equivalente a 102 pacientes se sienten totalmente satisfechos con el comportamiento de los médicos al inspirar confianza, asociándolo 76 personas con un 55% a la seguridad que brinda el servicio.

A medida que la satisfacción se reduce con respecto a la confianza de los médicos especialistas, aumenta la insatisfacción con respecto a la seguridad del servicio brindado por el Hospital, si los pacientes no se sienten seguros evidentemente va a existir inconformidad con el comportamiento de los médicos.

Tabla 34

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?

Recuento		Tabla de contingencia				Total
		¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?				
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho	Total
		¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	Totalmente Satisfecho	84	10	
Muy Satisfecho	14		9	0	0	23
Poco Satisfecho	8		3	1	0	12
Indiferente	0		0	1	0	1
Poco Insatisfecho	1		0	0	0	1
Insatisfecho	0		0	0	0	0
Total		107	22	7	3	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,081	,090	,954	,342 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,187	,091	2,224	,028 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

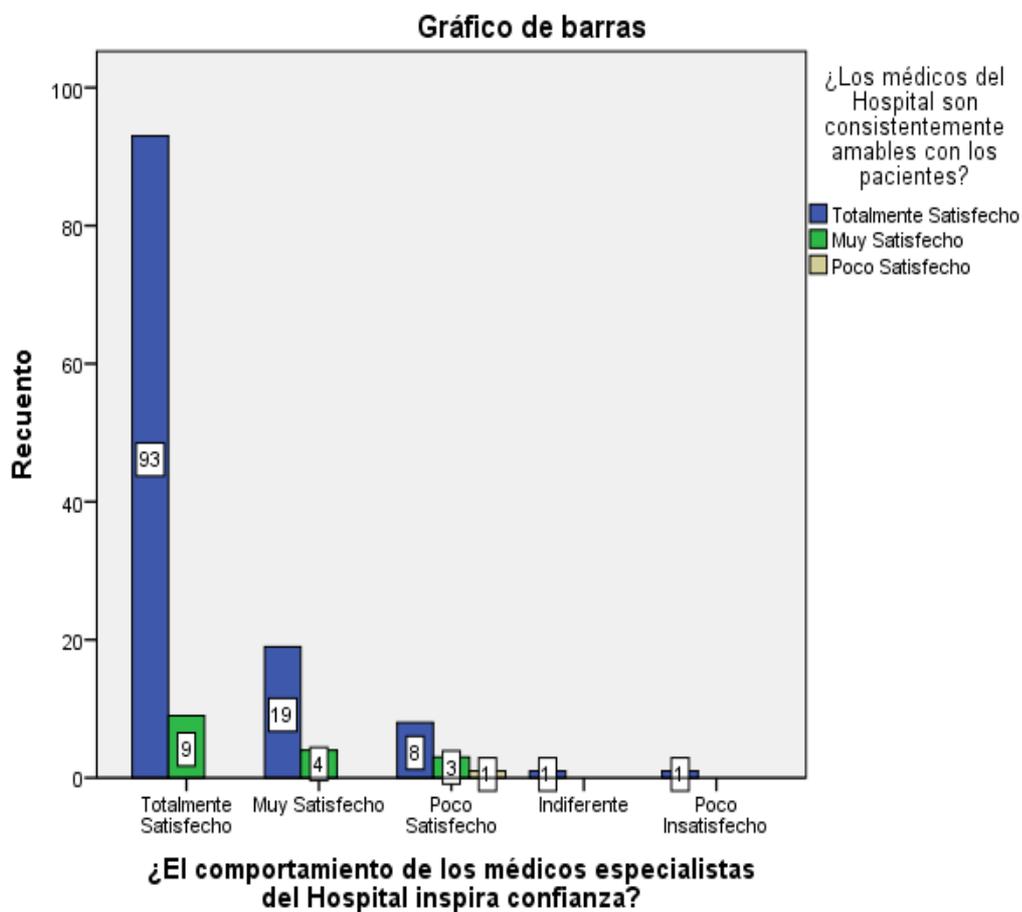


Gráfico 62: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes?

Análisis:

El 73% de los encuestados equivalente a 102 pacientes se sienten totalmente satisfechos con el comportamiento de los médicos al inspirar confianza, asociándolo 93 personas con un 67% a la amabilidad de los médicos.

Tabla 35

¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

Recuento		Tabla de contingencia					Total
		¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?					
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?	Totalmente Satisfecho	30	29	26	13	4	102
	Muy Satisfecho	5	10	7	1	0	23
	Poco Satisfecho	3	0	5	4	0	12
	Indiferente	0	0	0	1	0	1
	Poco Insatisfecho	0	0	0	1	0	1
Total		38	39	38	20	4	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,169	,095	2,011	,046 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,106	,086	1,242	,216 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

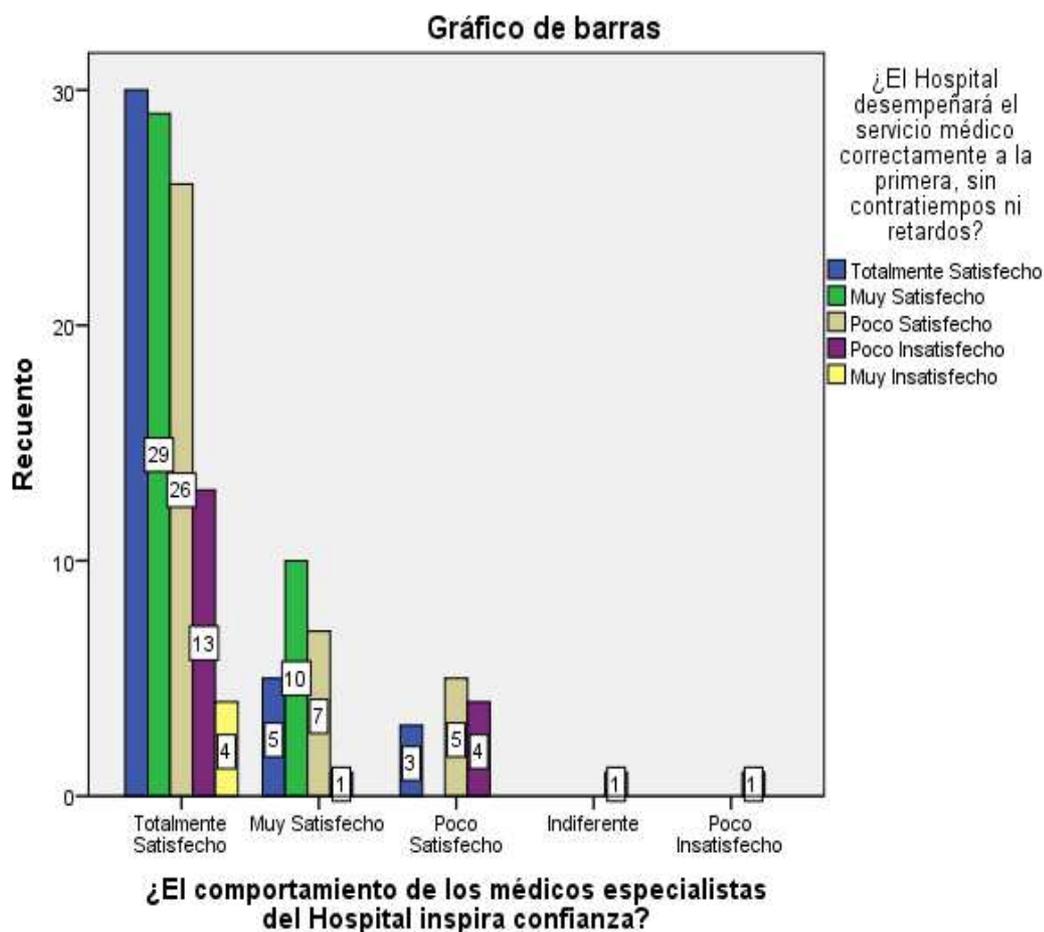


Gráfico 63: ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

Análisis:

El 73% de los encuestados equivalente a 102 pacientes se sienten totalmente satisfechos con el comportamiento de los médicos al inspirar confianza, asociándolo 30 personas con un 22% a un servicio oportuno.

Tabla 36

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Recuento		Tabla de contingencia						Total
		¿El Hospital tiene equipos modernos?						
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	Totalmente Satisfecho	32	20	16	3	9	5	85
	Muy Satisfecho	7	15	6	0	4	0	32
	Poco Satisfecho	2	7	9	0	3	0	21
	Indiferente	0	0	0	0	1	0	1
	Total	41	42	31	3	17	5	139

		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,097	,083	1,143	,255 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,137	,081	1,614	,109 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

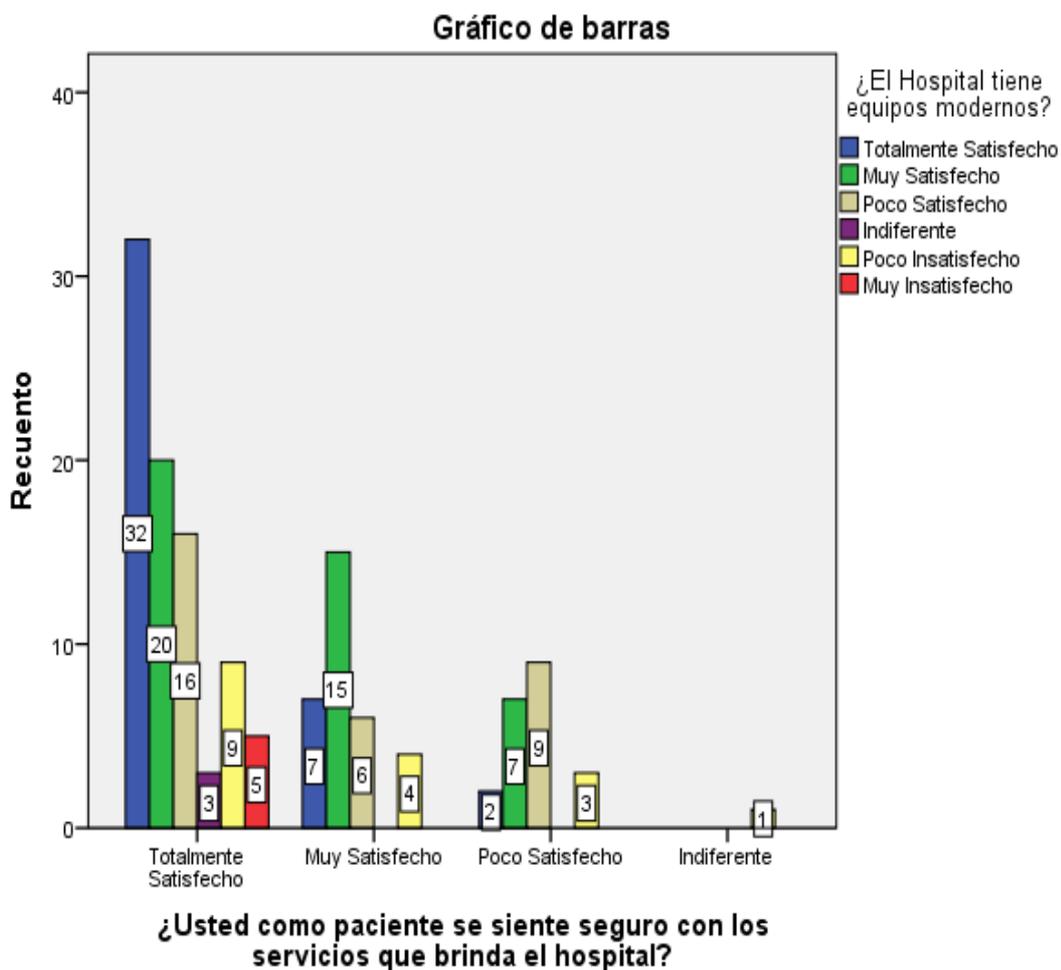


Gráfico 64: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Análisis:

El 61% de los encuestados equivalente a 85 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la seguridad del servicio que brinda el Hospital, asociándolo 32 personas con un 23% a los equipos modernos.

Tabla 37

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Recuento		Tabla de contingencia						Total
		¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?						
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	Totalmente Satisfecho	44	21	9	0	8	3	85
	Muy Satisfecho	15	3	14	0	0	0	32
	Poco Satisfecho	3	6	10	1	1	0	21
	Indiferente	0	0	1	0	0	0	1
	Total	62	30	34	1	9	3	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,137	,080	1,622	,107 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,226	,082	2,714	,008 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

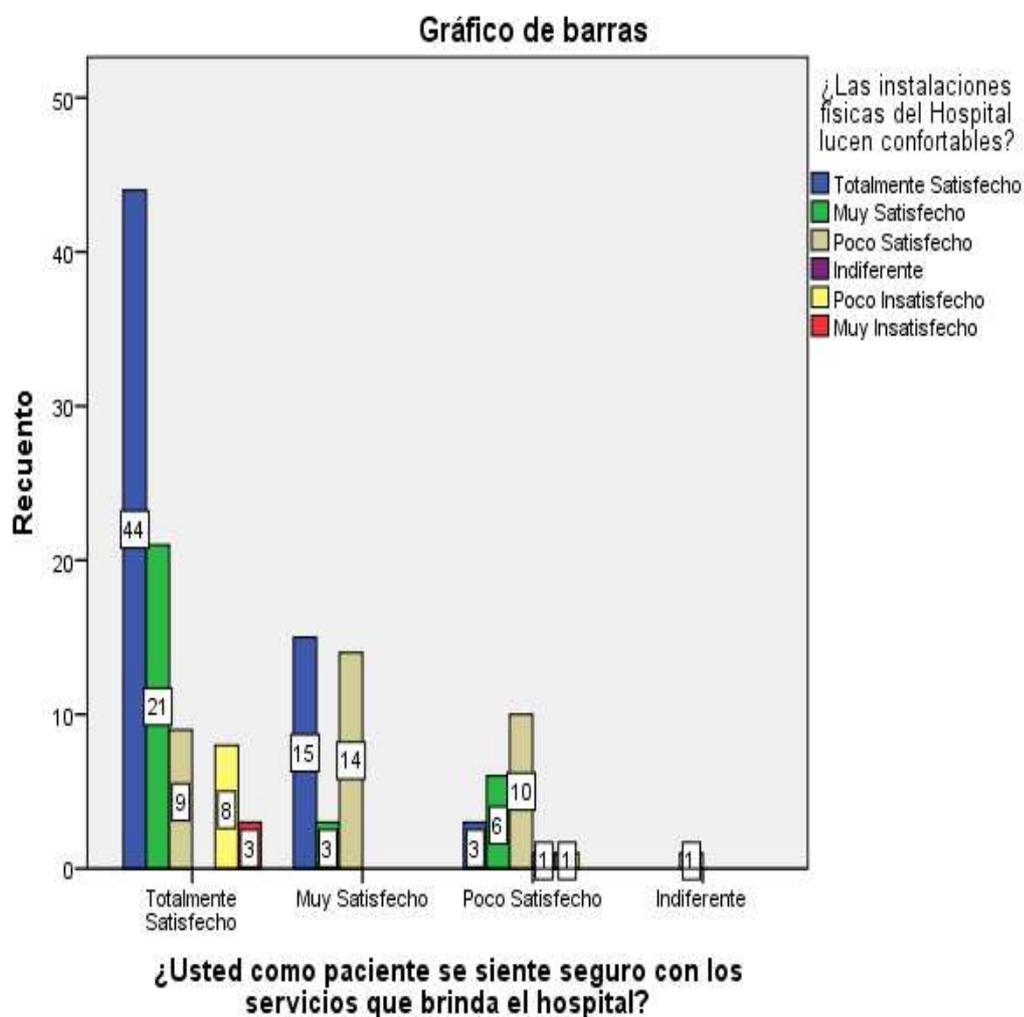


Gráfico 65: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Análisis:

El 61% de los encuestados equivalente a 85 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la seguridad del servicio que brinda el Hospital, asociándolo 44 pacientes con un 32% a las instalaciones confortables.

Tabla 38

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?

Tabla de contingencia						
Recuento		¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?				Total
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho	
¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	Totalmente Satisfecho	79	5	1	0	85
	Muy Satisfecho	30	2	0	0	32
	Poco Satisfecho	13	5	1	2	21
	Indiferente	1	0	0	0	1
Total		123	12	2	2	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,298	,085	3,654	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,240	,096	2,900	,004 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

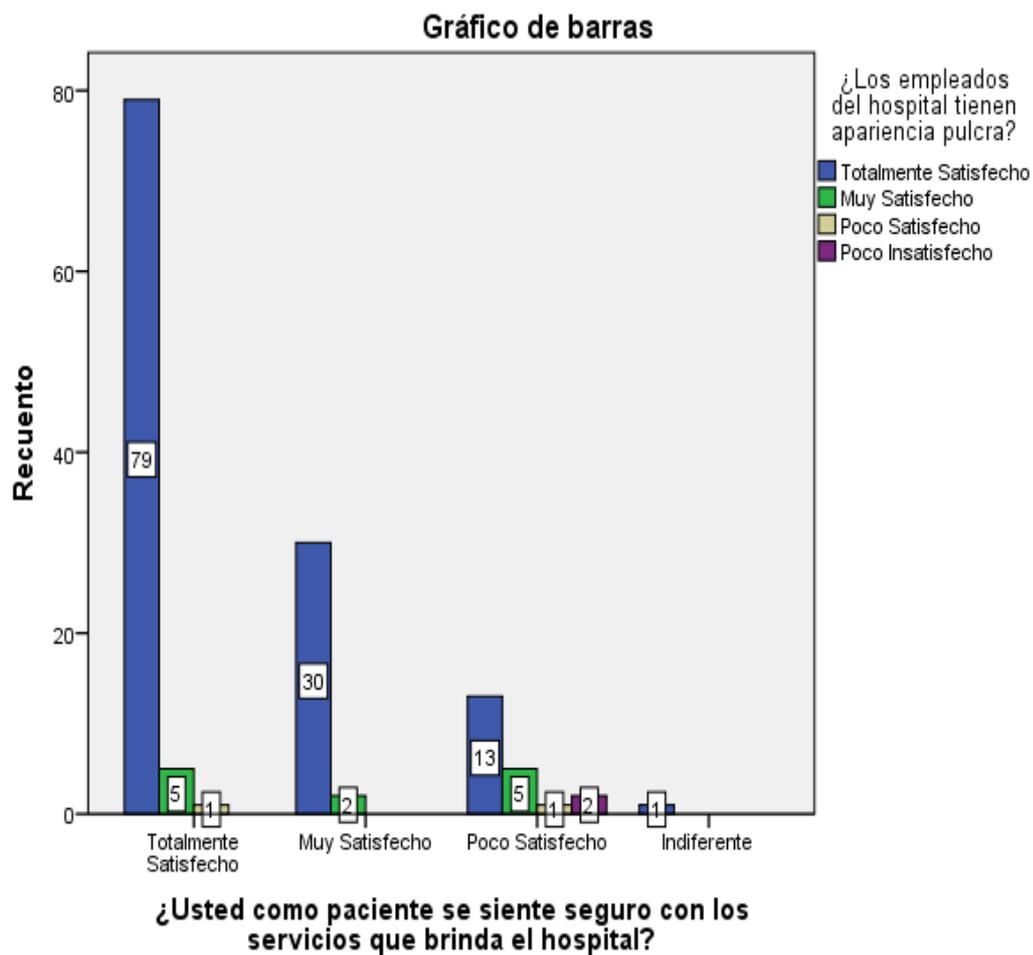


Gráfico 66: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra?

Análisis:

El 61% de los encuestados equivalente a 85 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la seguridad del servicio que brinda el Hospital, asociándolo 79 personas con un 57% a la apariencia pulcra de los empleados.

Tabla 39

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?

Recuento		Tabla de contingencia						Total
		¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?						
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	Totalmente Satisfecho	38	18	19	0	5	4	84
	Muy Satisfecho	15	7	7	1	2	0	32
	Poco Satisfecho	3	3	5	0	8	2	21
	Indiferente	0	0	1	0	0	0	1
	Poco Insatisfecho							
	Muy Insatisfecho							
Total		56	28	32	1	15	6	138

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,282	,089	3,430	,001 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,226	,086	2,703	,008 ^c
N de casos válidos		138			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

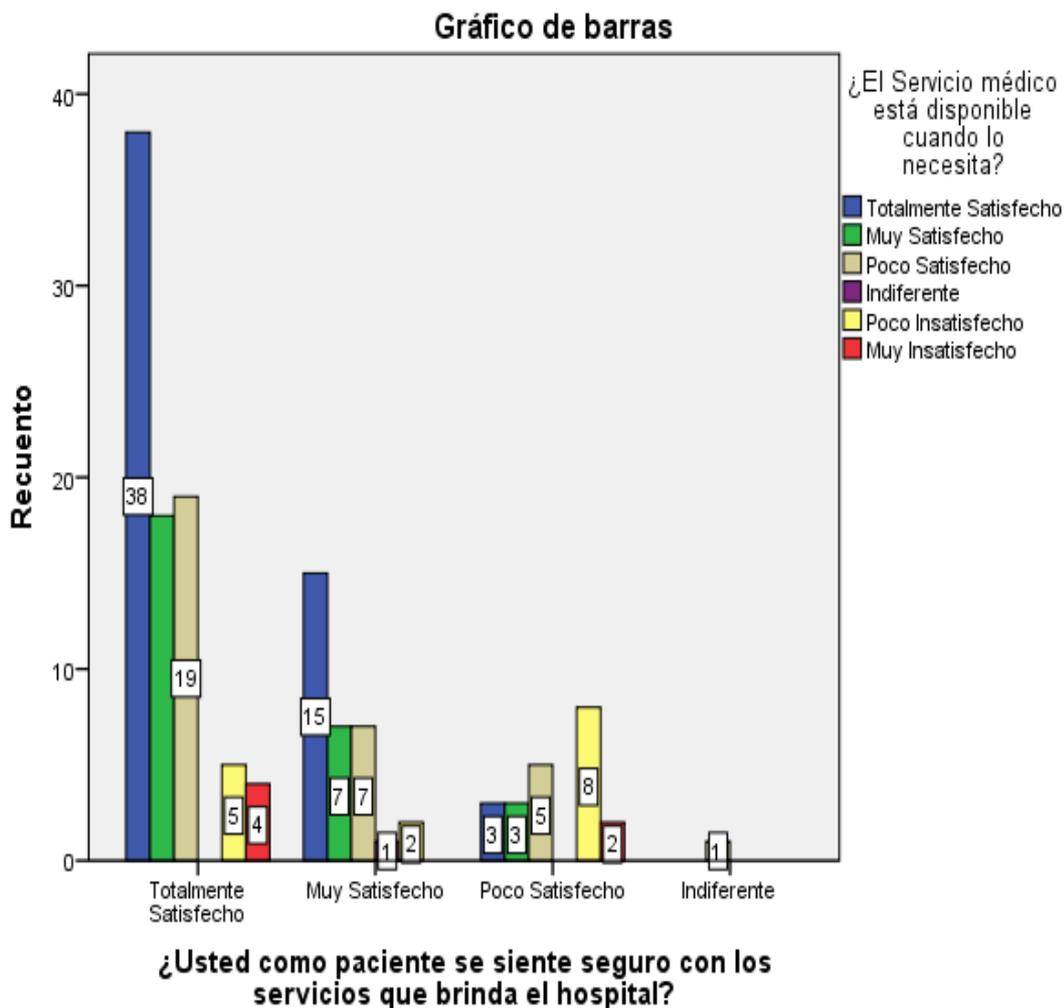


Gráfico 67: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?

Análisis:

El 61% de los encuestados equivalente a 85 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la seguridad del servicio que brinda el Hospital, asociándolo 38 personas con un 27% al servicio médico disponible cuando se lo necesita.

Tabla 40

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?

Recuento		Tabla de contingencia					Total
		¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?					
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	
¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	Totalmente Satisfecho	70	12	0	0	3	85
	Muy Satisfecho	18	13	0	0	1	32
	Poco Satisfecho	12	6	2	0	1	21
	Indiferente	0	0	0	1	0	1
	Total	100	31	2	1	5	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,237	,104	2,850	,005 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,291	,086	3,556	,001 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

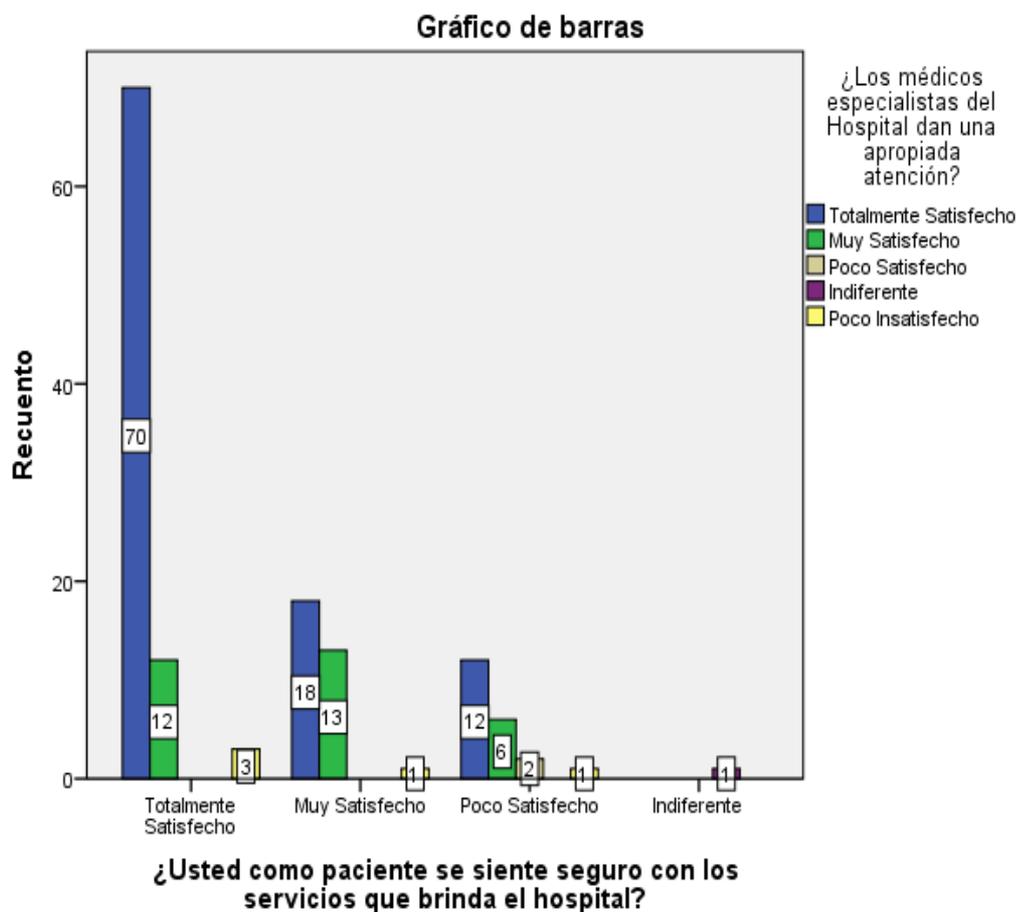


Gráfico 68: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?

Análisis:

El 61% de los encuestados equivalente a 85 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la seguridad del servicio que brinda el Hospital, asociándolo 70 pacientes con un 50% a la apropiada atención de los médicos.

Tabla 41

¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

Tabla de contingencia							
Recuento	¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?					Total	
	Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho		
¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital?	Totalmente Satisfecho	76	8	1	0	0	85
	Muy Satisfecho	21	9	1	0	1	32
	Poco Satisfecho	5	6	10	0	0	21
	Indiferente	0	0	0	1	0	1
	Total	102	23	12	1	1	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,586	,077	8,472	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,541	,075	7,522	,000 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

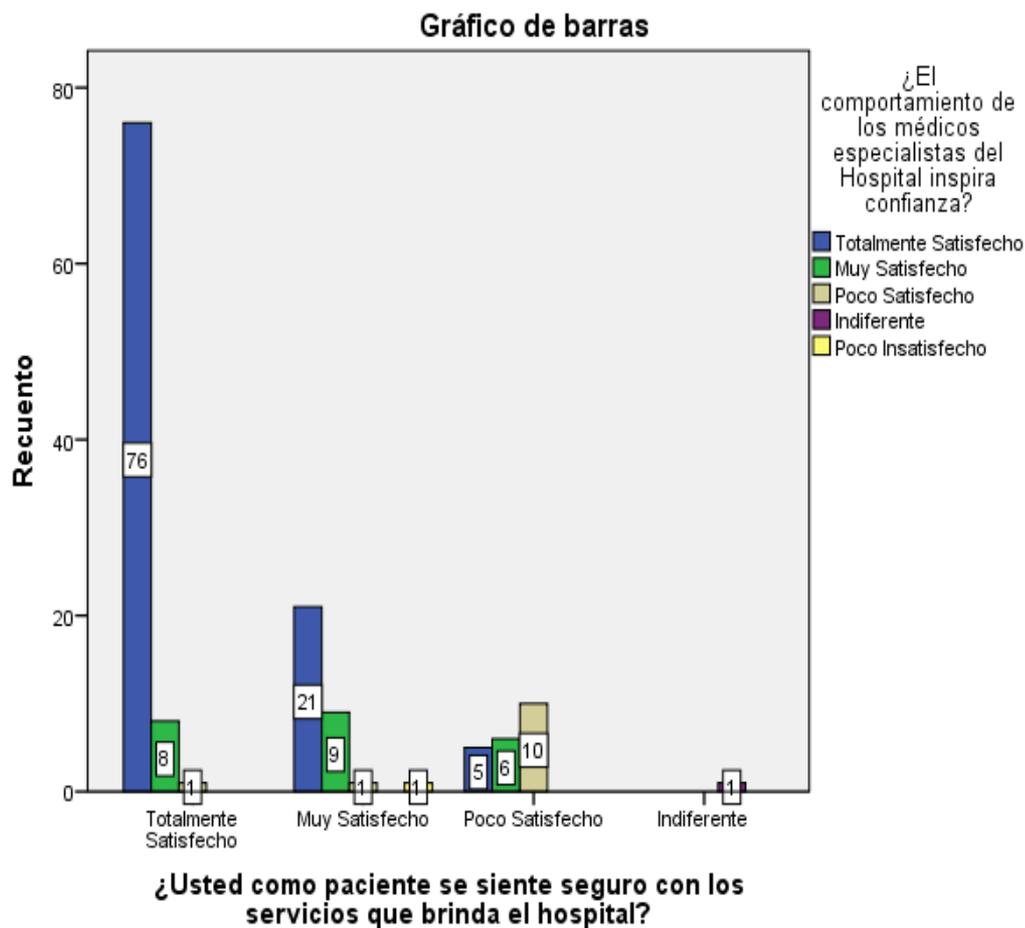


Gráfico 69: ¿Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital? * ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

Análisis:

El 61% de los encuestados equivalente a 85 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la seguridad del servicio que brinda el Hospital, asociándolo 76 pacientes con un 55% a la confianza que inspira el médico.

A medida que la satisfacción se reduce con respecto a la seguridad del servicio brindado por el Hospital, aumenta la percepción de insatisfacción con respecto a confianza de los médicos especialistas, si los pacientes no se sienten seguros evidentemente va a existir inconformidad con el comportamiento de los médicos.

Tabla 42

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Recuento		Tabla de contingencia						Total
		¿El Hospital tiene equipos modernos?						
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	Total
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	39	33	29	3	14	4	
	Muy Satisfecho	2	9	2	0	2	1	16
	Poco Satisfecho	0	0	0	0	1	0	1
	Total	41	42	31	3	17	5	139

		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,103	,093	1,215	,226 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,076	,078	,887	,377 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

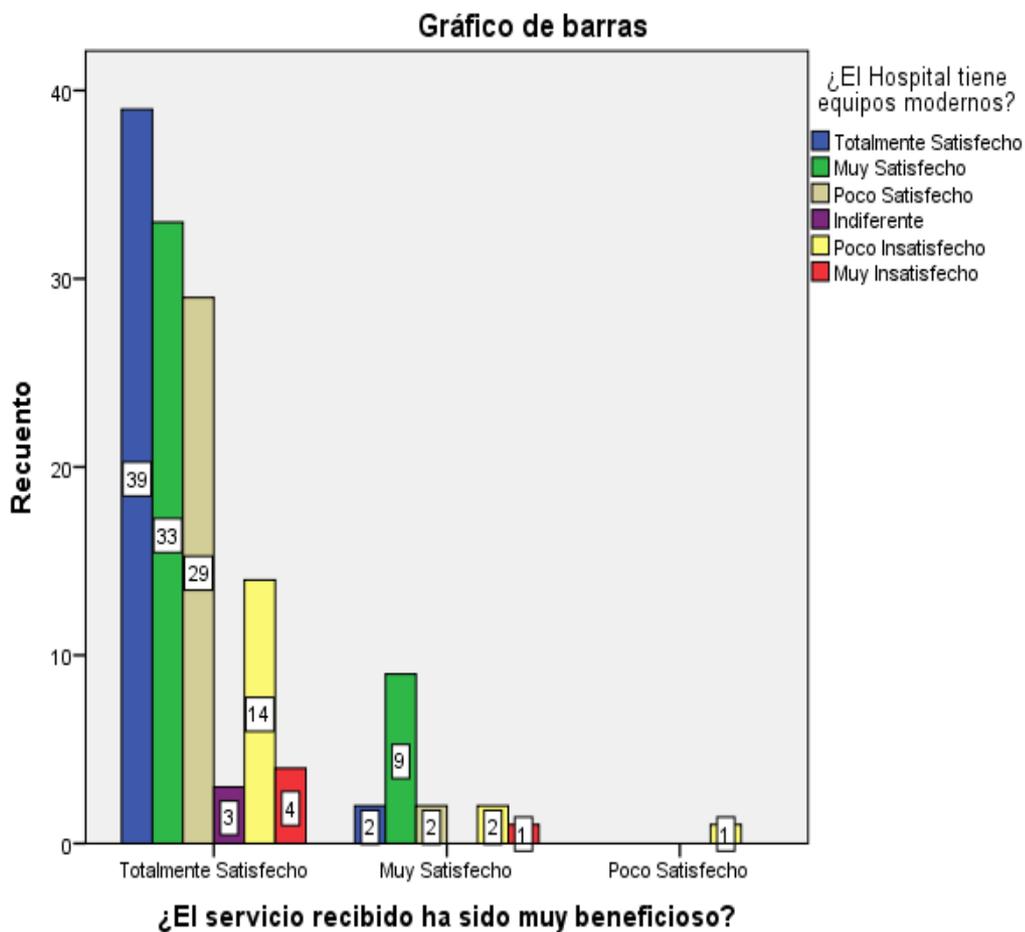


Gráfico 70: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital tiene equipos modernos?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 39 pacientes con un 28% a los equipos modernos del hospital.

Tabla 43

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Recuento		Tabla de contingencia						Total
		¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?						
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	58	27	27	0	8	2	122
	Muy Satisfecho	4	3	7	0	1	1	16
	Poco Satisfecho	0	0	0	1	0	0	1
	Total	62	30	34	1	9	3	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,194	,088	2,316	,022 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,196	,083	2,334	,021 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

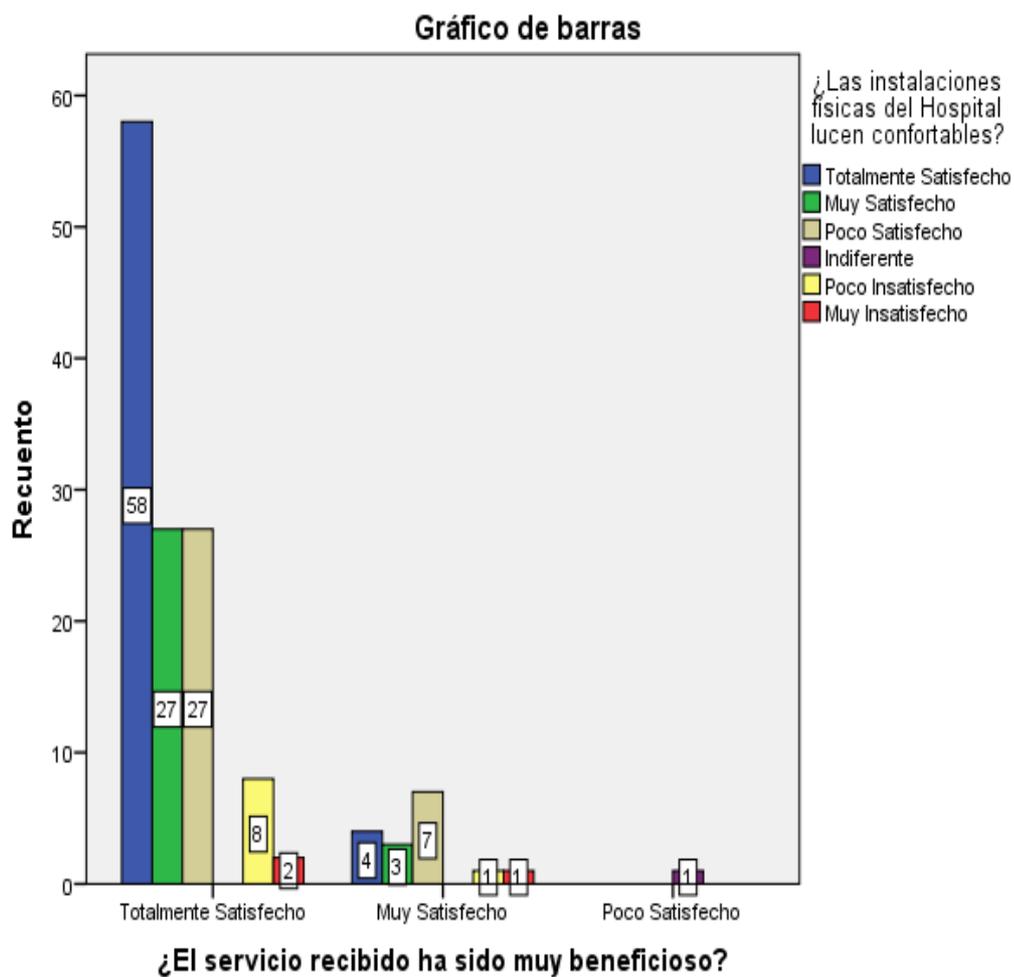


Gráfico 71: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 58 pacientes con un 42% las instalaciones confortables.

Tabla 44

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

Tabla de contingencia							
Recuento		¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?				Total	
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	106	6	7	1	2	122
	Muy Satisfecho	14	2	0	0	0	16
	Poco Satisfecho	0	0	1	0	0	1
	Total	120	8	8	1	2	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,041	,100	,481	,631 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,042	,093	,492	,623 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

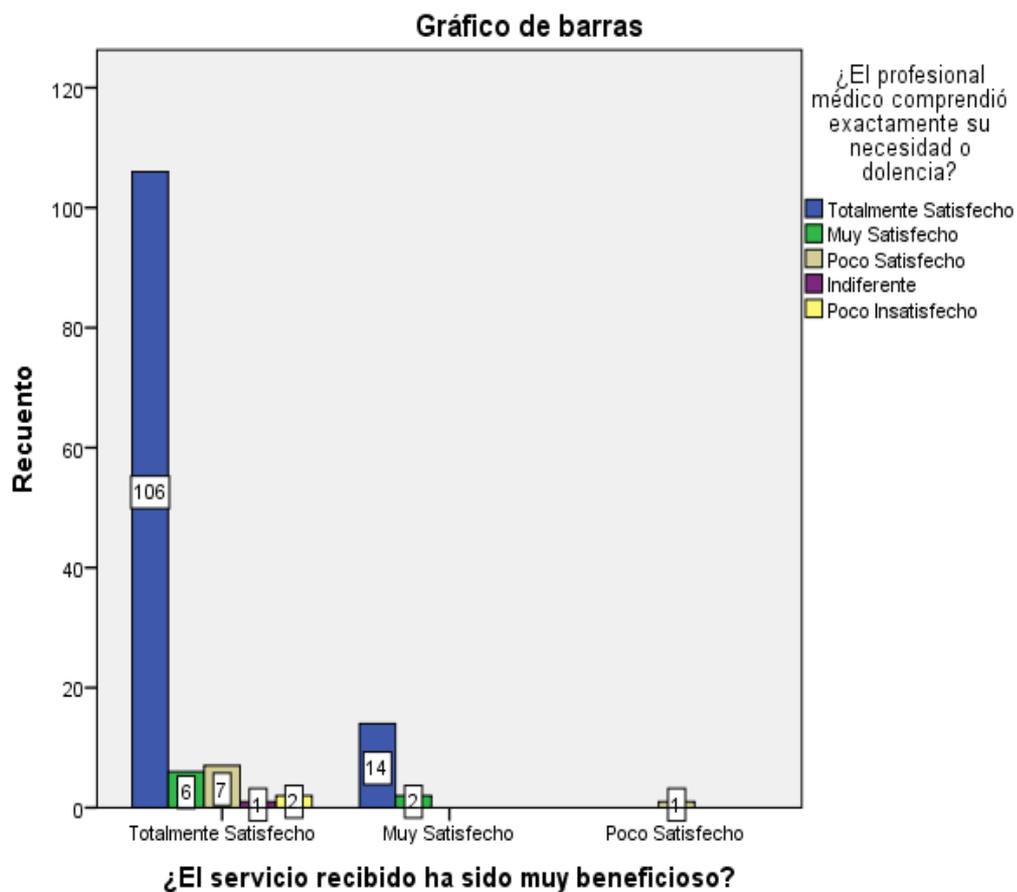


Gráfico 72: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 106 personas con un 76% a la comprensión de su necesidad

Tabla 45

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?

		Tabla de contingencia						
Recuento		¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?					Total	
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho		Muy Insatisfecho
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	35	29	36	1	21	0	122
	Muy Satisfecho	2	1	9	0	3	1	16
	Poco Satisfecho	1	0	0	0	0	0	1
	Total	38	30	45	1	24	1	139

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,102	,094	1,198	,233 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,143	,082	1,686	,094 ^c
N de casos válidos		139			
a. Asumiendo la hipótesis alternativa.					
b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.					
c. Basada en la aproximación normal.					

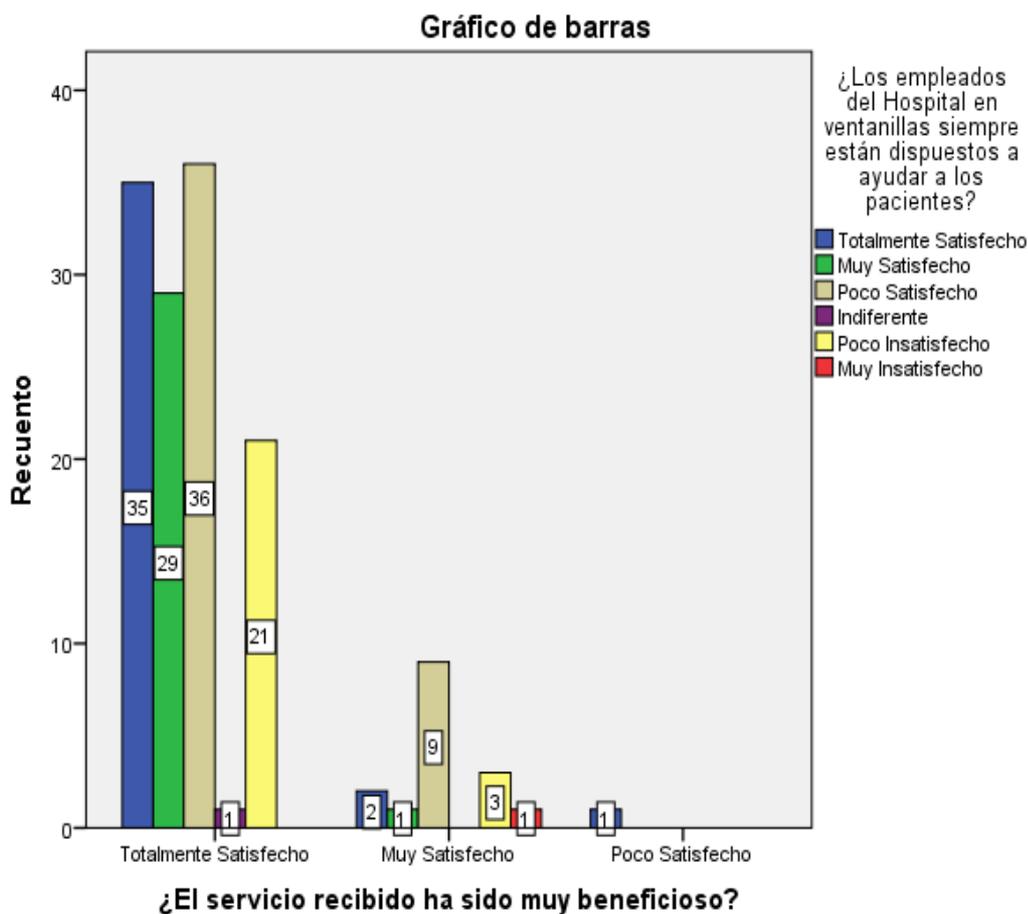


Gráfico 73: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 36 personas con un 26% su poca satisfacción con la ayuda en las ventanillas.

Las áreas técnicas de servicio Médico en consulta externa son muy buenas ya que los pacientes se encuentran en gran mayoría satisfechos, pero en el área de atención en ventanilla tanto en información como en estadística no tiene la misma calidad al momento de tratar con los pacientes

Tabla 46

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?

		Tabla de contingencia						
Recuento		¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?						Total
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	53	25	27	1	9	6	121
	Muy Satisfecho	3	3	5	0	5	0	16
	Poco Satisfecho	0	0	0	0	1	0	1
	Total	56	28	32	1	15	6	138

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^c
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,229	,088	2,746	,007 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,216	,081	2,576	,011 ^c
N de casos válidos		138			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

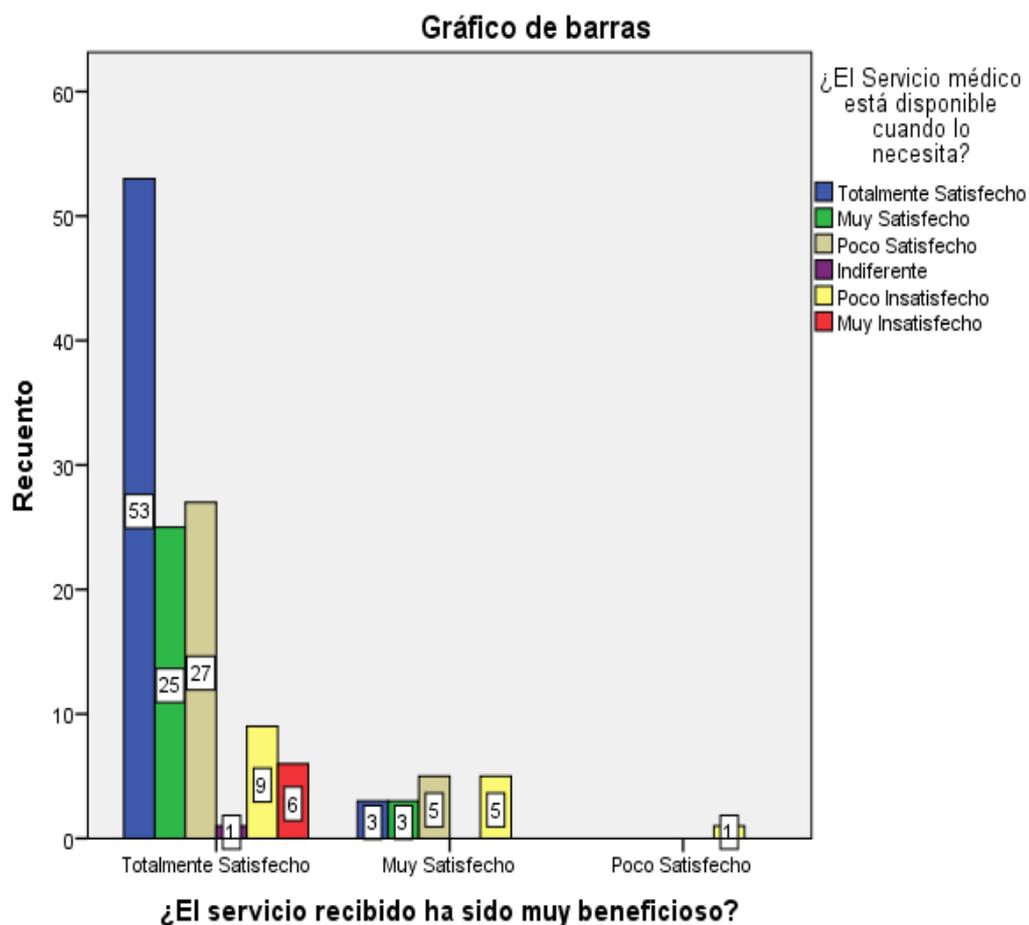


Gráfico 74: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 53 pacientes con un 38% al servicio médico disponible cuando lo necesita.

Tabla 47

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

Tabla de contingencia							
Recuento	¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?					Total	
	Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho		
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	37	32	31	18	4	122
	Muy Satisfecho	1	7	7	1	0	16
	Poco Satisfecho	0	0	0	1	0	1
Total		38	39	38	20	4	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,074	,079	,863	,390 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,095	,067	1,115	,267 ^c
N de casos válidos		139			
a. Asumiendo la hipótesis alternativa.					
b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.					
c. Basada en la aproximación normal.					

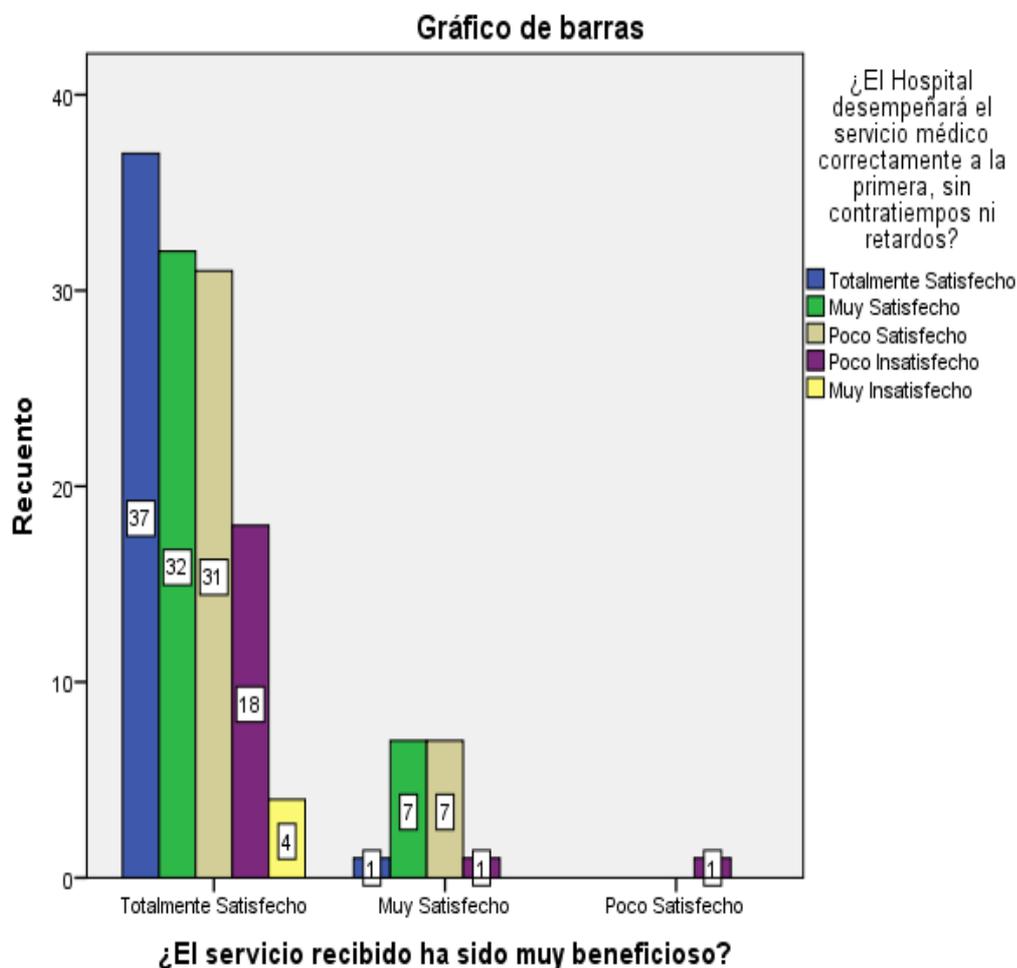


Gráfico 75: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 37 pacientes con un 27% al servicio médico oportuno, sin retrasos.

Tabla 48

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?

Tabla de contingencia							
Recuento		¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?				Total	
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	91	25	1	1	4	122
	Muy Satisfecho	9	6	0	0	1	16
	Poco Satisfecho	0	0	1	0	0	1
	Total	100	31	2	1	5	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,152	,101	1,794	,075 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,164	,095	1,951	,053 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

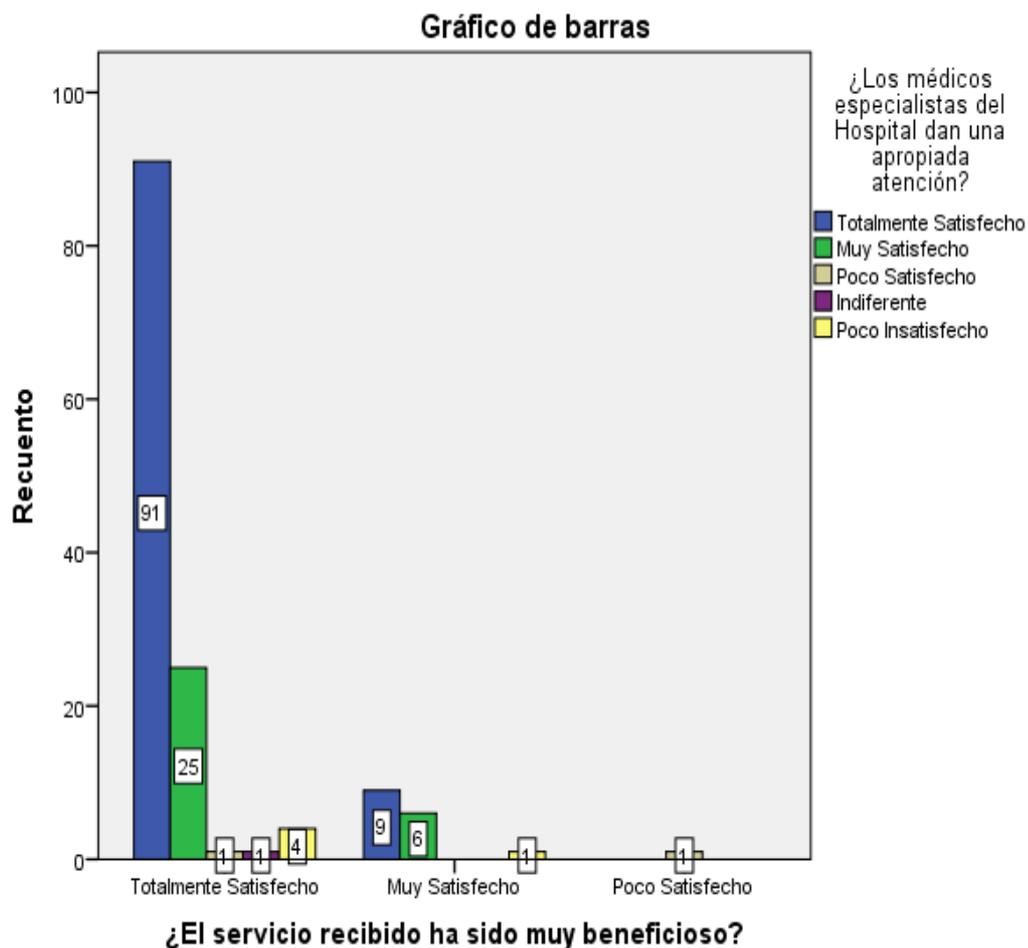


Gráfico 76: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 91 pacientes con un 65% a la atención apropiada de los especialistas.

Tabla 49

¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

Tabla de contingencia							
Recuento	¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?					Total	
	Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho		
¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso?	Totalmente Satisfecho	93	19	8	1	1	122
	Muy Satisfecho	9	4	3	0	0	16
	Poco Satisfecho	0	0	1	0	0	1
	Total	102	23	12	1	1	139

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,192	,104	2,296	,023 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,184	,098	2,197	,030 ^c
N de casos válidos		139			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

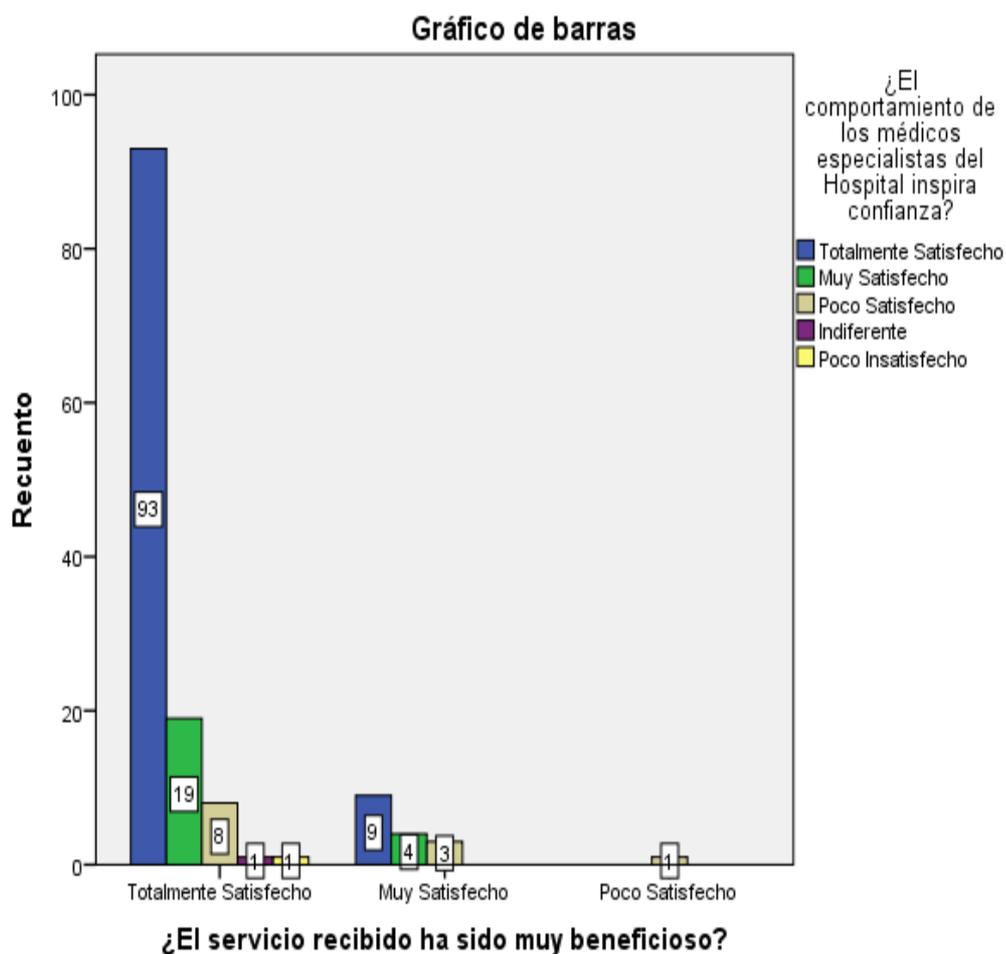


Gráfico 77: ¿El servicio recibido ha sido muy beneficioso? * ¿El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza?

Análisis:

El 88% de los encuestados equivalente a 122 pacientes se sienten totalmente satisfechos con que el servicio ha sido muy beneficioso para ellos, asociándolo 93 pacientes con un 67% a la confianza que inspira los médicos especialistas.

Tabla 50

¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? * ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?

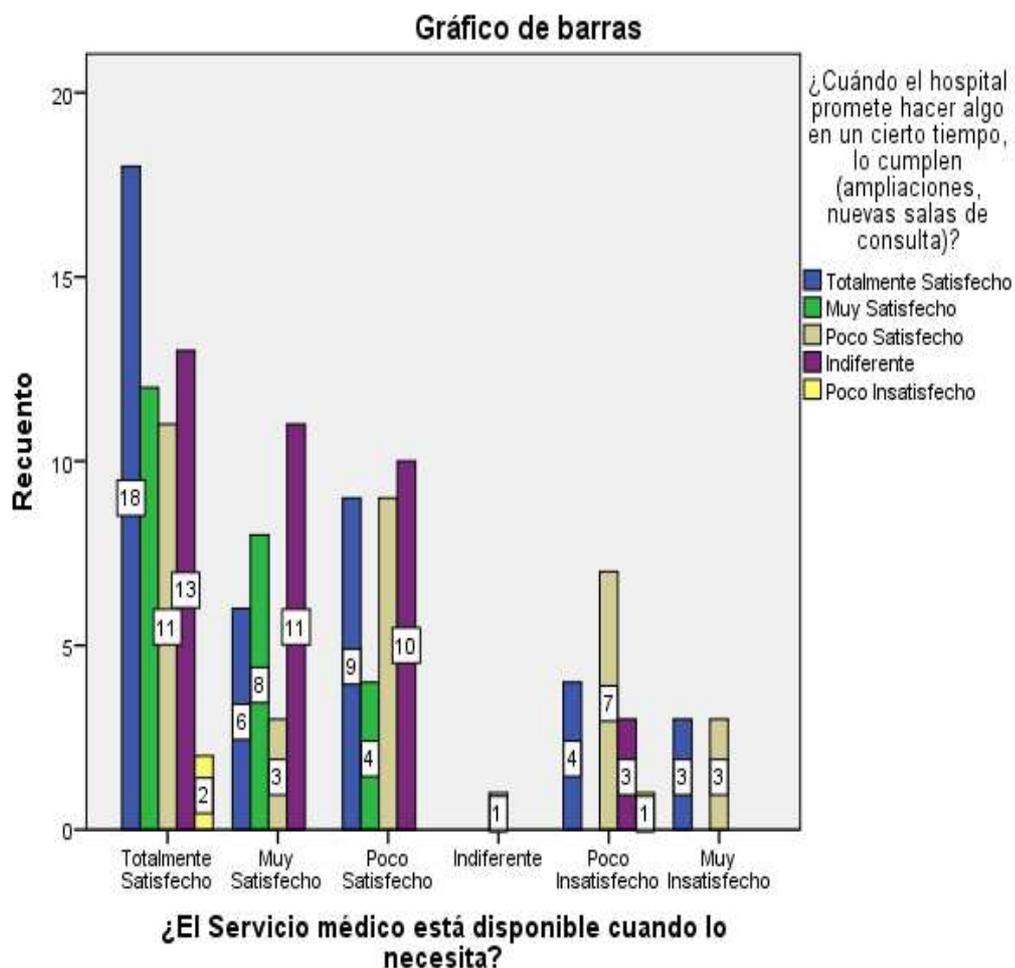
Recuento		¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?					Total
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Indiferente	Poco Insatisfecho	
¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?	Totalmente Satisfecho	18	12	11	13	2	56
	Muy Satisfecho	6	8	3	11	0	28
	Poco Satisfecho	9	4	9	10	0	32
	Indiferente	0	0	1	0	0	1
	Poco Insatisfecho	4	0	7	3	1	15
	Muy Insatisfecho	3	0	3	0	0	6
Total		40	24	34	37	3	138

Medidas simétricas		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,027	,085	,314	,754 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,046	,085	,541	,590 ^c
N de casos válidos		138			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.



**Gráfico 78: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? *
 ¿Cuándo el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen (ampliaciones, nuevas salas de consulta)?**

Análisis:

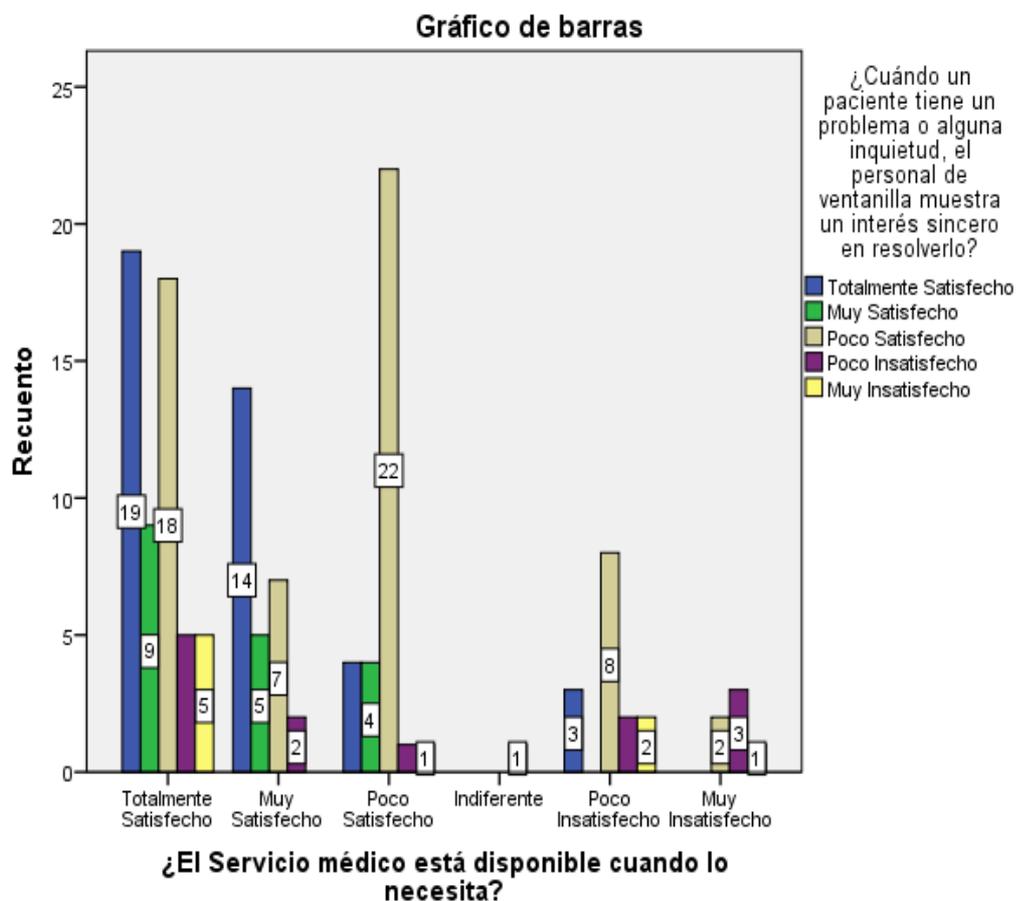
El 40% de los encuestados equivalente a 56 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la disponibilidad del servicio médico, asociándolo 18 pacientes con un 13% al cumplimiento de las promesas del hospital.

Tabla 51

¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? * ¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?

Recuento		Tabla de contingencia					Total
		¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?					
		Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Poco Insatisfecho	Muy Insatisfecho	
¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita?	Totalmente Satisfecho	19	9	18	5	5	56
	Muy Satisfecho	14	5	7	2	0	28
	Poco Satisfecho	4	4	22	1	1	32
	Indiferente	0	0	0	1	0	1
	Poco Insatisfecho	3	0	8	2	2	15
	Muy Insatisfecho	0	0	2	3	1	6
Total		40	18	57	14	9	138

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada ^a
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,268	,091	3,248	,001 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,238	,086	2,858	,005 ^c
N de casos válidos		138			
a. Asumiendo la hipótesis alternativa.					
b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.					
c. Basada en la aproximación normal.					



**Gráfico 79: ¿El Servicio médico está disponible cuando lo necesita? *
¿Cuándo un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo?**

Análisis:

El 40% de los encuestados equivalente a 56 pacientes se sienten totalmente satisfechos con la disponibilidad del servicio médico, asociándolo 19 pacientes con un 14% al interés que muestra el personal de ventanillas en resolver problemas de los pacientes. A medida que la satisfacción se reduce con respecto a la disponibilidad del servicio brindado por el Hospital, aumenta la percepción de insatisfacción con respecto al personal de ventanillas al momento de resolver inquietudes o problemas de los pacientes.

RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN

Para concluir con la investigación se tomó en cuenta 4 aspectos fundamentales: Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho, 2 muy satisfecho, 3 poco satisfecho, 4 indiferente, 5 algo insatisfecho, 6 muy insatisfecho hasta llegar a 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 52

Servicio Administrativos

PREGUNTAS	MEDIA
5. Cuando el hospital promete hacer algo en un cierto tiempo, lo cumplen. (ampliaciones, nuevas salas de consulta)	2,55
6. Cuando un paciente tiene un problema o alguna inquietud, el personal de ventanilla muestra un interés sincero en resolverlo	2,68
7. El Hospital desempeñará el servicio médico correctamente a la primera, sin contratiempos ni retardos.	2,55
8. El personal del Hospital no comete errores al momento de la entrega de turnos	1,86
10. Los empleados del Hospital informan exactamente cuándo y cómo serán desempeñados los servicios médicos en caso de que algún especialista haya tenido alguna eventualidad	1,54
12. Los empleados del Hospital en ventanillas siempre están dispuestos a ayudar a los pacientes.	2,61
13. Los empleados del Hospital en ventanillas responden correctamente las preguntas que se les hace	2,64
17. Los empleados de ventanillas del Hospital están capacitados para responder a las preguntas de los pacientes.	2,76
19. El Hospital tiene horarios convenientes para todos sus pacientes.	2,01
20. El Servicio médico está disponible cuando lo necesita	2,34
21. El Hospital se preocupa por dar un buen trato en ventanillas a sus pacientes.	2,62
PROMEDIO	2,38

En lo que respecta a los servicios administrativos que interviene a las hora de atender a los pacientes como el servicio de ventanillas e información Tiene un promedio de satisfacción del 2.38 acercándose al muy satisfecho con dicho servicio del hospital de Sangolquí. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 53

Equipamiento

PREGUNTAS	MEDIA
1. El Hospital tiene equipos modernos	2,48
4. Los materiales asociados con el servicio (murales, información, etc.) son comprensibles y de fácil acceso	1,58
PROMEDIO	2.03

En lo que respecta al equipamiento de Hospital tanto en pasillos como en equipos que utilizan los doctores tiene un promedio de satisfacción del 2.03 acercándose al muy satisfecho. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 54**Servicio Médico**

PREGUNTAS	MEDIA
3. Los empleados del hospital tienen apariencia pulcra.	1,17
9. El profesional médico comprendió exactamente su necesidad o dolencia	1,25
11. Los médicos especialistas del Hospital dan una apropiada atención.	1,42
14. El comportamiento de los médicos especialistas del Hospital inspira confianza.	1,39
15. Usted como paciente se siente seguro con los servicios que brinda el hospital	1,55
16. Los médicos del Hospital son consistentemente amables con los pacientes.	1,35
18. El médico nunca escatima tiempo para atenderle.	1,14
22. El servicio recibido ha sido muy beneficioso	1,13
PROMEDIO	1,3

En lo que respecta a los servicios médicos directamente relacionados con los Doctores especialistas tiene un promedio de satisfacción del 1.30 acercándose a totalmente satisfecho con dicho servicio del hospital de Sangolquí. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

Tabla 55**Infraestructura**

PREGUNTAS	MEDIA
2. Las instalaciones físicas del Hospital lucen confortables.	2,09

En lo que respecta a la Infraestructura del Hospital tiene un promedio de satisfacción del 2.09 acercándose al muy satisfecho con el aspecto que tiene el hospital de Sangolquí. Considerando una escala de donde 1 es totalmente satisfecho hasta 7 que es totalmente insatisfecho

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Mediante el Estudio se logró dar a conocer la historia de cómo se construyó y ha ido evolucionando con más especialidades en el paso del tiempo el Hospital Básico Sangolquí
- En base al Modelo SERVQUAL analizado en la investigación se condujo a identificar las carencias y fortalezas del servicio en el Hospital, también se sienta las bases para la formulación de un paquete de valor que supere sus expectativas de calidad.
- Mediante la investigación se concluye que el Hospital Básico Sangolquí no solo atiende a pacientes del Cantón Rumiñahui, sino que también existen pacientes de las parroquias de Quito por ejemplo La Merced, Conocoto, Alangasí, Pintag entre otras, que por su cercanía con el Hospital prefieren atenderse allí, que ir a un Hospital de Quito
- A través del estudio de mercado se estableció las características y tendencias que el paciente siente agrado al momento de recibir atención en el Hospital.

En su mayoría de los encuestados sobrepasando el 50% de los encuestados se encuentran satisfechos con el servicio médico ofrecido por el Hospital

Aseguran que ha existido un cambio significativo en los últimos años, apuntan su satisfacción a mejores instalaciones, fachada y equipos médicos en el Hospital Sangolquí

Los encuestados asocian el servicio oportuno brindado en el hospital a la información colocada en los carteles y murales que es fácil acceso

- Se concluye que los encuestados eligen como factores de mayor satisfacción un beneficioso servicio, seguido por el tiempo que dedica los médicos atender a los pacientes y la apariencia pulcra de los empleados

- Conforme el proyecto de investigación señala su poca satisfacción al inadecuado comportamiento del personal de ventanilla al momento de atender y resolver inquietudes de los pacientes en consulta externa

RECOMENDACIONES:

- Se recomienda el diseño de una Estrategia de comunicación para tener una percepción realista sobre el Hospital. Mediante la creación de una página web, vinculado directamente desde la página del Ministerio de salud, que dé a conocer su infraestructura, horarios, especialidades y diferentes exámenes de laboratorio que ofrece el Hospital, la misma que deberá ser actualizada según se incrementen especialidades o nuevos exámenes.
- Se debería fortalecer la comunicación al dar conocer la Historia del Hospital Básico Sangolquí con sus especialidades, en la página web del ministerio de Salud y en carteleros del Hospital para que los pacientes estén al tanto de todas las especialidades que existen en el hospital
- Con ayuda del Modelo SERVQUAL se tendrá que examinar los factores críticos de insatisfacción en los pacientes, para que la dirección del Hospital los corrija y así mejore su atención hacia el paciente en Consulta Externa
- Se recomienda la incorporación de personal eventual de contingencia en las especialidades que tenga mayor demanda en el Hospital para reemplazar a los médicos en caso de que salgan de vacaciones o tengan alguna eventualidad médica en el área de emergencia
- Contar con un sistema de evaluación continua para que los pacientes califique el servicio recibido por personal administrativo del Hospital, mediante pulsadores eléctricos en cada ventanilla de atención al público, donde el paciente podrá calificar la atención recibida; esto permitirá tener informes con datos claros, precisos y confiables para facilitar la toma de decisiones.
- Se deberá realizar un estudio de procesos para determinar las causas que provocan insatisfacción sobre el personal administrativo de ventanillas: en información, reparto de turnos trato a los pacientes, para brindarles asesoría más rápida y concisa acerca de lo que buscan los pacientes

- Se recomienda mejorar la evidencia física del Hospital: rótulos, pancartas de identificación e información, para mejorar la imagen del mismo
- Será aconsejable mantener siempre criterio de sostenibilidad ambiental, e incentivar a los pacientes a la cultura de reciclaje al clasificar los desechos en los diferentes basureros correctamente señalizados sobre el material que contienen
- La información y los medios de difusión de la misma como carteleras y murales, deben ser totalmente planificados para que se centre en aspectos concretos que sean de interés para los pacientes

Bibliografía

Aaker David, K. V. (2003). *Investigación de Mercados*. Mexico: Limusa Willey.

Cravens, D., & Piercy, N. F. (2007). *Marketing estratégico*. Madrid: Mc Graw Hill.

David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson.

Definición. (16 de abril 2023). *definicion.org*. Obtenido de

<http://www.definicion.org/>

Dyer, B. E. (2000). *Ciencias de la Administración e Investigación de Operaciones*.

Mexico: Limusa, Primera edición.

Ecuador. (2013). Obtenido de Semplades: <http://plan.senplades.gob.ec>

Ecuador. (2013). Obtenido de Plan del buen vivir:

http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/plan_buen_vivir_.pdf

Harrington. (2003). *Administración Total del Mejoramiento continuo*. Colombia:

McGraw-Hill.

Kotler, P. (2003). *Dirección de marketing: Conceptos esenciales*. México: Pearson.

Lovelock, C. (2004). *Marketing de Servicios*. Mexico: Pearson.

Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.

Mejía, L. &. (2003). *Administración*. Madrid: Mc Graw Hill.

Ortiz Frida, G. M. (2005). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Editorial

Limusa.

- Philip Kotler, P. B. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Barcelona: Paidós Iberica.
- Ruiz, R. (2007). *Aula Fácil*. Obtenido de <http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf>
- Ruiz, R. (2007). *El Método Científico y sus Etapas*. México. Trillas.
- Soriano, R. R. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Trillas.
- Universidad de Yucatán. (2000). Obtenido de <http://www.tizimin.uady.mx/biblioteca/recursosinfo/index.php>
- Zeithaml y Bitner. (2006). *Entrega del servicio de Calidad*. Barcelona. Paidós.
- Zeithaml, V. (2002). *Marketing de Servicios*. México. Mc. Graw Hill.
- Blackwell, R. D. (2001). *Comportamiento Del Consumidor*. México: Internacional Thomson Editores.
- Castro, J. (2000). *Investigación Integral de Mercados: Un enfoque para el siglo XXI*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Jany Castro, J. N. (2009). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Mc GrawHill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Lind, D. A., Marchal, W. A., & Mason, R. D. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. México: Alfaomega.
- Loudon, D. L., & DellaBitta, A. J. (1995). *Comportamiento del Consumidor Conceptos y Aplicaciones*. México: Pearson.
- Loudon, D. L., & DellaBitta, A. J. (1995). *Comportamiento del Consumidor Conceptos y Aplicaciones*. México: Pearson.

- Mendez A., C. A. (2001). *Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Mc Graw Hill.
- Gómez Borja, M. Á., & Quintanilla Pardo, I. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. Barcelona. Paidos.
- Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Moreno Ayala, V. (2009). *Conducta del Consumidor*. Madrid. ESIC Editorial 2000.
- Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Moreno Ayala, V. M. (2000). *Conducta del Consumidor*. Madrid: ESIC Editorial 2000.
- Salomon, M. R. (2008). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson.
- Schiffman, & Kanuk. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson Prentice Hal.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2002). *Marketing de Servicios*. México: Mc Graw Hill.
- Gobierno Cantonal Rumiñahui. (2012). Obtenido de <http://www.ruminahui.gob.ec/sites/default/files/DIAGNOSTICO%20PDYOT.pdf>