



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES IESS LA  
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**Paulina Andrea Clavijo Limones**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2019**



**TEMA:**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES IESS LA  
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.**

**AUTOR**

CLAVIJO LIMONES PAULINA ANDREA

**TUTOR**

ING. SERRANO LUYO MANUEL, MSc.

**Resumen**

La presente investigación se realizó debido a la existencia de quejas constantes sobre la atención al cliente que brinda el Centro de Especialidades IESS La Libertad, presenta como objetivo general determinar en qué forma la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente a través de un estudio que permita la mejora continua en el servicio de atención. La metodología aplicada se basó en investigación exploratoria, descriptiva – correlacional con enfoque cualitativo y cuantitativo, análisis de teorías y aportes relevantes en el desarrollo de la investigación. Los resultados evidenciaron una inconformidad en el usuario, no obstante, cabe recalcar que se dio de forma parcial como en aspectos de espacio físico, cuellos de botella, número de colaboradores y tiempo de atención. Con los resultados obtenidos se conoció la percepción del cliente y/o usuario, el cual se identificó que no existe una satisfacción con respecto a la calidad del servicio que brinda la institución, esto se llevó a cabo a través de instrumentos de recolección de datos, en los cuales las interrogantes estaban direccionadas al tiempo de espera, ambiente de servicio, capacidad de respuesta, experiencia del servicio y temas generales de satisfacción al cliente, posteriormente se planteó una propuesta que aportará a los procesos productivos de la institución de forma eficiente y a la eliminación de actividades que no aporten un valor agregado, atendiendo las necesidades y preferencias de los usuarios y aumentando la eficiencia en la calidad de atención, debido a que se identificó que no existe una satisfacción

**Palabras clave:** Calidad de servicio, satisfacción del cliente, competitividad, optimización.



**TITLE:**

**QUALITY SERVICE AS AN INCIDENCE IN THE CUSTOMER  
SATISFACTION OF THE SPECIALTIES CENTER IESS LA LIBERTAD,  
SANTA ELENA PROVINCE, 2017.**

**AUTHOR**

CLAVIJO LIMONES PAULINA ANDREA

**TUTOR**

ING. SERRANO LUYO MANUEL, MSc.

**Abstract**

The present investigation was carried out due to the existence of constant complaints, about of customer attention provided by the Specialties Center IESS La Libertad, presents as general objective determine how the quality of service affects customer satisfaction through a study that allows continuous improvement. The methodology applied was based on exploratory, descriptive - correlational research with a qualitative and quantitative approach, analysis of theories and relevant contributions in the development of the research. The results showed a nonconformity in the user, however it should be noted that it occurred partially as in aspects of physical space, bottlenecks, number of collaborators and attention time. With the results obtained the perception of the customer and/ or user was know, was identified a dissastifaction regarding the quality of the service provided by the institution, through data collection instruments in which the questions were asked, addressed to waiting time, service environment, response capacity, service experience and general issues of customer satisfaction, After a proposal was proposed that would contribute to the productive processes of the institution in an efficient manner and to the elimination of activities that do not provide added value, meeting the needs and preferences of the users and increasing efficiency in the quality of care.

**Keywords:** Quality service; customer satisfaction; competitiveness; optimization.

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES IESS LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017**”, elaborado por la Srta. **CLAVIJO LIMONES PAULINA ANDREA**, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención de título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**



---

**Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.**

**PROFESOR GUÍA**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente Trabajo de Titulación con el Título de “**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES IESS LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017**”, elaborado por **CLAVIJO LIMONES PAULINA ANDREA**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

**Transferencia de derechos autorales.** Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Administración de Empresas**, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

**Atentamente,**



**Clavijo Limones Paulina Andrea**  
**C.I. 2450003385**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por ser mi espíritu de fuerza, perseverancia, lucha, fe, esperanza y guía en tiempos de aflicción; por su misericordia y bondad en tiempos de gloria, como la dicha de culminar mi trabajo de titulación.

A mis padres Rubén Clavijo y Yessenia Limones, por ser mi ejemplo de superación, mi apoyo incondicional y el motor que impulsa mi vida.

Al gobierno de la República del Ecuador y al programa de Becas Nacionales, por haberme otorgado una beca como base financiera para continuar mi carrera universitaria.

A los docentes de mi distinguida Universidad Estatal Península de Santa Elena y su labor de impartir sus conocimientos que serán la base para ejercer mi profesión.

Al Centro de Especialidades IESS La Libertad y a la Sra. Bella Cárdenas Banchón por la amabilidad y apertura al desarrollo del presente trabajo de investigación.

Paulina Clavijo Limones

## **DEDICATORIA**

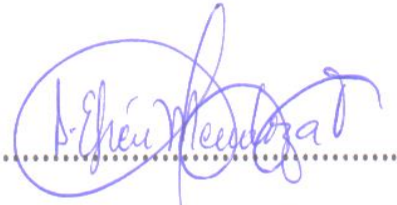
A mi tío Edison Clavijo por enseñarnos que la gracia de Dios es superior a cualquier diagnóstico médico y guardar la esperanza de un milagro en su recuperación.

A la memoria de “mi amigo sonriente”, que hasta su último suspiro dedicó a sus ganas de superarse y del cual hoy guardo hermosos y gratos recuerdos de una bonita amistad.

A mi familia, como pilar fundamental, a ellos, van dirigidas mis victorias, son el lugar donde puedo acudir en un momento de derrota.

Paulina Clavijo Limones

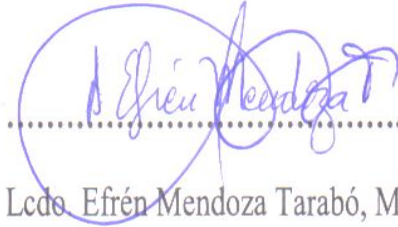
**TRIBUNAL DE GRADO**



Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.

**DECANO DE FACULTAD (e)**

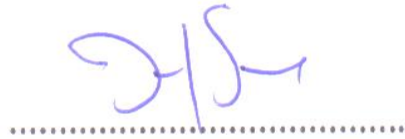
**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.

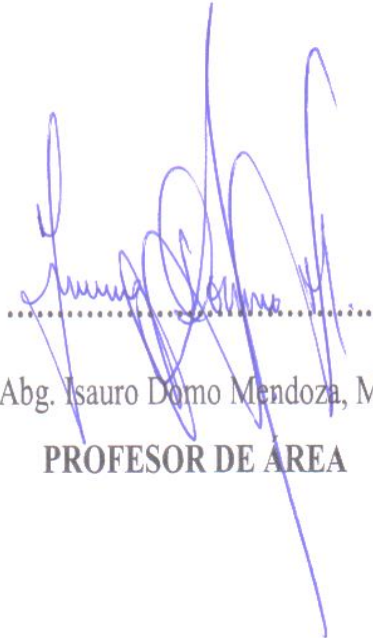
**DIRECTOR DE CARRERA (e)**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.

**PROFESOR GUÍA**



Abg. Isauro Domo Mendoza, MBA.

**PROFESOR DE ÁREA**



Abg. Víctor Coronel Ortiz, MSc.

**SECRETARIO GENERAL (e)**



## ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen.....	i
Abstract.....	ii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA .....	vi
TRIBUNAL DE GRADO .....	vii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. Revisión de la literatura.....	10
1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos .....	14
1.2.1. Calidad de Servicio .....	14
1.2.1.1. Calidad Total.....	15
1.2.1.2. Gestión de calidad.....	16
1.2.1.3. Sistema de calidad.....	17
1.2.1.4. Producto Fundamental .....	18
1.2.1.5. Demanda y Capacidad Productiva .....	18
1.2.1.5.1. Demanda .....	18
1.2.1.5.2. Capacidad Productiva.....	19
1.2.1.6. Capacidad de Respuesta.....	19
1.2.1.7. Ambiente de Servicio.....	20
1.2.1.8. Servicio al cliente.....	21
1.2.1.9. Atención al Cliente.....	22
1.2.1.10. Liderazgo de Servicio .....	23
1.2.2. Satisfacción del Cliente.....	24
1.2.2.1. Propuesta de valor .....	25
1.2.2.2. Atributos del Servicio .....	26

1.2.2.3.	Percepción de los clientes .....	27
1.2.2.4.	Valor agregado .....	27
1.2.2.5.	Expectativa del cliente .....	28
1.2.2.6.	Comunicación Cliente-empresa .....	29
1.2.2.7.	Experiencia del cliente .....	30
1.2.2.8.	Fidelización del cliente .....	31
1.2.2.9.	Cadena de Valor .....	32
1.2.2.10.	Calidad Institucional .....	33
1.3.	Fundamentos Sociales, Psicológicos, Filosóficos y Legales.....	34
1.3.1.	Sociales .....	34
1.3.2.	Psicológicos.....	35
1.3.3.	Filosóficos .....	36
1.3.4.	Legales .....	37
1.3.4.1.	Constitución de la República del Ecuador (2008).....	37
1.3.4.2.	Ley orgánica de la salud.....	38
1.3.4.3.	Ley de seguridad social.....	39
1.3.4.4.	Ley Orgánica del Servicio Público .....	40
1.3.4.5.	Ley Orgánica de la defensa del consumidor .....	42
1.3.4.6.	Estatuto Orgánico de Gestión por procesos del MSP. ....	44
CAPÍTULO II .....		45
MATERIALES Y MÉTODOS .....		45
2.1.	Tipos de investigación.....	45
2.2.	Métodos de investigación .....	46
2.3.	Diseño de Muestreo.....	47
2.3.1.	Población .....	47
2.3.2.	Muestreo .....	48
2.4.	Diseño de recolección de datos .....	49
CAPÍTULO III.....		51
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		51
3.1.	Análisis de datos.....	51
3.1.1.	Resultados de la entrevista.....	51

3.1.2.	Resultados de las encuestas.....	58
3.2.	Limitaciones .....	78
3.3.	Resultados.....	79
3.3.1.	Comprobación de hipótesis .....	81
3.4.	Nombre de la propuesta.....	84
3.4.1.	Objetivo de la propuesta.....	84
3.4.1.1.	Ubicación de la empresa.....	84
3.4.1.2.	Misión.....	85
3.4.1.3.	Visión .....	85
3.4.1.4.	Políticas .....	85
3.4.1.5.	Áreas.....	85
3.4.2.	Modelo de LEAN SERVICE propuesto.....	86
3.4.3.	Estrategia 5´S.....	87
3.4.3.1.	Pasos para implementar las 5´S .....	87
3.4.3.2.	Fases de la implementación de las 5´S .....	88
3.4.4.	Trabajo Estandarizado .....	89
3.4.5.	Kaizen.....	89
3.4.6.	Plan de Capacitación para la implementación de LEAN SERVICE.....	90
3.4.7.	Procedimiento para la aplicación de LEAN SERVICE .....	92
3.4.8.	Presupuesto.....	93
	<b>Conclusiones .....</b>	<b>94</b>
	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>95</b>
	<b>Bibliografía .....</b>	<b>96</b>
	<b>Anexos .....</b>	<b>101</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1:</b> Usuarios Centro de Especialidades.....	47
<b>Cuadro 2:</b> Población .....	48
<b>Cuadro 3:</b> Muestra .....	49
<b>Cuadro 4:</b> Edad .....	58
<b>Cuadro 5:</b> Género.....	59
<b>Cuadro 6:</b> Instrucción .....	60
<b>Cuadro 7:</b> Satisfacción en la atención.....	61
<b>Cuadro 8:</b> Trato del personal .....	62
<b>Cuadro 9:</b> Trato del personal .....	62
<b>Cuadro 10:</b> Procedimiento de atención al cliente .....	63
<b>Cuadro 11:</b> Número de colaboradores en atención al cliente .....	64
<b>Cuadro 12:</b> Ambiente de servicio .....	65
<b>Cuadro 13:</b> Tiempo de atención al cliente .....	66
<b>Cuadro 14:</b> Desempeño de actividades del personal .....	67
<b>Cuadro 15:</b> Eficiencia de la información brindada al cliente .....	68
<b>Cuadro 16:</b> Competencia y habilidades del servicio .....	69
<b>Cuadro 17:</b> Confiabilidad y credibilidad en la atención .....	70
<b>Cuadro 18:</b> Inversión de recursos en la institución.....	71
<b>Cuadro 19:</b> Capacitaciones al personal de atención .....	72
<b>Cuadro 20:</b> Percepción del servicio .....	73
<b>Cuadro 21:</b> Comunicación del personal y usuario del servicio .....	74
<b>Cuadro 22:</b> Seguimiento del servicio al cliente .....	75
<b>Cuadro 23:</b> Desempeño de servicio y satisfacción en todos los usuarios.....	76
<b>Cuadro 24:</b> Recomendación del servicio .....	77
<b>Cuadro 25:</b> Resumen de datos .....	81
<b>Cuadro 26:</b> Tabla de Contingencia .....	82
<b>Cuadro 27:</b> Comprobación del Chi-Cuadrado .....	82
<b>Cuadro 28:</b> Ponderación de herramientas LEAN SERVICE.....	87
<b>Cuadro 29:</b> Plan de Capacitación.....	91
<b>Cuadro 30:</b> Presupuesto Plan de Capacitación .....	93

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Edad .....	58
<b>Gráfico 2:</b> Género.....	59
<b>Gráfico 3:</b> Instrucción .....	60
<b>Gráfico 4:</b> Satisfacción en la atención.....	61
<b>Gráfico 5:</b> Procedimiento de atención al cliente .....	63
<b>Gráfico 6:</b> Número de colaboradores en atención al cliente .....	64
<b>Gráfico 7:</b> Ambiente de servicio .....	65
<b>Gráfico 8:</b> Tiempo de atención al cliente .....	66
<b>Gráfico 9:</b> Desempeño de actividades del personal: .....	67
<b>Gráfico 10:</b> Eficiencia de la información brindada al cliente .....	68
<b>Gráfico 11:</b> Competencia y habilidades del servicio .....	69
<b>Gráfico 12:</b> Confiabilidad y credibilidad en la atención .....	70
<b>Gráfico 13:</b> Inversión de recursos en la institución.....	71
<b>Gráfico 14:</b> Capacitación al personal de atención.....	72
<b>Gráfico 15:</b> Percepción del servicio .....	73
<b>Gráfico 16:</b> Comunicación del personal y usuario del servicio .....	74
<b>Gráfico 17:</b> Seguimiento del servicio al cliente .....	75
<b>Gráfico 18:</b> Desempeño de servicio y satisfacción en todos los usuarios.....	76
<b>Gráfico 19:</b> Recomendación del servicio .....	77
<b>Gráfico 20:</b> Hipótesis alternativa aceptada .....	83

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1:</b> Matriz de Consistencia.....	102
<b>Anexo 2:</b> Matriz de Operacionalización .....	103
<b>Anexo 3:</b> Formato de entrevista.....	105
<b>Anexo 4:</b> Formato de la encuesta.....	107
<b>Anexo 5:</b> Presupuesto del trabajo de titulación .....	109
<b>Anexo 6:</b> Cronograma de actividades.....	110
<b>Anexo 7:</b> Fotografías de aplicación de instrumentos para colección de datos ...	111
<b>Anexo 8:</b> Carta Aval de la Empresa .....	112

## INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio representa un valor agregado dentro de las empresas y organizaciones, el mismo que le permitirá distinguirse de forma positiva ante sus competidores en el sector que se desenvuelven, ya sean empresas privadas, públicas o mixtas.

Las organizaciones privadas buscan generar utilidad económica y las entidades públicas sin fines de lucro buscan generar una ganancia social; sin embargo, ambos sectores buscan generar un valor competitivo a sus clientes en el servicio que brindan. (Lovelock & Wirtz, 2015).

A nivel mundial la percepción de la calidad y la satisfacción del cliente han alcanzado una importancia inminente y representan piezas claves para predecir a futuro las posibles conductas del consumidor. En países de primer mundo como Estados Unidos, Rusia o China, existe un alto nivel de calidad en los productos y servicios que desarrollan, debido a programas y planes de mejoras que implementan los gobiernos en la producción manufacturera, empresarial y gestión pública, así como derechos de propiedad intelectual, la existencia de controles minuciosos de calidad internacionales y sanciones eficaces vigentes en el mercado que evitan la comercialización y consumo de productos falsos o de mala calidad.

En el Ecuador existen controles de calidad en las empresas manufactureras e industriales, como también en empresas públicas y gestiones de desarrollo social, sin embargo, existen limitantes como la falta de recursos y administración gubernamental, que impiden que exista una cultura de calidad permanente en los

procesos productivos del sector industrial privado y con mucha más relevancia en las gestiones y públicas.

En la Provincia de Santa Elena a nivel de empresas no existe una cultura de calidad eficiente, muchas organizaciones e instituciones ejercen de forma empírica sus actividades. En la actualidad, la calidad de servicio en el sector público, específicamente en el área de salud y en los diferentes centros de atención como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, han reflejado un cambio significativo en lo que se refiere a la atención del cliente o usuario, debido a la contratación de recursos importantes y sistemas informáticos han permitido atender la demanda e incremento en la atención de afiliados; no obstante, aún existe una limitada cobertura y la calidad en el servicio no es aun la esperada.

Según datos estadísticos, durante los últimos años, la demanda de afiliados al seguro social ha aumentado significativamente, en el año 2017 el número de afiliados a nivel nacional fue de aproximadamente 3`632.584 (Leon, 2017) y a nivel provincial Santa Elena en el mismo año es de 34.385 (IESS, 2018) motivo por el cual la calidad del servicio se ha visto afectada particularmente en la atención al cliente, sea por infraestructura, recursos e insumos, y numero de colaboradores.

De esta manera surge la necesidad de desarrollar el presente trabajo de investigación, que tiene como propósito principal, determinar el grado de satisfacción de los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad y, por consiguiente, determinar si la calidad de servicio influye netamente en la satisfacción del cliente.



El **planteamiento del problema** resalta que la cultura de calidad en el área de salud, en países de primer mundo como Canadá o Estados Unidos manejan un sistema denominado APS o Atención Primaria de Salud, que tiene más énfasis en la prevención que en la intervención. El enfoque de ese sistema resalta mejores resultados en el servicio de salud, por ende, una mayor satisfacción en el usuario y el uso eficiente de recursos. Situación contraria a la atención especializada que genera aumento de costos y produce resultados pocos óptimos en los procesos de atención y salud del usuario. Es un canal más accesible y eficaz, entendiéndose como un sistema entre la atención que se da en infraestructura, recursos, médicos y profesionales competentes de salud, mitigando la inestabilidad e inconformidad en los resultados (Muench et al., 2015).

Realizando una comparación con el sistema de salud en el Ecuador, en los últimos años se ha observado un mejoramiento en condiciones de atención y servicios médicos, sin embargo, aún existen deficiencias en infraestructura, equipamiento de unidades médicas, talento humano y recursos financieros.

La gestión administrativa de las instituciones de salud carece de liderazgo, desempeño y capacidad de respuesta a los usuarios, mecanismo que se ve reflejado en el trato directo con el público, de tal forma afecta la percepción de un servicio de calidad y posteriormente la satisfacción del cliente.

Situación similar acontece en el Centro de Especialidades IESS La Libertad, debido a que las autoridades anteriores no han aportado una gestión adecuada que permita administrar los recursos de forma correcta, a partir de un sistema de calidad que

aporte a los procesos administrativos y de servicio de la institución, que ha presentado constantes quejas en el área de atención al cliente, tiempos de espera en citas agendadas, espacio insuficiente para los usuarios, medicamentos caducados y una mala comunicación entre departamentos.

Con el fin de desagraviar las quejas constantes y mejorar el servicio al cliente y de salud, el Centro de Especialidades IESS La Libertad utilizó como estrategia el extender los horarios de atención a doble jornada, sin embargo, pese al esfuerzo que se realiza por brindar un servicio de calidad, existen problemas e inconformidades en el usuario, ya que muchos expresan una insatisfacción en la atención recibida al momento de asistir a la institución y recibir información y orientación sobre su citas médicas y demás tramites, problemas que se generan por limitaciones en partidas presupuestarias, rotación de puestos debido a la situación política, y que afectan el ambiente de servicio y sistemas de información perjudicando la calidad asistencial y administrativa.

De tal forma se puede percibir una problemática en la institución, la falta de calidad en el servicio y de estandarización en los procesos, reducen la productividad y aumentan los costos, desperdiciando recursos importantes que repercute la estabilidad financiera, la capacidad de respuesta, la capacitación y motivación de los trabajadores, provocando una insatisfacción que requiere cambios estratégicos y posteriormente, el establecimiento de mejoras continuas que permitan acciones correctivas aumentando la eficiencia en las áreas y generando una satisfacción completa al cumplir con las expectativas del usuario.

Es por esto que, según el análisis realizado, se **formula el problema** de investigación través de la siguiente pregunta:

- ¿De qué manera la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena año 2017?

Con la **sistematización del problema** se pretende analizar:

- ¿Qué nivel de importancia tiene la infraestructura como factor de calidad en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena?
- ¿En qué forma la calidad de atención del personal en el servicio de salud, afecta en la satisfacción del cliente del Centro de IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena?
- ¿Cuáles recursos e insumos son los que tienen mayor incidencia como factor de calidad en el servicio, en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena?
- ¿Qué propuesta permitirá mejorar la calidad de servicio para lograr satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena?

El presente trabajo de investigación tiene como **objetivo general**:

- Determinar en qué forma la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente a través de un estudio que permitan la mejora continua en el servicio de atención del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2017.

Para el cumplimiento del propósito principal de la investigación, se han planteado los siguientes **objetivos específicos**:

- Establecer el nivel de importancia que tiene la infraestructura como factor de calidad en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.
- Identificar la calidad de atención del personal en el servicio de salud y el efecto que produce en la satisfacción del cliente del Centro de IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.
- Determinar los recursos e insumos que tienen mayor incidencia como factor de calidad en el servicio, en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.
- Plantear una propuesta modelo de mejora en la calidad de servicio, en base a los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados, que promueva la satisfacción del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.

La **justificación** del trabajo de investigación se basa en buscar una solución al problema existente en el servicio de atención del Centro de Especialidades IESS La Libertad y aumentar la satisfacción del cliente, lo que permitirá un aumento en la productividad, crecimiento y desarrollo de la institución, automáticamente proporcionando una ventaja competitiva ante sus principales rivales dentro del mercado al que sirven, logrando una diferenciación y asegurando su permanencia y posicionamiento para el continuo aporte social y apertura a plazas de empleo en diferentes áreas y ocupaciones.

La presente investigación tiene como finalidad proponer un modelo de mejora continua en los procesos de servicios y gestión administrativa de la institución, para aumentar la productividad y calidad del servicio brindado, sistematizar actividades y eliminando cuello de botellas, que permitan la reducción de costos, tiempo de servicio y maximizar la experiencia positiva del afiliado.

Los resultados y aportes investigativos obtenidos, brindaran apertura a posibles trabajos de investigación relacionados con la calidad de servicio y satisfacción del cliente, de la misma institución como a instituciones afines al área de salud.

Para la realización de este proyecto la metodología de investigación que se utilizó fue descriptiva - correlacional, con enfoque cualitativo, deductivo, inductivo y analítico, ya que su método de análisis sirve para señalar el problema deseado, características e identificar los factores involucrados que no permiten la satisfacción óptima del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena relacionado con la calidad de atención brindado, a través de este

método de investigación se comprobará la correlación entre la variable dependiente e independiente que permitan medir e identificar el nivel de impacto de la problemática de las cuales fueron obtenidas.

La investigación se basa en teorías y criterios basados en el análisis de trabajos de titulación, libros, revistas y artículos que tienen relación con la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; a su vez, se han practicado técnicas de aplicación básicas para ejecutar un óptimo desarrollo como lo son: entrevistas, encuestas y fichas de observación que han permitido obtener información valiosa para realizar la cuantificación de cualidades de la población objetivo, como es Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, de este modo medir el grado de aceptación y satisfacción de los usuarios.

Considerando que la investigación se aplica a los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, los resultados que se obtengan aportarán en gran medida al cliente y los servicios que ofrece en su máximo beneficio y satisfacción.

La **hipótesis** planteada a comprobar es: La calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad del Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Dónde las variables establecidas son:

La línea de investigación se define en el siguiente **mapeo:**

**El Capítulo I** trata sobre la revisión de la literatura y el marco teórico, mismo que se enfoca en la investigación de teorías, conceptos y fuentes bibliográficas de trabajos científicos similares que se enfocan en la calidad de servicio y satisfacción del cliente, permitiendo analizar las variables de estudio correspondientes.

De igual forma, se definen los fundamentos filosóficos, psicológicos, sociales y legales que amparan el estudio realizado del presente trabajo de titulación.

**El Capítulo II** hace referencia a la metodología y materiales utilizados que comprende el tipo de investigación, los métodos aplicados, diseño de muestreo y las técnicas e instrumentos de recolección de datos aplicados a los usuarios para la obtención de la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

**En el Capítulo III** se especifica los resultados y discusión de la información recolectada, el análisis de los datos en cuadros y gráficos, causa respectiva, interpretación, las limitaciones presentadas durante el desarrollo de la investigación, la comprobación de la hipótesis que confirma la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Finalmente, se describe la propuesta que permitirá optimizar los procesos administrativos y de servicios, a su vez mejorar el servicio que brinda el Centro de Especialidades La Libertad a sus usuarios, y se complementa con las conclusiones y recomendaciones pertinentes a la aplicación del modelo de mejora continua que conviene al proceso productivo de la empresa y el bienestar social contemplado en la constitución de la república.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1. Revisión de la literatura

La importancia de la calidad y la atención al cliente de los centros de salud pública cada vez es mayor, de tal forma desde la planificación como la gestión de procesos y los sistemas de atención son de gran relevancia. Para la ejecución de la presente investigación se identificaron trabajos de titulación que tienen relación con la calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente.

Maggi (2018), con su tesis de posgrado “**Evaluación de la calidad de la atención con la satisfacción de los usuarios del servicio de emergencia pediátrica Hospital General Milagro, año 2017**”, señala que la calidad de servicio a nivel de salud ha ido tomando importancia a nivel de las distintas instituciones de salud, la calidad en la atención en la salud se considera como un derecho obligatorio que tiene que tener cada ciudadano y hace referencia como eje central la satisfacción de los usuarios, como **objetivo** presenta “Evaluar la afectación de la calidad en la atención brindada del servicio de emergencia pediátrica del Hospital General de Milagro sobre la satisfacción de los usuarios”.

La **metodología** de la investigación se desarrolló de forma deductiva con enfoque cuantitativo, y una escala de SERVQUAL para la aplicación de instrumentos, entre los **resultados** presentados se conoció que las personas o usuarios se caracterizan por reflejar y comunicar las mismas inquietudes e insatisfacciones con respecto al nivel de calidad que ofrecen los Hospitales del IESS y el Hospital General de



Milagro, la situación negativa que invaden estos hospitales no pasa solo por el nivel de conocimiento de los colaboradores deban tener, sino que, depende mucho de las ganas y motivación de ayudar a los usuarios.

Quispe (2015), en su tema de investigación “**Calidad de Servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas, Perú, año 2015**” indica que los sistemas de salud se encuentran en evolución debido a múltiples factores, como avances tecnológicos, presiones económicas y mayor exigencia y demanda por parte de los usuarios y además la competencia con centros de salud privado. El sector público se encuentra cada vez más preocupado en desarrollar estrategias que permitan mejorar la calidad en el servicio a los usuarios que son los pacientes y den como resultado la garantía de un servicio óptimo y a vez la satisfacción del cliente; por ende, superen las expectativas del usuario.

Como **objetivo** de la investigación presenta “Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital Nacional Hugo Pecetto.

la **metodología** aplicada fue tipo descriptiva-correlacional, con enfoque cuantitativo por la existencia de hipótesis comprobada y de diseño no experimental.

Los **resultados** obtenidos indican que el hospital debe incrementar personal capacitado, programas de prevención en salud, capacidad de respuesta clara e inmediata, capacitaciones sobre atención al cliente y mejoramiento de equipos médicos que contribuyan a un mejor servicio y satisfacción.

Macías & Villegas (2017), en su tesis de posgrado “**Propuesta para implementación de un proceso de mejora continua de calidad de servicio del Laboratorio Clínico en el Hospital Básico de El Empalme, 2016**” indica que la calidad de servicio y la mejora continua brindan ventajas ya que permite la satisfacción óptima de los clientes, reducir los errores en los procesos, por ende, la reducción de los costos haciéndoles más eficientes. Esto permite analizar la situación actual del área de estudio, establecer la mejora del servicio y buscar las posibles soluciones al problema, seleccionar las más adecuadas, implantarlas y analizar los resultados obtenidos.

Dentro de los **objetivos** presenta “Diseñar un plan de mejora continua de calidad para el Hospital Básico del Cantón El Empalme con el propósito de alcanzar la máxima eficiencia en los procesos que se llevan a cabo de esta área.

La **metodología** de la investigación se desarrolló de tipo científico con enfoque cualitativo debido a que el análisis de la situación problemática se determinó a través de las entrevistas a los trabajadores del área de estudio y de fuentes bibliográficas.

Los **resultados** obtenidos dentro de dicha investigación indicaron que la unidad médica es la única en la localidad con infraestructura necesaria para la realización de exámenes y la atención masiva de pacientes en forma gratuita; sin embargo, el área de laboratorio no logra abastecerse con su personal actual, sumado a problemas como el inadecuado mantenimiento a equipos que conlleva al empleo de mayores recursos para cada examen.

Borré & Vega (2014), en su artículo científico titulado “**Calidad Percibida de la atención de enfermería por paciente hospitalizados**” en una institución de servicios de salud en Barranquilla, Colombia en el año 2013, señala que la calidad y la satisfacción son dos conceptos que tienen gran interés y aplicación en la gerencia. Últimamente las instituciones de salud han mostrado interés por mejorar la calidad de sus servicios, una forma de hacerlo ha sido mediante la evaluación objetiva y subjetiva con el fin de lograr la satisfacción de expectativas del usuario, incluso sobrepasarlas, dando importancia a la opinión del mismo.

Como **objetivo** de la investigación presenta determinar la calidad percibida de la atención de enfermería por pacientes hospitalizados en una institución de servicios de salud de Barranquilla.

La **metodología** se desarrolló con estudio descriptivo, con enfoque transversal-cuantitativo, recolección de datos a través de una encuesta de calidad percibida con criterios de inclusión.

Entre los **resultados** obtenidos se determinó que el nivel de satisfacción cambia dependiendo de los días de estancia, el tipo de pacientes y la percepción de cada uno en particular, indican que la calidad es percibida particularmente por cada paciente; no obstante, en general es percibida como buena con valores superiores y la calidad de atención es favorable y medianamente favorable con un 70% en la relación interpersonal, y que las expectativas del servicio hospitalario en su mayoría fueron superadas con un 97%, basado en las percepciones obtenidas durante el proceso de atención en enfermería.

## **1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos**

### **1.2.1. Calidad de Servicio**

Sonora (2013), señala que es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, con la firme idea de sorprenderlo con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

Villafañe (2013), indica que la calidad del producto o servicio involucra la perspectiva del consumidor; muy importante para la reputación corporativa pero no suficiente, incluso en aquellos sectores con una gran masa de clientes, en los cuales dicha perspectiva pudiera pensarse que es capaz de clausurar el discurso sobre el buen comportamiento de las empresas.

Villalba (2013), detalla que la calidad de un bien o servicio requiere entonces de características que facilitan su comprensión, siendo el cliente quien define a partir de su interacción con un producto o servicio, si satisfacen o no sus necesidades.

La calidad de servicio es un nivel de satisfacción que siente el cliente al percibir un producto o servicio, es decir que ha cumplido o sobrepasado sus expectativas o contrariamente no ha cubierto totalmente su necesidad.

### **1.2.1.1. Calidad Total**

Alvarez (2015), interpreta la calidad total como el conjunto de filosofías, métodos y estrategias que permiten que una empresa se movilice para producir calidad a través de la satisfacción del cliente. Es un esfuerzo mancomunado, una estrategia global de gestión con direccionamiento preciso hacia una mejora continua de todos los procesos que tiene la empresa para producir los servicios o productos.

Se entiende por calidad total, al nivel de desempeño, seriedad, seguridad, dispositivos, beneficios, costos y otras características del producto que los consumidores esperan a fin de satisfacer plenamente sus necesidades y preferencias. Para el gerente de la empresa, esto significa una constante observación o monitoreo de las cambiantes maneras de satisfacer necesidades, deseos, gustos, preferencias, estilos de vida y motivos de consumo, luego de ello, asegurarse de proporcionarles productos con la calidad que ellos esperan, (Mesa, 2016).

Cortés (2017), describe como la etapa en la que calidad, impregnando toda la empresa, ha de ser la estrategia a emplear para tener éxito en el mercado frente a los competidores, integrado en cada persona y en todas las actividades de la empresa.

Se puede entender como calidad total porque, comprende a todas las áreas y personas que conforman la organización, quienes deberán estar comprometidos a que el producto o servicio sea producido con las características, requisitos o atributos necesarios que el cliente requiere para adquirir una satisfacción plena.

### **1.2.1.2. Gestión de calidad**

Para Alvarez (2015), la mejora de la calidad bajo una gestión: Supone la creación organizada de un cambio ventajoso. No es solo eliminar los picos esporádicos de mala calidad, objeto de control, sino un proceso planificado de búsqueda del perfeccionamiento y de la excelencia bajo tres procesos.

- La planificación de la calidad: Constituye el proceso de definición de las políticas de calidad, generación de los objetivos y establecimientos de estrategias para alcanzarlos.
- La organización para la calidad: Es el conjunto de la estructura organizativa, los procesos y recursos establecidos para gestionar la calidad. Es la división de funciones, tareas y la coordinación de las mismas.
- El control para la calidad: Abarca las técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas en la verificación del cumplimiento de los requisitos relativos a la calidad.

Puede definirse como el conjunto de actividades en cuanto a la función general de la dirección que determinan la política de calidad, objetivos y responsabilidades, los anteriores elementos se implantan por medios como: planificación, control de la calidad, aseguramiento de la calidad y mejora de la misma en el marco del sistema de la calidad, (Cortés, 2017).

La gestión de la calidad es el conjunto de acciones que lleva a cabo la organización para crear calidad, a partir de la definición de políticas y normas que se ejecutarán dentro de los procesos de producción del producto o la prestación del servicio.

### **1.2.1.3. Sistema de calidad**

Alvarez (2015), indica que es el conjunto de la estructura de la organización, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y recursos de los que se disponen para llevar a cabo la gestión de la calidad.

Para González & Arciniegas (2016), un sistema de calidad puede ser considerado como la manera o estrategia en que una organización desarrolla la gestión empresarial en todo lo relacionado con la calidad de sus productos y servicios, de igual manera se verifica los procesos para producirlos. Consta de la estructura organizacional, la documentación del sistema, los procesos y recursos necesarios para alcanzar objetivos de calidad cumpliendo así con los requisitos del cliente.

Un sistema de calidad anima a las organizaciones a identificar, analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por cada consumidor y a mantener estos procesos bajo control, proporcionando así confianza tanto a la organización (antiguo aseguramiento interno) como a sus clientes (antiguo aseguramiento externo) mejorando la capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consistente para que mejore o realce la satisfacción de los clientes, (Cortés, 2017).

El sistema de gestión de calidad es una herramienta o mecanismo que permitirá la ejecución y control de los objetivos de la organización a través de las políticas y estrategias definidas, permitiendo un proceso efectivo en la creación de calidad y fortaleciendo una cultura de mejora continua, la misma que se verá reflejada en las expectativas del cliente.

#### **1.2.1.4. Producto Fundamental**

Monferrer (2013), señala que es el centro del producto total. Representa el servicio o beneficio básico que el consumidor busca cuando compra el producto. Incluye los componentes principales como las características funcionales, valor percibido, imagen o la tecnología asociada.

Producto básico o fundamental corresponde al beneficio esencial que cubre la necesidad básica del consumidor, (Kotler & Keller, 2012).

El producto fundamental se define como el producto que cubre las necesidades básicas y esenciales del consumidor.

#### **1.2.1.5. Demanda y Capacidad Productiva**

##### **1.2.1.5.1. Demanda**

Para Chase (2014), el propósito del manejo de la demanda es coordinar y controlar todas las fuentes de la demanda, con el fin de usar con la eficiencia el sistema productivo y entregar el producto o servicio a tiempo, es la suma de las compras de bienes y servicio que realiza un grupo de interés en un tiempo determinado.

Melamed (2016), indica que la demanda es considerada el volumen de bienes o servicios que los consumidores desean adquirir, la empresa debe poseer una capacidad absoluta para cumplir con la producción y satisfacer las necesidades del mercado, es la cantidad de producto que se desea adquirir, dependiendo de varios factores como el precio, mismo que puede modificarse a lo largo del tiempo, su disponibilidad y la necesidad de comprarlo.



#### **1.2.1.5.2. Capacidad Productiva**

Para Chase (2014), es la facultad para tener, recibir, almacenar o dar cabida, en los negocios, en sentido amplio, se suele considerar como la cantidad de producción que un sistema es capaz de generar durante un periodo específico; en el contexto de los servicios, se refiere, digamos al número de clientes que se pueden atender entre las 12 a.m. y la 1 p.m.; en el contexto manufacturero tiene que ver por ejemplo con la cantidad de automóviles que se producen en un solo turno.

Lovelock & Wirtz (2015), señalan que es el término que designa los recursos o activos que una empresa utiliza para crea bienes y servicios. En un contexto de servicios puede adoptar varias formas como: instalaciones físicas diseñadas para albergar clientes, instalaciones físicas diseñadas para almacenar o procesar bienes o información. Se denomina capacidad productiva a la capacidad máxima que posee la instalación y producción de la empresa para crea, fabricar y producir bienes o servicios. La misma que requiere de factores como mano de obra, infraestructura y tecnología.

#### **1.2.1.6. Capacidad de Respuesta**

Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido, también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo, (Melamed, 2016).

La capacidad de respuesta puede considerarse como el número existente del personal con organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo con respecto a la demanda recibida y el tiempo de duración que se toma satisfacer las necesidades de un cliente.

#### **1.2.1.7. Ambiente de Servicio**

El entorno físico de servicio que los clientes experimentan tiene un papel fundamental en la creación de la experiencia del servicio y en el incremento (o la disminución) de la satisfacción del consumidor, sobre todo en los servicios de alto contacto de procesamiento hacia las personas, pueden definirse en dos tipos:

- Ambiente austero: sencillo, pocos elementos, pocos espacios.
- Ambiente elaborado: muchos elementos, muchas formas en ocasiones mucha tecnología, instalaciones físicas complejas. (Lovelock & Wirtz, 2015).

Los entornos de servicio, también llamados panoramas de servicio, se han convertido en uno de los factores que inducen a la compra, se relacionan con el estilo y la apariencia del ambiente físico y otros elementos que experimentan los consumidores en los sitios donde se entregan los servicios, (Villafañe, 2013).

El ambiente de servicio es aquel donde interactúan el cliente y empresa, en el cual se desarrolla la presentación en cuanto a diseño, espera, atención y entrega del producto o servicio y al mismo tiempo, se crea la experiencia del cliente y su fidelización.

#### **1.2.1.8. Servicio al cliente**

El servicio al cliente hoy por hoy, identificado como una fuente de respuestas a las necesidades del mercado y las empresas, es el proceso que se realiza para cumplir con la satisfacción del consumidor que desea adquirir un producto, debe contemplar una estrategia más dinámica, más ahora cuando así lo exige el entorno global. Por ello, todas las empresas deben emprender estos retos para elevar el nivel de su competitividad en todos los escenarios donde tengan presencia. Conocer a fondo las cada vez más sofisticadas y especializadas necesidades y deseos del consumidor, no solo en el momento de la acción de compra, sino la conducta que existe antes de que ocurra, (Silva et al., 2014).

Para Melamed (2016), el servicio al cliente se posiciona como una estrategia que facilita a las organizaciones sobrevivir en los mercados del mundo moderno, representa una competencia distintiva de las organizaciones con una adecuada estrategia de servicio, pues la diferenciación por un servicio al cliente excelente y de alta calidad, puede representar para la organización la gran oportunidad o también el gran desastre, si no se desarrolla de manera adecuada. Se trata no solo de responder las inquietudes del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha requerido atención y adelantarse a sus requerimientos con amabilidad, calidad y calidez en el trato.

El servicio al cliente es una función que permite satisfacer las necesidades y deseos del mismo a través de una atención personalizada que permite crear una afinidad y comunicación con el cliente en relación a lo que busca.

### **1.2.1.9. Atención al Cliente**

Escudero (2015), indica que la atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, se asegure un uso correcto de éste y satisfaga sus necesidades o expectativas como: consecuencia del precio, imagen y reputación de la empresa. Debe estar enraizada en la cultura de la organización, entre las características más importantes:

1. El cliente por encima de todo.
2. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.
3. Para el cliente, la empresa marca la diferencia.
4. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.
5. El cliente hace juicio sobre la calidad de servicio.
6. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar.

Para Sonora (2013), es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Goodman (2014), el éxito de toda empresa depende de que el cliente esté conforme con los productos o servicios ofrecidos; comienza con el establecimiento de expectativas, se continúa con la venta y entrega de productos o servicios acompañados de una asistencia.

#### **1.2.1.10. Liderazgo de Servicio**

Kotler & Keller (2012), señalan que la calidad de servicio se deriva del liderazgo inspirado en toda la organización; de la excelencia en el diseño del sistema de servicio; el uso eficaz de la información, tecnología, fuerza interna de lenta transformación invisible y todopoderosa a la que se denomina cultura corporativa.

Los líderes de servicios son reconocidos por sus innovaciones en cada área funcional de administración, así como por sus excelentes comunicaciones internas y coordinación en las tres funciones, a menudo como resultado de una estructura organizacional relativamente plana y el uso extensivo de equipos, esto provoca que la entrega de servicio sea un proceso continuo y este organizado alrededor del cliente, (Lovelock & Wirtz, 2015).

Un líder concentra su esfuerzo, tiempo y atención en el desarrollo y crecimiento de su equipo, incluye trabajadores, compañeros y clientes, persiguen necesidades en lugar de adquirir poder, el trabajo es servir como engranaje, sirviendo a la sociedad a través de actividades eficientes y tareas destinadas a mejorar la calidad del trabajo y a la satisfacción de los clientes o consumidores, impulsando una cultura igualitaria y sana, basándose en la escucha activa, la cooperación y el respeto, (Nuñez, 2018).

El liderazgo de servicio es una cultura de aprendizaje que se centra en un líder que promueve un mejor ambiente y mecanismo de trabajo, basados en comunicación y trabajo en equipo, con estructuras organizacionales verticales para que todas las personas que integran la institución tengan la posibilidad de contribuir a la mejora del servicio.

### **1.2.2. Satisfacción del Cliente**

No se trata sólo de ser atentos, el cliente paga por resultados, no por una sonrisa; por una solución y no por un servicio amable. A veces se le ha dado más prioridad a la relación personal y se ha olvidado el objetivo final; su satisfacción.

Es importante para las empresas que el personal con dedicación hacia el servicio al cliente sea bien seleccionado, con una clara actitud de servicio y altamente capacitado. Todas las compañías deben mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al cliente y la segmentación. “Si desea que las cosas funcionen bien afuera, lo primero que se debe hacer es que funcionen bien adentro”, (Schnarch, 2016).

Esto obliga a que las empresas desarrollen una cultura de servicio hacia lo interno de la empresa, si es que quieren ser reconocidas por sus clientes por la calidad de servicio que brindan, (Silva et al., 2014).

La satisfacción del cliente para muchas organizaciones es el indicador más importante para conocer el desempeño de los procesos de negocio, es el sentimiento que se genera en una persona por el uso de un producto o servicio, (Cortés, 2017).

La satisfacción del cliente es la acción de cumplir las necesidades y deseos del mismo, se denomina un indicador ya que refleja el grado de satisfacción que posee el consumidor al adquirir el producto o servicio para conocer la percepción y experiencia del mismo.

### **1.2.2.1.Propuesta de valor**

Para Alcaraz (2015), es una oferta total de marca que resulta vital como parte del desarrollo del plan de negocios porque al cobrar un fuerte impacto hará crecer su mercado y se convertirá en una propuesta competitiva. Por tal motivo, la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:

1. Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
2. Incluir información significativa para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
3. Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

Consiste en el conjunto total de beneficios que la empresa promete ofrecer, por lo tanto, constituye una valoración más completa que el posicionamiento central de la oferta. Es una promesa de aquello que los clientes pueden esperar recibir de la oferta de mercado de la empresa y su relación con el proveedor, si la promesa se cumple depende de la capacidad de la empresa para administrar su sistema de entrega de valor para diseñar, producir, comercializar, entregar y apoyar al producto o servicio, identificando varias maneras de crear más valor para el cliente, (Kotler & Keller, 2012).

La propuesta de valor es la percepción más que de beneficios o atributos de la transformación que el producto o servicio ejercerá en la necesidad que el cliente desea satisfacer.

### **1.2.2.2. Atributos del Servicio**

Para Armendaris (2013), es desarrollar las características y atributos del servicio, desarrollando un producto o servicio que cubra las necesidades y expectativas del cliente.

Casi todos los productos pueden ofrecer diversas características como complemento de su función básica, la empresa puede seleccionar nuevos atributos adecuados, haciendo encuestas a sus compradores más recientes. Para evitar el agotamiento de características, la empresa debe priorizarlas e informar a los consumidores sobre cómo usarlas y beneficiarse de ellas, (Kotler & Keller, 2012).

Lovelock & Wirtz (2015), indican que cuando se enfrentan con varias alternativas, los clientes necesitan comparar y evaluar las diferentes ofertas de servicio; sin embargo, muchos servicios son difíciles de evaluar antes de su compra. La facilidad o dificultad de evaluar un producto antes de la compra es una función de sus atributos:

- Atributos de búsqueda. - Características tangibles que los clientes pueden evaluar antes de la compra; estilo, color, textura, sabor y sonido.
- Atributos de experiencia. - No pueden evaluarse antes de la compra, los clientes deben experimentar el servicio para evaluar atributos.

Los atributos de servicio son las características que posee el producto o servicio al consumirlos o adquirirlos, destacan los beneficios de uso, evidencian la calidad y efectividad con las que fueron producidos.



### **1.2.2.3. Percepción de los clientes**

Gutiérrez (2014), señala que la evaluación del cliente sobre la calidad de un producto o servicio, a partir de la percepción reciente de consumo. Es el grado en que un producto o servicio cumple con las necesidades individuales de los clientes.

Para Schnarch (2016), la evaluación general del cliente sobre la utilidad del producto o servicio con base a las percepciones de lo que recibe (calidad, satisfacción, beneficios), que deben superar lo que entregan (costos monetarios y no monetarios).

Los clientes están mejor informados y educados que nunca y tienen herramientas para verificar lo que ofrecen otras empresas y para buscar mejores alternativas. Es la diferencia entre la evaluación del cliente con respecto a los beneficios y costo inherente al producto o servicio, (Kotler & Keller, 2012).

La percepción del cliente es la evaluación entre las expectativas del servicio o producto y la experiencia adquirida después del consumo.

### **1.2.2.4. Valor agregado**

Según aquellos valores agregados a juicio de un cliente, hacen que el producto o servicio valga más e incluso se esté dispuesto a pagar un valor mayor por ello. Dentro de esos valores agregados, la atención (relación interpersonal, amable y cordial) y el servicio (asesoría, ayuda, información), se están constituyendo en elementos claves, (Schnarch, 2016).

Metafóricamente se define como calidad dividida entre precio. Si se proporciona al cliente un auto mejor sin cambiar el precio, el valor sube; si da al cliente un auto mejor con un precio menor, el valor sube mucho más, (Chase, 2014).

Lovelock & Wirtz (2015), indican que las estrategias de negocios y del cliente en propuestas de valor específicas para los clientes y para la empresa, el valor creado para los clientes incluye todos los beneficios que se entregan a través de los servicios jerarquizados prioritarios, las recompensas por lealtad, individualización y personalización. Necesita incluir menores costos por la adquisición y retención de clientes, así como un mayor consumo y gastos por parte de los clientes.

El valor agregado es una estrategia que complementa el servicio o producto, puede corresponder al trato humano personalizado, mayor beneficio por la adquisición y consumo, estímulos por la lealtad y recomendaciones que permitan superar las expectativas del cliente, el mismo que tendrá disponibilidad a pagar un valor mayor.

#### **1.2.2.5. Expectativa del cliente**

Es necesario conocer los deseos de los clientes, para ello se debe preguntar, conocer lo que el usuario realmente necesita. No es posible suponer lo que desea de un servicio o un producto. El cliente expresa unas necesidades, las mismas que deben traducirse al lenguaje de la empresa para desarrollar un producto o servicio que corresponda a esas necesidades del cliente, (Armendaris, 2013).

Para Kotler & Keller (2012), los clientes se forman expectativas de servicio a partir de muchas fuentes, como las experiencias previas, comentarios de otras personas y publicidad. En general, los clientes comparan el servicio percibido con el servicio

esperado. Si el servicio percibido está por debajo del servicio esperado, los clientes se decepcionan.

Lovelock & Wirtz (2015), señalan que durante el proceso de toma de decisiones, los clientes evalúan los atributos y riesgos relacionados con una oferta de servicio, el proceso desarrolla expectativas sobre la forma en que se desempeñará el servicio que eligieron (es decir, los niveles de servicio pronosticados, deseados y adecuados que se estudiaron en la sección de toma de decisiones de los consumidores).

Las expectativas son aquellos deseos que el cliente desea cumplir y recibir en la oferta de un producto o servicio. Esas necesidades serán expresadas por el consumidor y la empresa deberá plasmarlas en la calidad del producto o servicio.

#### **1.2.2.6. Comunicación Cliente-empresa**

Para Schnarch (2016), la relación cliente-empresa, se constituye en algo más que una simple transacción, sino en un proceso de aprendizaje que conduzca a desarrollar productos o servicios con ventaja diferencial única, apreciada y con valor para el cliente, a los precios convenientes, lugares apropiados, comunicación acertada y personal enfocado en las necesidades y expectativas del cliente.

La relación entre empresa-cliente ayuda a extraer cada interacción que se tiene con el cliente, la información necesaria para diseñar estrategias que permitan anticiparse a sus necesidades y agregarle valor a su propuesta de valor, (Melamed, 2016).

Crear una comunicación entre el cliente y empresa es muy importante, significa formar un vínculo de confianza, una comunicación acertada con el cliente permitirá captar sus deseos y crear una ventaja competitiva para la empresa.

### **1.2.2.7. Experiencia del cliente**

Alcaide (2015), señala que no se trata de que el servicio sea entregado al cliente de forma correcta, sin errores, técnicamente perfecto. Se trata de que la experiencia del cliente en todos sus tratos, contactos e interrelaciones con la empresa sea memorable, digna de ser recordada con agrado y de ser contada con alegría a parientes, amigos, relacionados y colegas.

Para Gutiérrez (2014), la prospectiva que hace un cliente sobre el nivel de calidad de los productos o servicios. Se hace a partir de experiencias previo consumo, publicidad y comentarios de otras personas, es una previsión sobre la capacidad de la compañía para ofrecer un producto o servicio de calidad.

Gestionar datos sobre el cliente no sustituye garantía para que los clientes estén satisfechos en sus experiencias con la compañía. Un viejo proverbio chino dice “Si no puedes sonreír, no abras un comercio”. Al final debe dominarse el conocimiento de quiénes son los clientes objetivos, qué les influencia y cómo crearles experiencias positivas en la relación con ellos. Debe reconocerse que los consumidores actuales cada vez compran más basándose en el valor, no en la relación. El éxito, en el fondo, depende de haber contribuido al éxito de los clientes, (Drucker, Hesselbein, & Snyder, 2016).

La experiencia del cliente es aquella emoción o sentimiento desarrollado al momento de adquirir un producto o servicio, se mide a través de la percepción y grado de satisfacción del consumidor, las mismas que permitirán evaluar el proceso y proceder a mejoras con un valor adicional.

#### **1.2.2.8. Fidelización del cliente**

Para González (2014), es el profundo compromiso que tiene una persona por volver a comprar o bien, utilizar un producto o servicio en el futuro, a pesar de que hay otros proveedores con quienes se puede encontrar productos similares. Sea compromiso o apego, lo cierto es que conservar a los clientes en mercados cada vez más competidos y dinámicos es un logro que refleja el compromiso que tiene la institución por hacer bien las cosas.

Gutiérrez (2014), señala que la combinación de la probabilidad, manifestada por el cliente para que vuelva a comprar o consumir al mismo proveedor en el futuro, teniendo la posibilidad de adquirir productos o servicios de la empresa considerando diferentes niveles de precios.

Goodman (2014), indica que puede medirse por el hecho de que el cliente exprese su intención de volver a comprar, por un comportamiento de compras real o por ambos. La continuidad real de las compras suele ser la manera más precisa de medir la lealtad real; sin embargo, cabe distinguir una gran correlación entre las intenciones de compra expresadas (en especial las negativas) y las compras futuras, que predicen la conducta del consumidor.

La fidelización del cliente es la lealtad hacia la marca, producto o servicio que ofrece la institución, al crear fidelización en el cliente significa que, se sienten plenamente satisfechos con el producto o servicio adquirido y con intenciones de volver a comprar convirtiéndose en clientes potenciales.

### **1.2.2.9. Cadena de Valor**

Para Porter (2015), es un modelo teórico que permite fijar tiempo y costos a las principales actividades de una empresa. Su finalidad es asignar a cada acción el mayor valor posible, minimizando los costos para que se maximice el margen o rentabilidad entre lo que el cliente está dispuesto a pagar, el costo de producirlo y entregarlo. Da origen a habilidades distintas que permiten apuntalar los niveles de eficiencia, calidad, innovación y satisfacción del requerimiento del usuario.

Para Sonora (2013), es el coste de mantener a un cliente suele ser menor que el coste de conseguir un cliente nuevo, de acuerdo con este hecho las empresas realizan un esfuerzo en sus inversiones para garantizar la calidad que ofrecen a sus clientes. Además, un cliente satisfecho se convierte en la estrategia de promoción más efectiva para una empresa ya que los comentarios de un cliente fidelizado a sus amigos, conocidos y familiares atraen a potenciales clientes que cuentan con referencias de excelencia en el servicio.

Para Gutiérrez (2014), es la medición de la calidad con relación al precio pagado. Aunque el precio suele ser importante para la primera compra del cliente, por lo general tiene un impacto algo menor en la satisfacción considerando compras o consumo repetido.

La cadena de valor permite analizar las actividades de cada empresa y crear una ventaja competitiva entre el costo de producción y el precio del producto terminado, creando valor en los productos o servicios de la empresa, se trata de lo que el cliente está dispuesto a pagar por las expectativas y experiencia del servicio.

#### **1.2.2.10. Calidad Institucional**

Para Aguilar (2015), tiene que ver no solo con la disposición de los servidores públicos a actuar en el marco de las prescripciones de las leyes y los reglamentos, sino con la misma calidad de la regulación, lo cual implica revisar y reformar las normas vigentes, dado que regulaciones inapropiadas (por defectos o excesos) o autoridades reguladoras con mal diseño de su operación ocasionan costos e ineficiencias en los sectores económicos que regulan y en la convivencia social.

.Para Mesa (2016), concierne a la disposición de los servidores públicos a actuar de manera emprendedora, gerencial (que acentúan el involucramiento personal en el logro de objetivos públicos), con conciencia de costos, de manera económicamente eficiente y con una oferta de servicios de calidad que por sus atributos respondan satisfactoriamente a las demandas legítimas de los ciudadanos, con la necesidad de:

- Aumentar el impacto de las instituciones en el desarrollo de las sociedades.
- Maximizar económicamente el rendimiento de las unidades y personal de gobierno.
- Satisfacción y precios competitivos para el cliente y rentabilidad para la empresa.
- Establecimiento adecuado de requisitos y cumplimiento de procesos eficientes
- Reformar la estructura del presupuesto público y convertirlo en el instrumento inductor de la racionalidad del gasto y del alto desempeño administrativo.

### **1.3. Fundamentos Sociales, Psicológicos, Filosóficos y Legales.**

#### **1.3.1. Sociales**

En el contexto social, la ciudadanía ecuatoriana se encuentra respaldada dentro del Programa Nacional de Desarrollo “Toda Una Vida” que es aplicable dentro de la nación desde el año 2017 y exige los derechos de una vida digna para cada ecuatoriano, concretamente en:

**Objetivo 1.-** Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

Se ha decidido construir una sociedad que respeta, protege y ejerce sus derechos en todas las dimensiones, para, en consecuencia, erigir un sistema socialmente justo y asegurar una vida digna de manera que las personas, independientemente del grupo o la clase social a la que pertenezcan, logren satisfacer sus necesidades básicas, tales como: la posibilidad de dormir bajo techo y alimentarse todos los días, acceder al sistema educativo, de salud, seguridad, empleo, entre otras cuestiones consideradas imprescindibles para que un ser humano pueda subsistir y desarrollarse física y psicológicamente, en autonomía, igualdad y libertad (Asamblea Nacional, 2017).

La salud se constituye como un componente primordial de una vida digna, pues esta repercute tanto en el plano individual como colectivo. La ausencia de la misma puede traer efectos inter-generacionales. Esta visión integral de la salud y sus determinantes exhorta a brindar las condiciones para el goce de la salud de manera integral, que abarca no solamente la salud física, sino también mental (Asamblea Nacional, 2017).



La aproximación de la salud se debe hacer con pertinencia cultural, desde la prevención, protección y promoción, hasta la atención universal, de calidad, oportuna y gratuita. Esta visión exige el desarrollo de redes de servicios de salud enfocados en las necesidades de sus usuarios, acorde con la edad, diversidad cultural y sexual, (Asamblea Nacional, 2017).

### **1.3.2. Psicológicos**

La calidad de servicio para una organización representa una ventaja competitiva ante la competencia, en el ámbito de la salud representa seguridad ante la institución en la cual el cliente o usuario está asistiendo.

Si bien es cierto los usuarios que asisten al Centro de Especialidades IESS La Libertad, son personas que se encuentran afiliadas al seguro social y asisten por un problema de salud específico, es importante que a ese servicio se complemente un excelente trato de calidad humana, sea de un personal idóneo, instalaciones adecuadas, capacidad efectiva e información concisa y concreta a la necesidad que requiere.

La relación y el trato humano entre los usuarios y personal de las instituciones de salud pública, sobre todo en el IESS ha sido muy controversial, incluso pueden observarse constantes quejas en diferentes medios de comunicación como redes sociales, prensa y televisión, acontecimiento que se prevé cambiar por la salud tanto física como mental de aquellos que se encuentran afiliados y aquellos ciudadanos que a futuro formen parte de la red de cobertura del seguro social y tengan la plena confianza del servicio de la institución..

### **1.3.3. Filosóficos**

El desarrollo y análisis del actual trabajo de investigación genera interés, por la importancia que existe actualmente en las organizaciones en aspectos de atención y servicio que recibe un cliente con relación a calidad y satisfacción, ideología que expresaba Deming (1989), considerado como el padre de la calidad y dentro de sus 14 principios, el cual se refería a la mejora continua y constante de los productos o servicios, adoptando procesos de planificación, producción y servicio para eliminar defectos o no conformidades del cliente, eliminando las barreras entre los colaboradores y departamentos estimulando el trabajo en equipo.

De igual forma Kotler & Keller (2006), describen la importancia de crear experiencias en base a un servicio de calidad, el mismo que tendrá las características necesarias que satisfagan las necesidades el cliente y permitan ganar su confianza y lealtad.

Existen muchos factores que complementan un excelente servicio al cliente, en este caso Lovelock & Wirtz (2015), señalan que crear satisfacción en el cliente debe ser la visión de una organización, propone factores como calidad, ambiente físico y talento humano idóneo como un propuesta de valor que impulse a cumplir con las expectativas que el cliente posee.

Actualmente diferentes instituciones como hospitales, hoteles, restaurantes y empresas dedicadas a producir un servicio, reconocen la importancia de crear calidad. De hecho, aseguran que el entorno del servicio es un elemento importante de su mezcla de marketing y su propuesta general de valor.

#### **1.3.4. Legales**

##### **1.3.4.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)**

**Art.32.** La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el Buen Vivir, (Asamblea Nacional, 2008).

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional, (Asamblea Nacional, 2008).

**Art. 227.-** La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación, (Asamblea Nacional, 2008).

**Art. 363.-** El Estado será responsable de:

**Numeral 3.** Fortalecer los servicios estatales de salud, incorporar el talento humano y proporcionar la infraestructura física y el equipamiento a las instituciones públicas de salud, (Asamblea Nacional, 2008).

#### **1.3.4.2. Ley orgánica de la salud**

**Art. 3.- Salud.** - La Salud es el estado de completo bienestar, mental, físico y social, no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. La salud implica que todas las necesidades fundamentales de las personas estén cubiertas como son sus necesidades sanitarias, nutricionales, sociales y culturales. La salud debe ser atendida en una doble dimensión: como producto de los determinantes biológicos, económicos, sociales, políticos, culturales y ambientales; y a la vez, como productor de condiciones que permiten el desarrollo integral a nivel individual y colectivo, (Asamblea Nacional, 2012).

**Art. 6.- Articulación y coordinación Institucional.** - Las entidades del Estado deberán coordinar, en el ámbito de sus competencias, la implementación de las políticas públicas y su gestión con el objetivo de garantizar el derecho a la salud, (Asamblea Nacional, 2012).

**Art. 7.- Atención digna.** - Toda persona, familia o comunidad que reciba atención por cualquier prestador de salud tiene derecho a:

- 1) El respeto a su intimidad, cultura, edad, etnia, religión, género y orientación sexual sin discriminación alguna;
- 2) Ser atendido con respeto y amabilidad;
- 3) Recibir atención integral para satisfacer su necesidad y/o intervenir en el problema o riesgo de su salud, relacionado con su ciclo de vida, con calidad, seguridad y efectividad. (Asamblea Nacional, 2012).

#### **1.3.4.3. Ley de seguridad social**

**Art. 108.- Lineamiento de política.** - El Seguro de Salud Individual y Familiar dividirá administrativamente los procesos de aseguramiento, compra de servicios médico-asistenciales, y entrega de prestaciones de salud a los afiliados, (Asamblea Nacional, 1956).

El aseguramiento del afiliado y sus familiares, según define esta Ley, comprende la cobertura de las contingencias de enfermedad y maternidad, la definición del contenido de las prestaciones establecidas en el artículo 103 de esta Ley, la evaluación periódica del estado de salud de la población asegurada, la formulación de los programas de extensión de este Seguro a otros grupos humanos, y el cumplimiento de las demás obligaciones que determinarán los reglamentos internos del IESS (Asamblea Nacional, 1956).

La compra de servicios médico – asistenciales comprende la acreditación de los prestadores, la contratación de los proveedores, la vigilancia del cumplimiento de los contratos, así como el control de la calidad de la prestación y la satisfacción del usuario, en términos de eficiencia, oportunidad y equidad, (Asamblea Nacional, 1956).

**Art. 112.- Del aseguramiento de los afiliados.** - La Dirección de la Administradora del Seguro General de Salud Individual y Familiar tendrá la misión de asegurar a los afiliados y jubilados para garantizar la entrega oportuna de las prestaciones de salud y maternidad, mediante:

**Literal e)** El control de la calidad de los servicios médico – asistenciales;

**Literal f)** La elevación de la satisfacción de la población con los servicios recibidos. (Asamblea Nacional, 1956).

**Art. 124.- Acreditación de los prestadores.** - La Administradora de este seguro será el órgano responsable de la aplicación de las normas de acreditación de los diferentes prestadores de servicios. Dicha acreditación será revisada periódicamente, con sujeción a los resultados de los programas de evaluación del estado de salud de los afiliados, el control de la calidad de las prestaciones de salud, y la satisfacción del asegurado con los servicios recibidos, (Asamblea Nacional, 1956).

Las obligaciones de los prestadores y la penalización por su incumplimiento serán establecidas en el Reglamento General y se aplicarán en los contratos de servicios, de conformidad con dicho reglamento, (Asamblea Nacional, 1956).

#### **1.3.4.4. Ley Orgánica del Servicio Público**

Art. 22.- Deberes de las o los servidores públicos. - Son deberes de las y los servidores públicos:

- a) Respetar, cumplir y hacer cumplir la Constitución de la República, leyes, reglamentos y más disposiciones expedidas de acuerdo con la Ley. (Asamblea Nacional, 2010).
- b) Cumplir personalmente con las obligaciones de su puesto, con solicitud, eficiencia, calidez, solidaridad y en función del bien colectivo, con la diligencia que emplean generalmente en la administración de sus propias actividades, (Asamblea Nacional, 2010).

- c) Cumplir de manera obligatoria con su jornada de trabajo legalmente establecida, de conformidad con las disposiciones de esta Ley, (Asamblea Nacional, 2010).
- d) Cumplir y respetar las órdenes legítimas de los superiores jerárquicos. El servidor público podrá negarse, por escrito a acatar las órdenes superiores que sean contrarias a la Constitución de la República y la Ley, (Asamblea Nacional, 2010).
- e) Velar por la economía y recursos del Estado y por la conservación de los documentos, útiles, equipos, muebles y bienes en general confiados a su guarda, administración o utilización de conformidad con la ley y las normas secundarias, (Asamblea Nacional, 2010).
- f) Cumplir en forma permanente, en el ejercicio de sus funciones, con atención debida al público y asistirlo con la información oportuna y pertinente, garantizando el derecho de la población a servicios públicos de óptima calidad.
- g) Elevar a conocimiento de su inmediato superior los hechos que puedan causar daño a la administración, (Asamblea Nacional, 2010).
- h) Ejercer sus funciones con lealtad institucional, rectitud y buena fe. Sus actos deberán ajustarse a los objetivos propios de la institución en la que se desempeñe y administrar recursos públicos con apego a los principios de legalidad, eficacia, economía y eficiencia, rindiendo cuentas de su gestión. (Asamblea Nacional, 2010).

- i) Cumplir con los requerimientos en materia de desarrollo institucional, recursos humanos y remuneraciones implementados por el ordenamiento jurídico vigente, (Asamblea Nacional, 2010).
- j) Someterse a evaluaciones periódicas durante el ejercicio de sus funciones. (Asamblea Nacional, 2010).

#### **1.3.4.5. Ley Orgánica de la defensa del consumidor**

Art. 4.- Derechos del consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básico, (Asamblea Nacional, 2000).
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos de óptima calidad, y a elegirlos con libertad, (Asamblea Nacional, 2000).
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad, (Asamblea Nacional, 2000).
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos



relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar, (Asamblea Nacional, 2000).

5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones optima de calidad, cantidad, precio, peso y medida, (Asamblea Nacional, 2000).
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales (Asamblea Nacional, 2000).
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos, (Asamblea Nacional, 2000).
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios, (Asamblea Nacional, 2000).
9. Derecho a recibir al auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor, (Asamblea Nacional, 2000).
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión, (Asamblea Nacional, 2000).

11. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado. (Asamblea Nacional, 2000).

#### **1.3.4.6. Estatuto Orgánico de Gestión por procesos del Ministerio de Salud Pública.**

##### **Art. 17.- Garantía de la Calidad de los Servicios de Salud**

**Unidad Responsable:** Subsecretaría Nacional de Garantía de la Calidad de los Servicios de Salud.

**Misión:** Garantizar la calidad y mejora continua de los servicios de salud que presta el Ministerio de Salud Pública, mediante la definición de estándares de calidad, infraestructura y equipamiento sanitario, para contribuir a mejorar la salud de la población, en concordancia con las políticas sectoriales, normativa vigente y modelos de atención aprobados, (MSP, 2013).

**Unidad Responsable:** Dirección Nacional de Calidad de los Servicios de Salud.

**Misión:** Garantizar la calidad, eficiencia y efectividad en la prestación de los servicios de salud que brinda el Ministerio de Salud Pública, en el marco de los derechos de las personas, con el propósito de lograr la excelencia en los servicios; conforme a las políticas sectoriales, modelos de calidad, normativas y lineamientos estratégicos establecidos. (MSP, 2013).

## CAPÍTULO II

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 2.1. Tipos de investigación

El presente trabajo de titulación acerca de “La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena año 2017”, fue desarrollado a base de una investigación con enfoque **cuantitativo** por la existencia de hipótesis que para su comprobación requirió escoger una población y selección de muestra, de forma aleatoria con el objeto de estudio y mediante la aplicación de instrumentos para extraer información relevante que permitan medir las variables en forma numérica y utilizando métodos estadísticos para aceptar o rechazar las hipótesis establecidas previamente.

Con enfoque **cuantitativo**, se definió la situación a estudiar mediante la descripción de eventos, hechos, sucesos, situaciones presentadas en el objeto de estudio mediante su exploración, las mismas que serán interpretadas bajo la perspectiva del investigador sobre creencias y hechos sociales similares a la investigación.

Como **investigación descriptiva** debido a que permitió conocer la situación actual de la problemática en el objeto de estudio a través de la descripción exacta de los acontecimientos y como **investigación correlacional** debido a que posee dos variables, mismas que serán comprobadas a través de prueba de hipótesis mediante el estadístico Chi cuadrado y permitirá establecer si existe relación entre la variable independiente y variable dependiente.

## **2.2.Métodos de investigación**

Para la realización del trabajo de titulación sobre “La calidad de servicio y como incide en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad”, se ha tomado como enfoques dos métodos de investigación:

**Método Inductivo** debido a la existencia de hipótesis comprobadas mediante la aplicación de métodos estadísticos, y posterior la obtención de resultados que serán analizados y comparados bajo las premisas o indicios planteados en la investigación, la conclusión que llega bajo este método es seguro ya que se fundamenta en evidencias verídicas y probadas.

**Método Deductivo** porque las conclusiones se derivan de las premisas o teorías comprobadas científicamente, logrando inferir los resultados partiendo desde un hecho real.

Ambos métodos se ejecutaron de acuerdo a los procedimientos científicos y conocimientos obtenidos durante los años de preparación académica en la universidad y en los análisis de trabajos de investigación que tengan similitud al tema de estudio.

**Método Analítico** debido al análisis de un contexto general del tema basado en teorías y recolección de datos, que fueron estudiados de forma intensiva, cada uno de sus elementos y determinar dónde radica el problema del objeto de estudio.

### 2.3. Diseño de Muestreo

Para el desarrollo de las teorías y comprobación de la existencia o no de relación entre las variables planteadas, se procedió a la selección de la población y muestra, las mismas que fueron extraídas de los datos provenientes del objeto de estudio, las cuales fueron los usuarios o clientes afiliados al seguro que asisten al Centro de Especialidades IESS La Libertad y funcionarios jefes departamentales de cada área.

#### 2.3.1. Población

La población considerada para objeto de estudio comprendió dos segmentos: Jefes departamentales de cada área con un número total de 6 funcionarios quienes fueron entrevistados y la encuesta aplicada a los usuarios afiliados que asisten mensualmente al Centro de Especialidades IESS La Libertad, con una proyección promedio para obtener datos mensuales, información que se detalla a continuación:

**Cuadro 1:** Usuarios Centro de Especialidades

POBLACIÓN AFILIADA ESTIMADA	PRIMERAS CONSULTAS EN EL AÑO	SEGURO SALUD	VOLUNTARIO	CONYUGE	MENOR 18 AÑOS	JUBILADOS	S.C.C.	MONTEPÍO	NO AFILIADO	TOTAL AFILIADOS
DEMANDA ANUAL	18.554	79.186	3.880	3.662	31.465	13.850	7.902	4.016	266	143.417

**Fuente:** Base de datos Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Cuadro 2: Población**

<b>POBLACIÓN</b>	
DEMANDA ANUAL	143.417
<b>DEMANDA MENSUAL (OBJETO DE ESTUDIO)</b>	<b>11.951</b>

**Fuente:** Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

### 2.3.2. Muestreo

El método que se empleó para la selección de la muestra es muestreo no probabilístico por conveniencia ya que la población es finita.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(11951,42)}{(0.05)^2 (11951,42 - 1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25)(11951,42)}{(0.0025) (11950,42) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{11478,14377}{29.87605 + 0.9604}$$

$$n = \frac{137,737.6868}{359.5029}$$

$$\mathbf{n = 372}$$

Definiendo la muestra del objeto de estudio del Centro de Especialidades IESS La Libertad, se presenta a continuación.

**Cuadro 3:** Muestra

<b>Muestra</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Técnica</b>
Jefes Departamentales	4	Entrevista
Atención al Cliente	2	Entrevista
Usuarios de CELL	11.951	Encuesta
<b>Total Muestra</b>	<b>11.957</b>	

**Fuente:** Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

#### **2.4. Diseño de recolección de datos**

Para el levantamiento de información y recolección de datos relevantes, para el trabajo de investigación y comprobación de la relación de las variables a través del programa SPSS, se aplicaron dos herramientas de recolección de información tales como:

##### **a) Técnicas**

**Entrevista.** - Un medio de comunicación entre el investigador y el sujeto de estudio para obtener la información sobre el tema planteado en el problema de investigación.

**Encuesta.** - Es un medio de recolección de información mediante interrogantes que le permitan al investigador, recopilar la información que necesita para identificar y resolver el problema planteado previamente.

**b) Instrumentos**

**Guía de entrevista.** – La obtención de esta información le permite al investigador desarrollar una serie de interrogantes dirigidas a los jefes departamentales del Centro de Especialidades IESS La Libertad, con respecto al servicio y atención al cliente que brinda la institución y obtener la información requerida de acuerdo a los objetivos, hipótesis, planteamiento del objeto de estudio del tema.

**Cuestionario de encuestas.** - Este cuestionario o bloque de preguntas basado en el modelo de escala de Likert, el cual plantea preguntas cerradas y alternativas de respuestas concretas que le permitirán al cliente comprender y responder de manera fácil, segura y veraz en su criterio, mismo que se aplicó a los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

Este instrumento permite hacer una exploración social y conocer el problema desde el campo de estudio, la obtención de datos relevantes sobre el grado de satisfacción del usuario y la identificación de factores que inciden en ese resultado.



## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **3.1. Análisis de datos**

##### **3.1.1. Resultados de la entrevista**

La entrevista fue empleada a 6 funcionarios, los cuales fueron jefes departamentales del Centro de Especialidades IESS La Libertad, mismos que pertenecen:

- 4 jefes del área administrativa
- 2 jefes del área de atención al cliente.

#### **1) ¿El Centro de Especialidades IESS La Libertad cuenta con una cultura de calidad en el servicio de atención al cliente?**

Se indica que la institución no cuenta netamente con una cultura de calidad practicada en su totalidad, no obstante, podría decirse que si, en la actualidad la institución se preocupa mucho por el perfil de cada funcionario con respecto a las actividades a desempeñar y de la misma forma, la adecuación e instalación de cada área para el desenvolvimiento con los usuarios.

Tratan de llevar un control en los procesos, pero no cuentan con un modelo de calidad por parte de las autoridades directivas, que facilite las actividades y establecer medidas correctivas, y en situaciones problemáticas que se presenten en el servicio a los usuarios.

**2) ¿La capacidad física de la empresa es óptima para la demanda que posee la institución diariamente?**

Dentro de los 6 funcionarios entrevistados: Cuatro de ellos manifestaron que, la institución no cuenta con la infraestructura ni capacidad requerida para la alta demanda de usuarios que aumenta cada día pese a contar con dos edificios, es necesario que se planteen gestiones administrativas para ampliar el establecimiento y mejorar la prestación del servicio.

Dos funcionarios manifestaron que actualmente al disponer de dos edificios para la prestación de los servicios, los cuales se encuentran adecuados en su totalidad para la atención y abastecer la demanda de usuarios que posee el IEES.

**3) ¿La empresa cuenta con medidas que garanticen un entorno saludable (aspecto físico de instalaciones, personal, señaléticas, equipos y materiales) para la atención del cliente que brinda la institución?**

Tres funcionarios entrevistados manifestaron que la institución cuenta con un entorno saludable para la atención del usuario, la misma que ha sido evaluada por los organismos competentes y recomendaciones puestas en prácticas, ya que por ser una entidad pública y de salud se rige a directrices para su funcionamiento.

Tres funcionarios, dentro de los cuales se encuentra personal de atención, indican que, pese a que son evaluados constantemente por veedores y comisiones de salud, y al buen servicio que se esfuerzan en brindar, no existe un total entorno que cumpla completamente con las necesidades requeridas por el usuario, tales como: espacio físico, equipos, materiales y procesos de atención que podrían optimizar.

**4) ¿La institución cuenta con capacidad de respuesta inmediata ante requerimiento de información, solicitudes, dudas o reclamos del cliente en su atención?**

Se indica que la institución cuenta con el programa “Chaleco Rojo” el mismo que cuenta con personal dedicado a responder dudas y disponer información necesaria para el usuario, de igual manera existe a nivel nacional el denominado “Teléfono rojo” el mismo donde los usuarios pueden expresar quejas y denuncias en la atención y servicio de salud en caso que se presentara.

Con respecto a la institución, el personal médico y administrativo se encuentra a total disposición para resolver algún inconveniente; si se trata procesos y gestiones hacia otros establecimientos o tramites de afiliados como por ejemplo subsidios, este tipo de procesos cuentan con un tiempo de duración por lo que se trata que el usuario entienda la situación y que en su momento obtenga algún tipo de respaldo hasta que se resuelva por completo su trámite.

**5) ¿El personal de atención al cliente posee un manual de funciones y desempeño de actividades sobre el servicio que brinda la institución?**

Los entrevistados manifestaron que la empresa no cuenta con un manual de funciones directamente, pero se rigen a la resolución C.D. 563 del IESS, el mismo que indica las atribuciones, responsabilidades y deberes de todas las áreas y funcionarios, sin embargo, seria idóneo ejercer un manual propio de la institución.

**6) ¿El personal de atención al cliente cuenta con capacitaciones y preparación continua del servicio y colaboración que debe proveer al usuario?**

Se conoce que en la institución existe un plan de capacitaciones que se elabora anualmente, en el cual el personal y funcionarios que laboran en la institución son sometidos, pero dichas capacitaciones y seminarios son escasos ya que se realizan anualmente, por lo tanto, es necesario capacitar frente a los cambios y avances que existen día a día y lo más importante, aportar con un mejor servicio constantemente.

**7) ¿Se realiza evaluación de desempeño al personal para medir la calidad de servicio que se brinda?**

La institución realiza evaluación de desempeño anualmente, a través de un formulario “EVAL” facilitado por la autoridad competente, el cual permite medir el desempeño de cada colaborador y tomar acciones correctivas ante un resultado desfavorable y reducir errores, eliminando actividades innecesarias en las operaciones de servicio.

Cabe recalcar que dentro de la entrevista el personal de atención manifestó que desconocía sobre esta evaluación que es realizada anualmente por los directivos de la institución, de tal forma que se refleja una falencia de comunicación y difusión de información relevante entre las áreas departamentales, dificultando el desarrollo de integración, trabajo en equipo y sentido de pertenencia al cumplimiento de objetivos.

**8) ¿Cree usted que el personal que labora en la institución posee los conocimientos y preparación necesaria para el trato con el cliente?**

Los 6 funcionarios de la empresa entrevistados, manifestaron que el personal que labora en toda la institución cuenta con los conocimientos y capacidad necesaria para el desempeño de actividades y atención de los usuarios, ya que cuentan con procesos de selección y reclutamiento del personal en el cual se someten a evaluaciones y pruebas de conocimientos y aptitudes de cada aspirante a la vacante disponible, el perfil idóneo y las características de profesional son determinados por el departamento de talento humano a través de la red socio empleo que permite realizar el proceso de forma transparente.

**9) ¿Considera incentivos, motivación o capacitaciones constantes al personal como medida correctiva a la atención y satisfacción del cliente?**

Se manifiesta que la entidad se rige bajo la gestión del servicio público, por lo que los incentivos económicos no son reconocidos, tampoco existe algún tipo de motivación laboral; no obstante, dicho anteriormente el personal es capacitado anualmente de acuerdo a sus funciones y para brindar una mejor atención a los usuarios.

Los funcionarios reconocen que la insatisfacción que existe en un gran número de usuarios podría radicarse en el poco sentido de pertenencia y la falta de un programa de incentivos y reconocimientos a los méritos y el trabajo realizado por parte del personal y que permiten el desarrollo de la organización.

**10) ¿Crees usted que el servicio de atención que percibe el usuario cumple con sus expectativas?**

Los entrevistados indicaron que siempre tratan de brindar una buena atención y servicio a los usuarios, pero no siempre se logra la satisfacción completa en cada uno de ellos, pues existen afiliados muy exigentes y la institución se encuentra en una categoría de segundo nivel, en comparación a unidades de salud similares en las ciudades de Quito o Guayaquil, en donde existen mayor cobertura en especialidades y mejor atención.

De tal forma que existe un grado de insatisfacción en mucho de nuestros usuarios, que desean que el Centro de Especialidades posea el mismo nivel de atención hospitalaria y equipamiento en las unidades, algo que aún no se ha podido cumplir, pero que en base a gestiones se pretende alcanzar en un futuro.

**11) Considera que existe una comunicación bilateral entre el usuario y personal al momento de la atención al cliente**

Los funcionarios manifestaron que existe un buen manejo con diferentes canales de comunicación entre áreas, pero sobre todo entre la institución y el usuario, debido a que la unidad ha sido creada para el servicio y satisfacción del mismo, se trata de mantener y manejar a cada usuario con respecto a sus requerimientos y facilidad de trato al cliente, brindando no solo una excelente atención, sino a la vez confianza.

Pero a medida que se desarrolló la entrevista se pudo evidenciar que no existe un vínculo e interacción total entre los departamentos.

**12) ¿Existen políticas de atención al cliente que respalde a los usuarios en la atención recibida de la institución?**

No existen políticas internas establecidas por los directivos, pero existen normas y procedimientos permiten que regulan las operaciones y la atención del usuario de manera eficiente a los usuarios.

De igual manera, la institución se rige de acuerdo a un sistema informático (AS400) que ha sido parametrizado de acuerdo a políticas de atención, con la finalidad de cumplir con un buen servicio.

**13) ¿Cree usted que el usuario se siente pleno y satisfecho con el servicio de atención existente en la institución?**

Los entrevistados manifestaron que tienen conocimiento que en su gran mayoría, los afiliados se sienten satisfechos con el servicio que brinda la institución, pero tienen están conscientes que existe un número de usuarios insatisfechos que, al ser mínimo es preocupante, se imposibilita resolver sus necesidades debido a limitantes físicos y económicos, los cuales, aunque se intente derivar a otro establecimiento de salud, se sienten insatisfechos que el Centro de Especialidades no pueda cubrir completamente las especialidades y procedimiento médicos.

Los usuarios toman como referencia al hospital de Ancón, y requieren que la institución se convierta en una unidad médica con el mismo alcance, sin embargo, las gestiones administrativas y la falta de recursos generan una no conformidad en el afiliado de la institución.

### 3.1.2. Resultados de las encuestas

El cuestionario de encuestas fue dirigida a los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

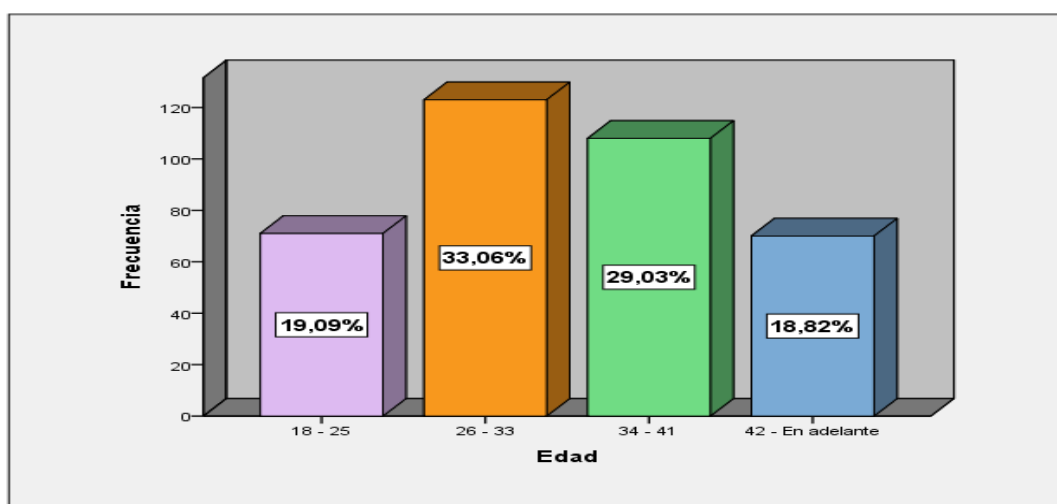
**Cuadro 4: Edad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos			
18 – 25	71	19,1	19,1
26 – 33	123	33,1	52,2
34 – 41	108	29,0	81,2
42 - En adelante	70	18,8	100,0
Total	372	100,0	

**Fuente:** Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 1: Edad**



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

En relación a los resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas a los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad, se observa que la edad de la gran mayoría de los usuarios atendidos en la institución está entre los 26 a 41 años. De tal forma que, se puede definir que la población atendida en referencia es relativamente joven.



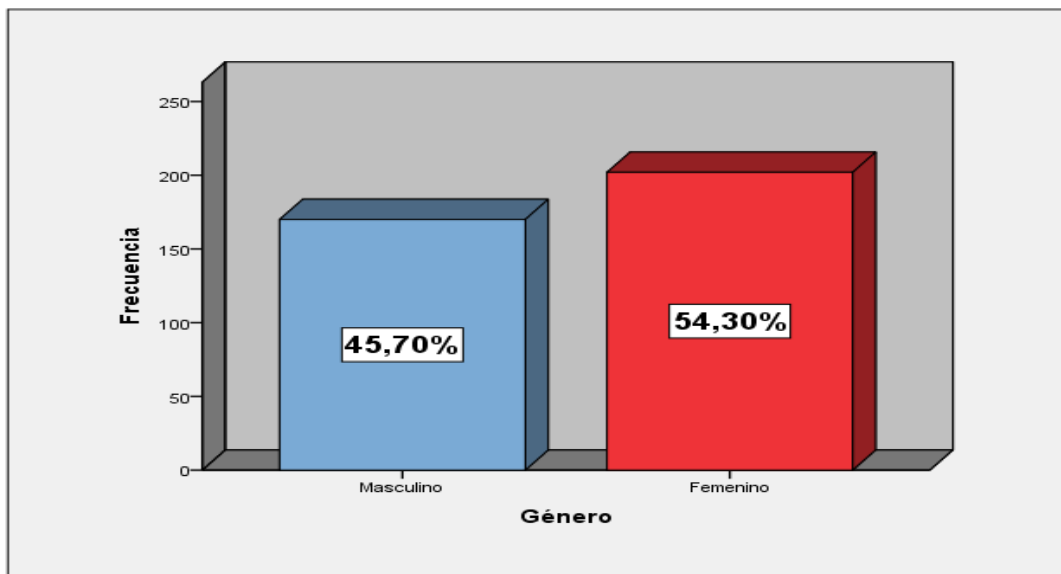
**Cuadro 5: Género**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	170	45,7
	Femenino	202	54,3
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 2: Género**



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

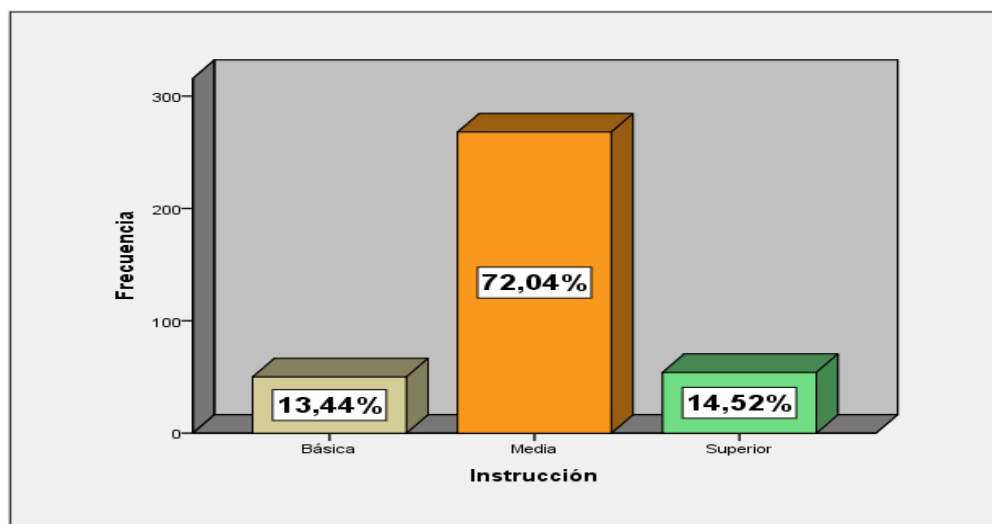
Con respecto al género de los usuarios que asisten al Centro de Especialidades IESS La Libertad, en el gráfico se puede visualizar que la población atendida en su mayor número es de sexo femenino con una minúscula diferencia referente al sexo masculino.

**Cuadro 6:** Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Básica	50	13,4
	Media	268	72,0
	Superior	54	14,5
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 3:** Instrucción



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Según los datos observados en el gráfico, indica que, de acuerdo al nivel de instrucción, el mayor número de usuarios al Centro de Especialidades IESS La Libertad posee una educación media y con un mínimo porcentaje corresponde a una educación básica. De tal forma se puede comprender que el nivel de preparación del afiliado va en ascenso lo que significa la obtención de salarios más altos y mejores beneficios de cobertura al seguro social.

**1. ¿Considera que el servicio de atención al cliente que recibe por parte del Centro de Especialidades IESS La Libertad provoca en usted una satisfacción completa?**

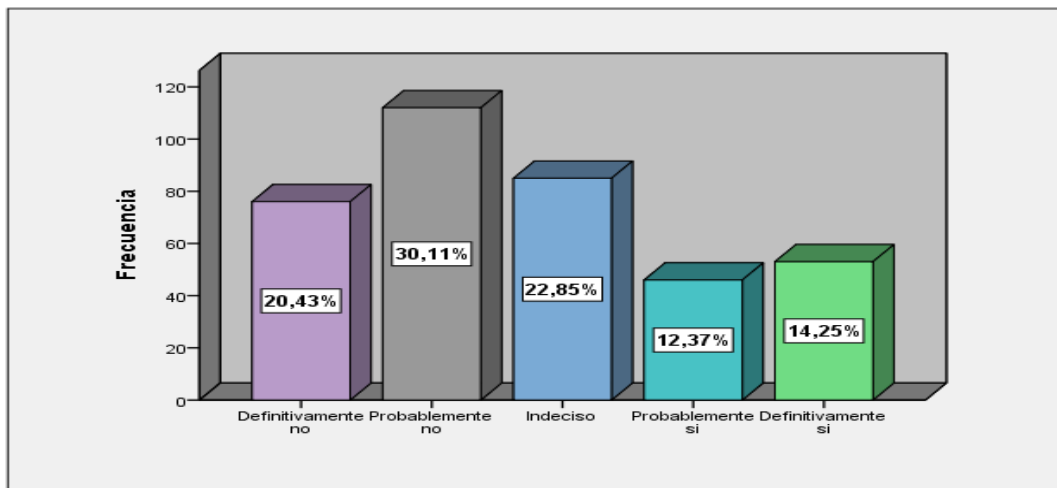
**Cuadro 7:** Satisfacción en la atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	76	20,4
	Probablemente no	112	30,1
	Indeciso	85	22,8
	Probablemente si	46	12,4
	Definitivamente si	53	14,2
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad

**Elaborador por:** Paulina Clavijo

**Gráfico 4:** Satisfacción en la atención



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Según los datos observados en el gráfico, indica que un mayor número de usuarios no se sienten completamente satisfechos con el servicio que ofrece el Centro de Especialidades IESS La Libertad comparativamente con aquellos que si sienten satisfacción. De tal modo que existe una insatisfacción, que se debe a diferentes aspectos administrativos como: espacio, ambiente y gestión operativa de la institución, ya que en cuestión medica indicaron que no tienen algún inconveniente.

**2. ¿Considera usted que el trato del personal en la atención al cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad es el correcto?**

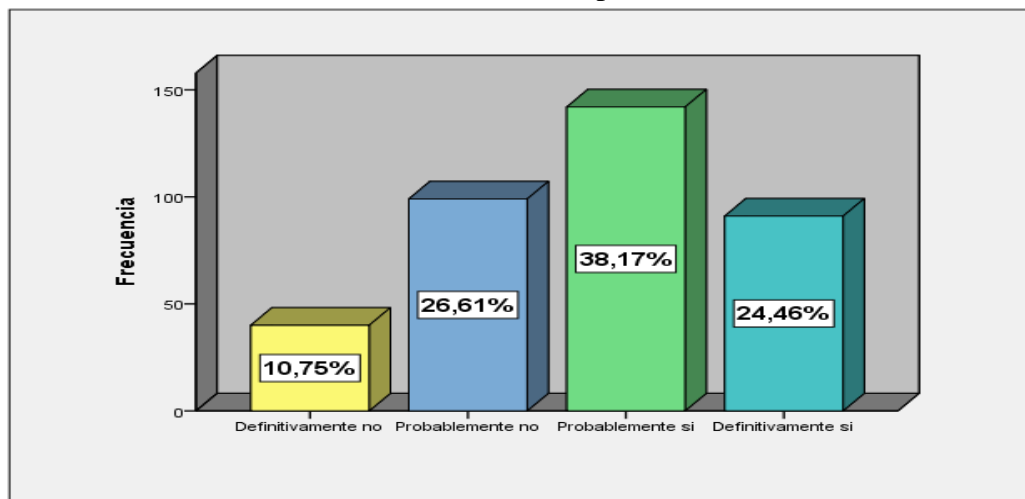
**Cuadro 8:** Trato del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	40	10,8	10,8
Probablemente no	99	26,6	37,4
Válidos Probablemente si	142	38,2	75,5
Definitivamente si	91	24,5	100,0
Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Cuadro 9:** Trato del personal



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Correspondiente al trato humano que brinda el personal de atención al cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, los datos reflejan significativamente que la mayor parte de usuarios atendidos afirman recibir un trato apropiado, relativamente de aquello que manifiestan lo contrario. De tal manera que existe un trato idóneo al cliente; sin embargo, enfatizan que aquellos esfuerzos son en vano si la institución carece de una eficiente gestión administrativa.

**3. ¿Cree usted que el procedimiento que sigue el CELL en atención y servicio al cliente es el adecuado?**

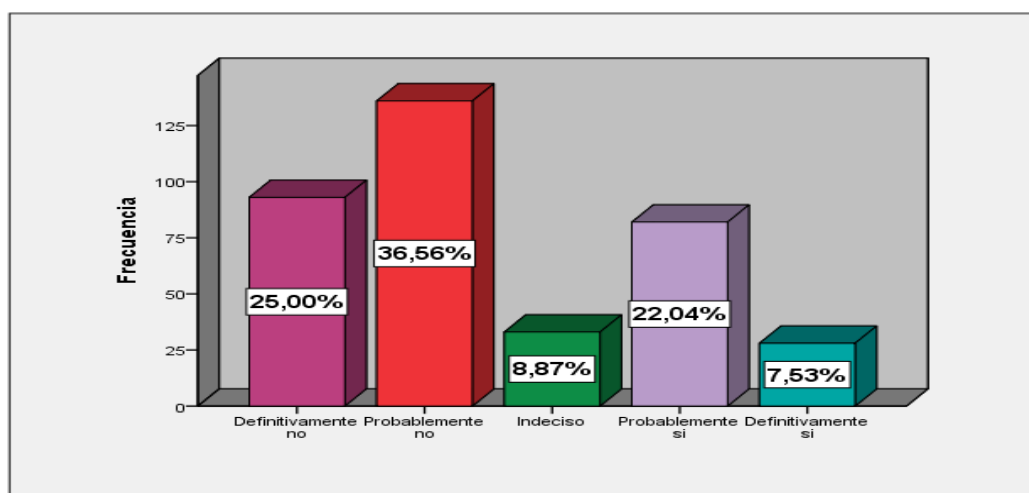
**Cuadro 10:** Procedimiento de atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	93	25,0
	Probablemente no	136	36,6
	Indeciso	33	8,9
	Probablemente si	82	22,0
	Definitivamente si	28	7,5
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 5:** Procedimiento de atención al cliente



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Según los datos obtenidos de la encuesta se puede observar que, en la mayor parte de la población existe inconformidad en el procedimiento de servicio que brinda actualmente el Centro de Especialidades IESS La Libertad. De tal forma puede deducirse que no es el adecuado y el mecanismo de atención al cliente de la institución requiere de cambios y mejoras.

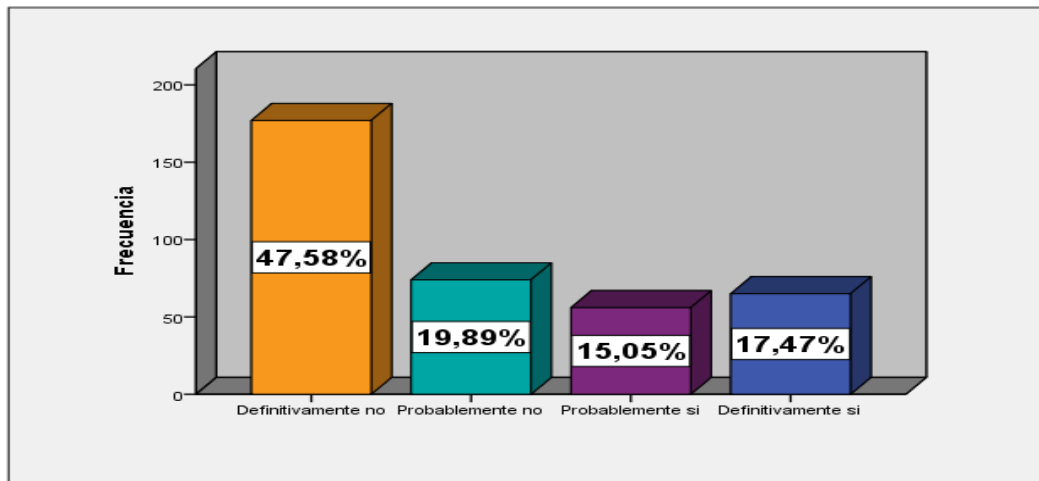
4. ¿Cree usted que el número de colaboradores que están encargados en el área de atención al cliente es el suficiente para abarcar el número de afiliados que asisten diariamente al CELL?

**Cuadro 11:** Número de colaboradores en atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	177	47,6	47,6
Probablemente no	74	19,9	67,5
Válidos Probablemente si	56	15,1	82,5
Definitivamente si	65	17,5	100,0
Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 6:** Número de colaboradores en atención al cliente



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Con respecto a esta interrogante, la mayor cifra de usuarios manifestó que el número de colaboradores en el área de atención al cliente (admisión) del Centro de Especialidades IESS La Libertad no es suficiente. Lo que se deduce como falta de personal, ya que esto incurre a la aglomeración de afiliados en la entrada principal de la institución.

5. ¿Cree usted que el aspecto físico de instalaciones, personal, muebles, señaléticas, equipos y materiales, etc., (entorno) evidencia una excelente calidad del servicio en el CELL?

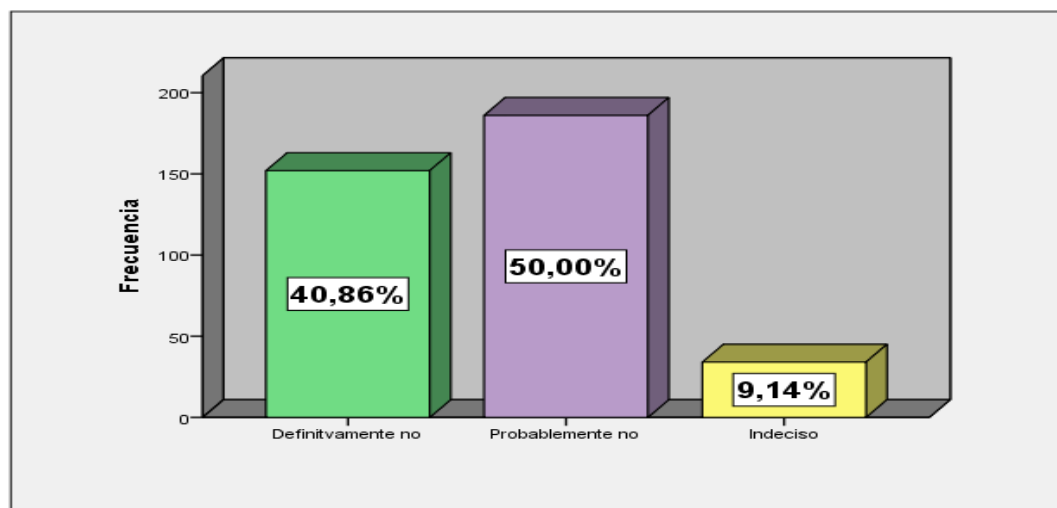
**Cuadro 12:** Ambiente de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	152	40,9
	Probablemente no	186	50,0
	Indeciso	34	9,1
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 7:** Ambiente de servicio



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Los datos obtenidos de la encuesta realizada a los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad, el mayor número de la población expresó que el entorno físico correspondiente a instalaciones y equipamiento del edificio, infraestructura y espacio físico no evidencia una calidad completa en el servicio que ofrece y se percibió indecisión a esta pregunta, ya que referente a otros centros de salud, evidencia un mejor aspecto, cabe recalcar que esto se percibe en los dos edificios pertenecientes a la institución.

**6. ¿Considera usted que el tiempo de duración al efectuar un trámite o requerir información sobre su cita médica es el adecuado?**

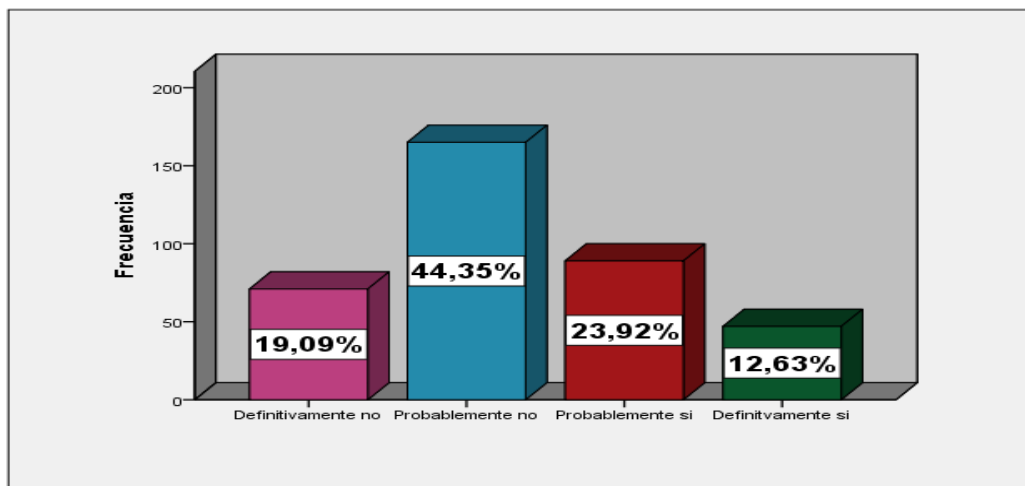
**Cuadro 13:** Tiempo de atención al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	71	19,1	19,1
	Probablemente no	165	44,4	63,4
	Probablemente si	89	23,9	87,4
	Definitivamente si	47	12,6	100,0
	Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 8:** Tiempo de atención al cliente



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Se puede precisar según los datos estadísticos, que con respecto al tiempo que se toma realizar un trámite o requerir información en el área de atención al cliente, un gran número de usuarios atendidos manifestaron que, probablemente no sea el adecuado y la gestión podría optimizarse, de tal manera que se evidencia un descontento en los afiliados que asisten al Centro de Especialidades IESS La Libertad.



**7. ¿Considera usted que el desempeño de actividades del personal al brindar el servicio y atención al cliente es eficaz?**

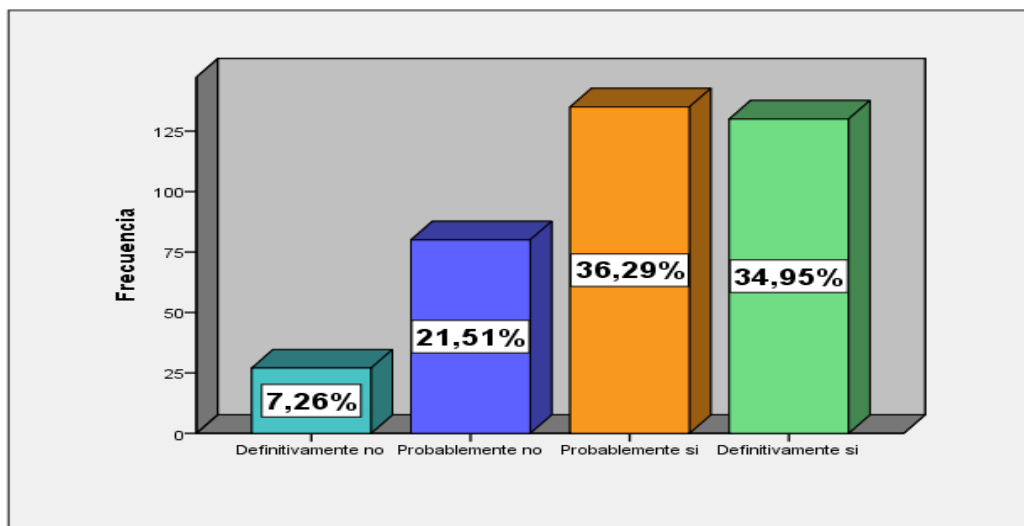
**Cuadro 14:** Desempeño de actividades del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	27	7,3	7,3
	Probablemente no	80	21,5	28,8
	Probablemente si	135	36,3	65,1
	Definitivamente si	130	34,9	100,0
	Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 9:** Desempeño de actividades del personal:



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Analizando los datos obtenidos se puede apreciar que mayor parte de la población encuestada, percibe que el desempeño de actividades ejercidas el personal es eficaz, comparado con aquellos que manifestaron que, el personal de la institución no desempeña sus funciones adecuadamente. En conclusión, se observa una eficacia en las gestiones del servicio en cada funcionario.

**8. ¿Considera usted que la información que le brinda el personal de atención al presentar alguna duda o requerimiento sobre el servicio es eficiente?**

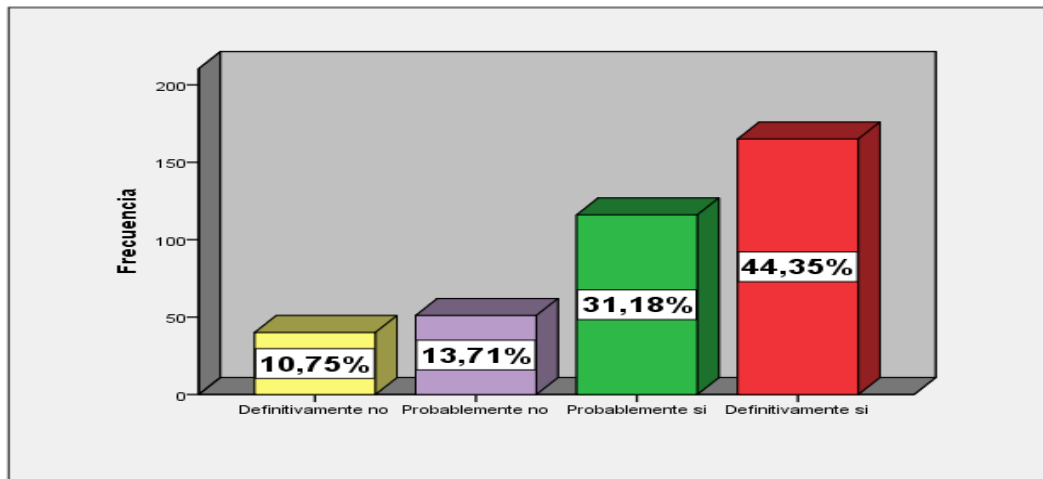
**Cuadro 15:** Eficiencia de la información brindada al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	40	10,8
	Probablemente no	51	13,7
	Probablemente si	116	31,2
	Definitivamente si	165	44,4
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 10:** Eficiencia de la información brindada al cliente



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

De las encuestas realizadas a los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad, se puede evidenciar que una cifra muy alta de usuarios concluye que, la información obtenida del personal es eficiente, comparado con aquellos que afirmaron que, la información que obtienen del personal sobre sus citas médicas no lo es, De este modo, se deduce que en general hay un sistema de información eficiente en los procesos de servicio.

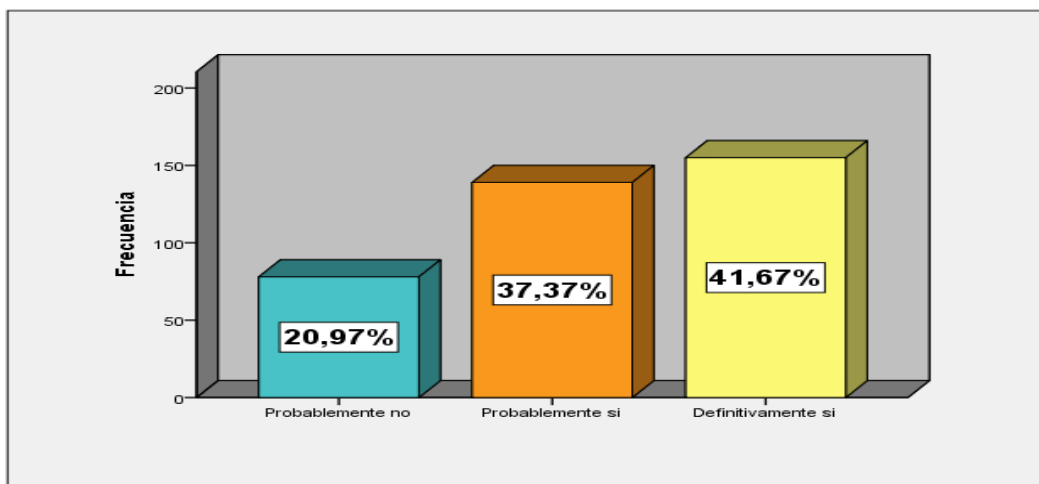
9. ¿Cree usted que el personal de atención al cliente cumple con la competencia, habilidades y profesionalismo necesario para el desempeño de sus actividades?

**Cuadro 16:** Competencia y habilidades del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Probablemente no	78	21,0	21,0
	Probablemente si	139	37,4	58,3
	Definitivamente si	155	41,7	100,0
	Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 11:** Competencia y habilidades del servicio



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Con respecto a esta interrogante, un alto número de la población encuestada indicaron que el personal de atención al cliente cuenta con la experiencia necesaria para desempeñar sus funciones, comparados con un número menor pero significativo, quienes expresaron que los colaboradores que prestan el servicio podrían poseer mejores capacidades y experiencias para la satisfacción de los afiliados que asisten al Centro de Especialidades IESS La Libertad.

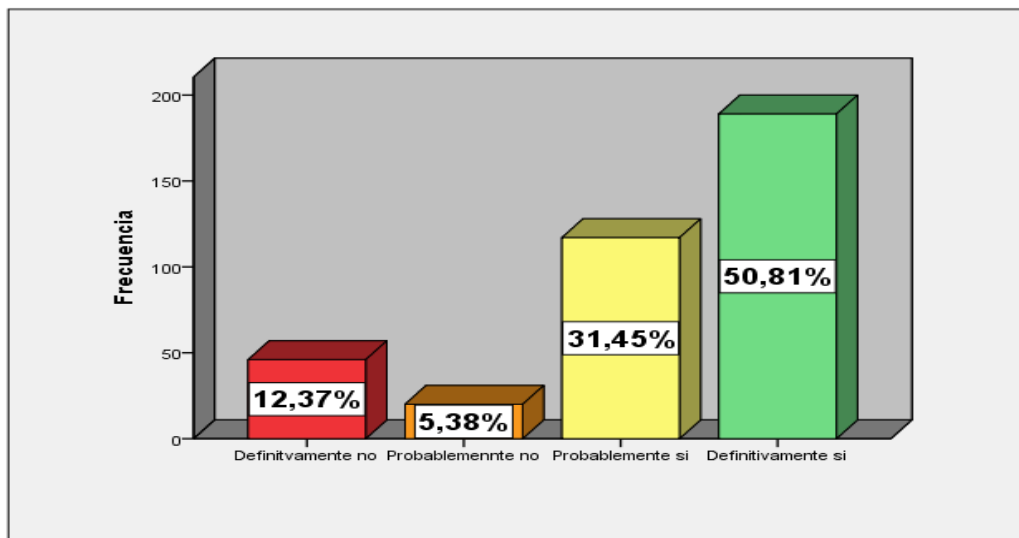
**10. ¿Piensa usted que el servicio al cliente le proporciona confiabilidad y credibilidad al momento de recibir atención?**

**Cuadro 17:** Confiabilidad y credibilidad en la atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	46	12,4	12,4
	Probablemente no	20	5,4	17,7
	Probablemente si	117	31,5	49,2
	Definitivamente si	189	50,8	100,0
	Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 12:** Confiabilidad y credibilidad en la atención



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Según los datos de la encuesta empleada, se evidencia que la mayor parte de usuarios que asisten al Centro de Especialidades IESS La Libertad sienten confianza y credibilidad del servicio, de tal manera, los resultados indican que, pese a la deficiente gestión operativa, los usuarios confían en el servicio que brinda la institución.

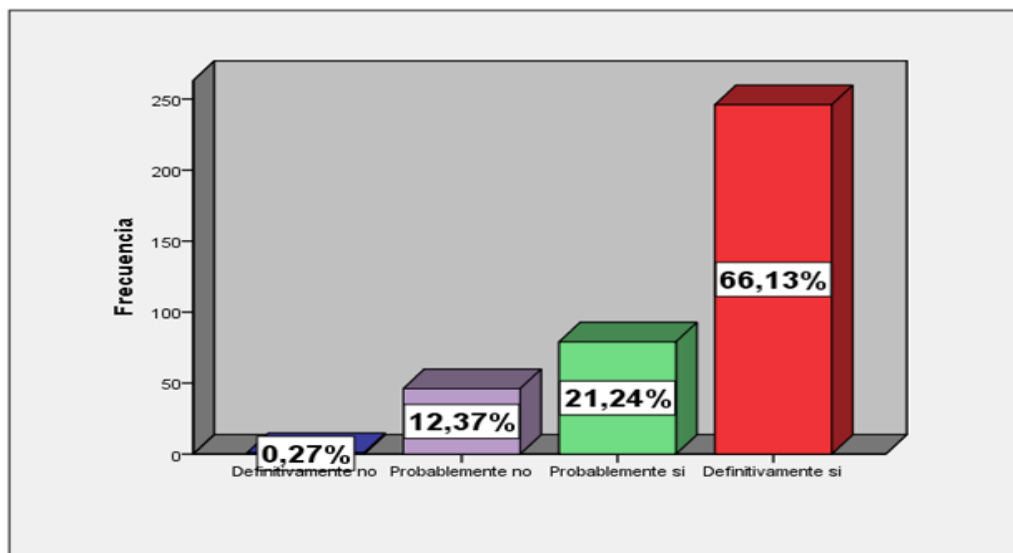
**11. ¿Cree usted que es necesario invertir más recursos en el área de atención al cliente para un mejor servicio en la institución?**

**Cuadro 18:** Inversión de recursos en la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	1	,3	,3
Probablemente no	46	12,4	12,6
Válidos Probablemente si	79	21,2	33,9
Definitivamente si	246	66,1	100,0
Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 13:** Inversión de recursos en la institución



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Con respecto a esta pregunta, según los datos obtenidos, se puede observar que la población atendida en su mayoría manifestó que el Centro de Especialidades IESS La Libertad requiere de inversión para mejorar aspectos de infraestructura, espacio físico, especialidades y mecanismos de atención al cliente que brinda actualmente la institución.

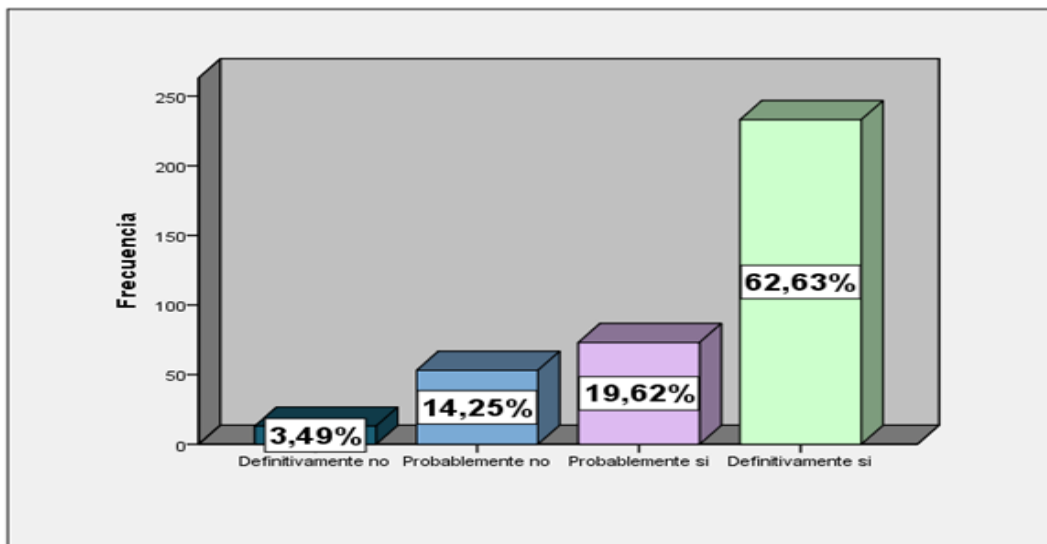
**12. ¿Cree usted que el personal de atención al cliente del CELL necesita capacitaciones continuas sobre el trato y servicio al usuario?**

**Cuadro 19:** Capacitaciones al personal de atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	13	3,5
	Probablemente no	53	14,2
	Probablemente si	73	19,6
	Definitivamente si	233	62,6
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 14:** Capacitación al personal de atención



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

El mayor número de usuarios atendidos expresaron que el personal de servicio y atención al cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, si requiere de capacitaciones continuas, de tal forma se indica que no brindan un pésimo trato al cliente, pero es importante la preparación continua y actualización de información sobre cómo brindar un servicio de calidad y manejo de clientes.

**13. ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente percibido en la institución ha cumplido con sus expectativas y necesidades?**

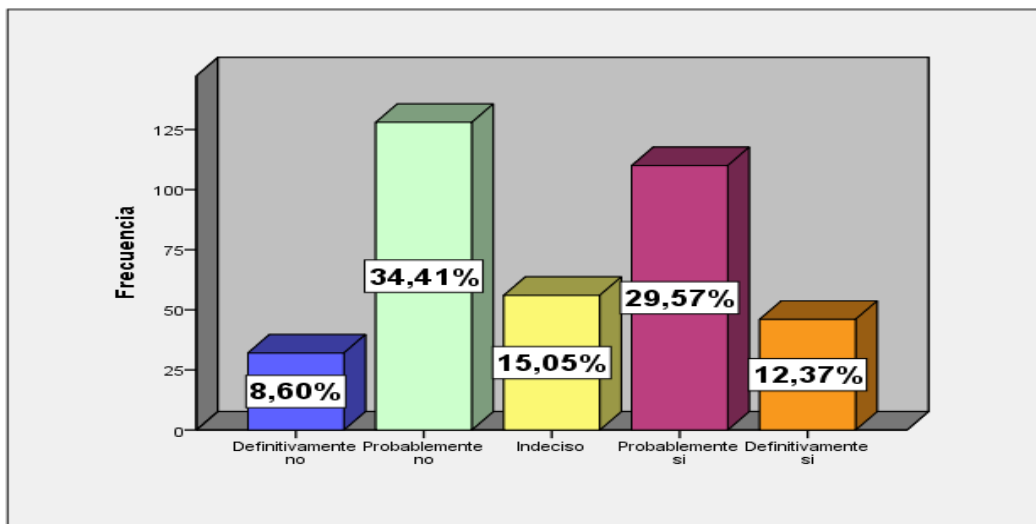
**Cuadro 20:** Percepción del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	32	8,6	8,6
	Probablemente no	128	34,4	43,0
	Indeciso	56	15,1	58,1
	Probablemente si	110	29,6	87,6
	Definitivamente si	46	12,4	100,0
	Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 15:** Percepción del servicio



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Con relación al cumplimiento de expectativas y necesidades, un gran número de usuarios encuestados manifestaron que las mismas no han sido cubiertas totalmente, de tal forma se aprecia que existe un problema en los procesos de servicio que deben ser eliminadas siendo el Centro de Especialidades IESS La Libertad un referente de salud en la provincia.

**14. ¿Cree usted que la comunicación que existe entre el personal de atención al cliente del CELL y el usuario o afiliado es la correcta?**

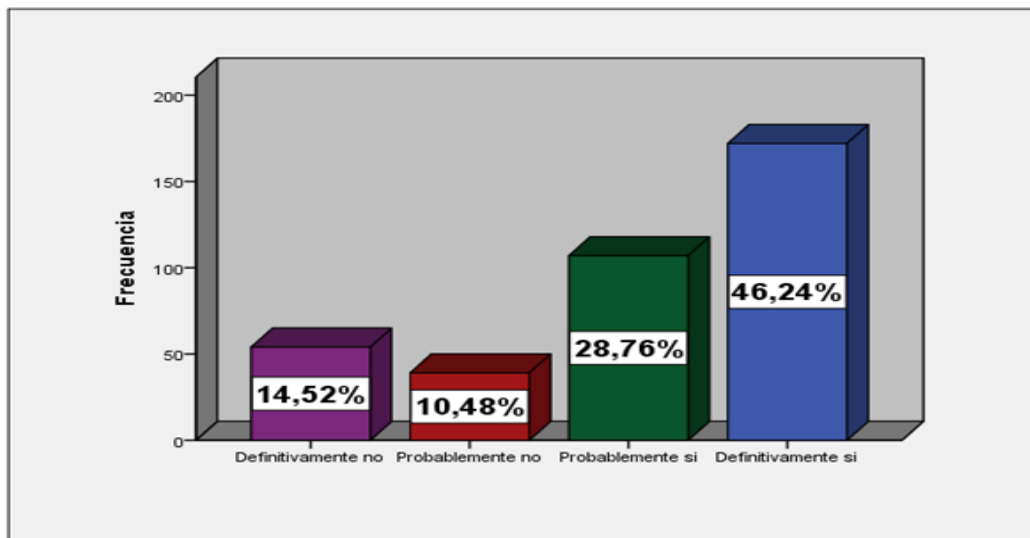
**Cuadro 21:** Comunicación del personal y usuario del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	54	14,5	14,5
	Probablemente no	39	10,5	25,0
	Probablemente si	107	28,8	53,8
	Definitivamente si	172	46,2	100,0
	Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 16:** Comunicación del personal y usuario del servicio



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

De acuerdo a los datos observados, se puede indicar que la mayor parte de la población asegura que el personal ha establecido una excelente canal de comunicación y comprensión ante sus requerimientos, a comparación de un minúsculo número de afiliados que indicaron no sentir interacción y armonía en la relación de servicio y atención que reciben.



**15. ¿Piensa usted que debería existir un seguimiento en el proceso de servicio al cliente para medir la calidad y desempeño en la atención que recibe el usuario?**

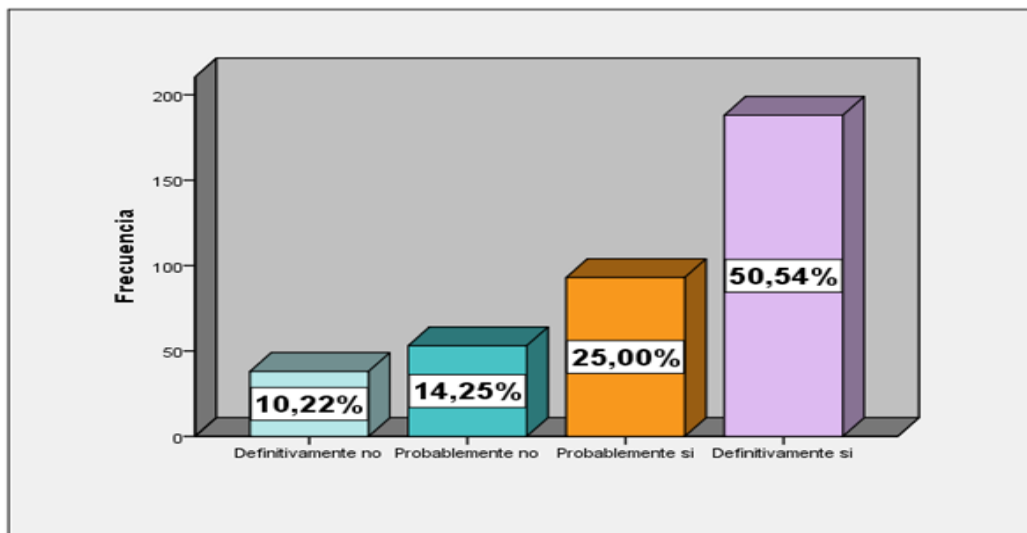
**Cuadro 22:** Seguimiento del servicio al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	38	10,2
	Probablemente no	53	14,2
	Probablemente si	93	25,0
	Definitivamente si	188	50,5
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 17:** Seguimiento del servicio al cliente



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

El mayor número de usuarios encuestados indicaron que, definitivamente si debe existir un seguimiento en el servicio y atención al cliente que brinda y ejecutar medidas correctivas si así lo requiere el Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**16. ¿Cree usted que el desempeño del servicio en el Centro de Especialidades IESS La Libertad provoca en los usuarios una satisfacción completa?**

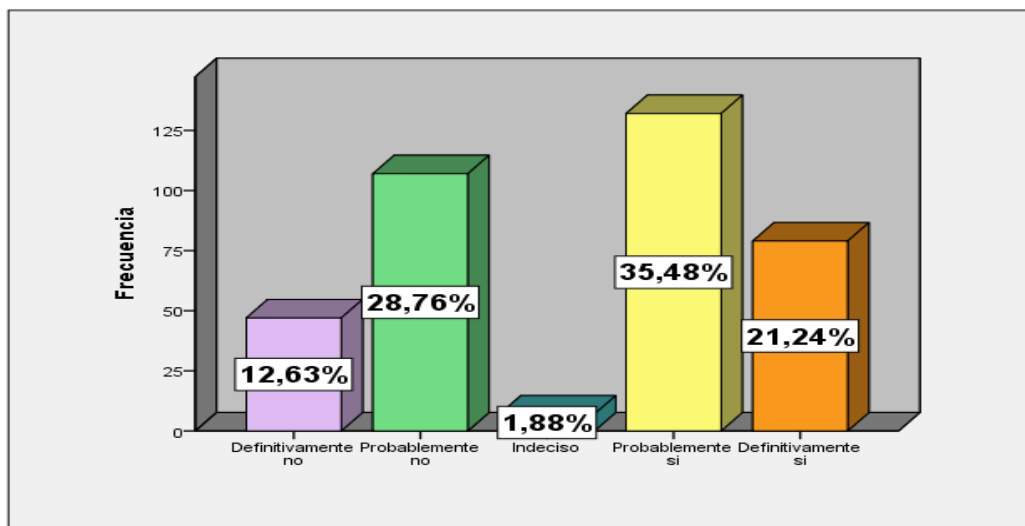
**Cuadro 23:** Desempeño de servicio y satisfacción en todos los usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	47	12,6	12,6
	Probablemente no	107	28,8	41,4
	Indeciso	7	1,9	43,3
	Probablemente si	132	35,5	78,8
	Definitivamente si	79	21,2	100,0
	Total	372	100,0	

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 18:** Desempeño de servicio y satisfacción en todos los usuarios



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Analizando los datos estadísticos se puede observar que, en su gran número, los usuarios encuestados indicaron que el Centro de Especialidades IESS La Libertad si provoca una satisfacción en los demás afiliados al servicio; sin embargo, un número significativo aseguró que definitivamente no. Lo que refleja que la institución debería optar por nuevos cambios que beneficien los mecanismos de atención al cliente y a toda la población afiliada de la provincia, sin excepción.

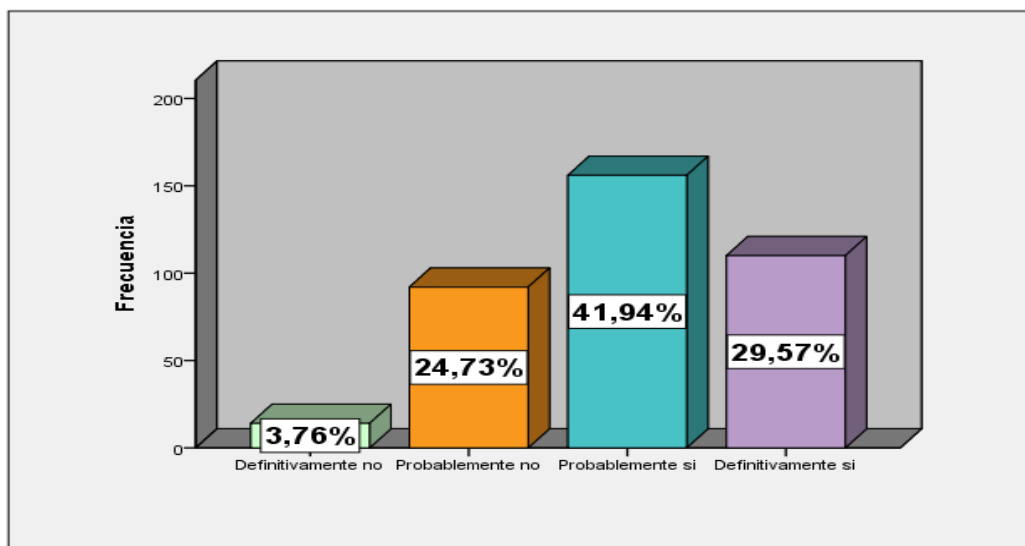
**17. ¿Considera que posterior al servicio y atención que recibe el cliente asegura en usted un regreso y recomendación del servicio que brinda el CELL?**

**Cuadro 24:** Recomendación del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	14	3,8
	Probablemente no	92	24,7
	Probablemente si	156	41,9
	Definitivamente si	110	29,6
	Total	372	100,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Gráfico 19:** Recomendación del servicio



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Con respecto a la fidelización del cliente, comparativamente el mayor número de usuarios aseguran que si recomiendan el servicio que brinda la institución, en referencia a aquellos afiliados que expresaron que no lo recomendarían. Esto puede interpretarse como un cumplimiento parcial de las necesidades y expectativas del usuario, mas no de toda población afiliada.

### **3.2. Limitaciones**

Desarrollar el presente trabajo de titulación e investigación, presentó una serie de inconvenientes dado que la institución como objeto de estudio es una entidad pública y sufrió cambios de autoridad máxima por más de dos ocasiones; por consiguiente, el trámite y actualización de los documentos de autorización , recolección de información y desarrollo del trabajo se realizó el mismo número de veces que hubiera posicionamiento de una nueva autoridad situación lo que producía un retraso en el cronograma establecido.

En la búsqueda de información bibliográfica y teorías de autores actualizados, se dificultó encontrar datos relevantes y diversidad de contenido académico, los libros actualizados se derivan de teorías antiguas, de tal forma el aporte no tiene mayor relevancia.

En lo que corresponde a la recolección de datos, los usuarios se mostraron reacios a colaborar con la encuesta y brindar la información relevante que se necesitaba, mucho de ellos aceptaban ser encuestados, pero se quedaban a la mitad del cuestionario por llegar su turno médico. Con respecto a los funcionarios entrevistados, accedieron en horario diferente ya que se encontraban en sus funciones y se necesitó varios días para entrevistarlos a cada uno.

Pese a que se presentaron dificultades y asistir constantemente a la institución, se logró recabar la información relevante para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

### **3.3. Resultados**

A través de los resultados obtenidos se logró identificar los factores que afectan a la calidad de servicio del Centro de Especialidades IESS La Libertad y la percepción que posee actualmente el cliente sobre el mismo; de igual forma, plantear las posibles alternativas de solución y estrategias que permitan cumplir las expectativas del cliente para que la institución obtenga una satisfacción plena en el servicio que se brinda.

Se evidenció la falta de capacidad de la empresa, tanto en espacio físico como número de colaboradores en atención al cliente. Un inadecuado ambiente de trabajo e ineficientes procesos de servicio que no permiten establecer totalmente un servicio de calidad y satisfacción no permiten una mejora de la entidad.

En la **entrevista** a los jefes departamentales y personal de atención al cliente, los resultados dieron a conocer la perspectiva de los funcionarios sobre la institución y las debilidades que no permiten la existencia de una calidad total, se determinó la falta de una cultura de servicio en la institución, manual de funciones, programas de capacitación continua y políticas de respaldo al usuario o afiliado del servicio.

También se identificó la problemática que existe con el espacio físico y las adecuaciones de los dos edificios pertenecientes a la unidad médica, como también la capacidad de respuesta del personal frente a cualquier situación; para finalizar, se evidenció la falta de comunicación entre departamentos.

Los resultados de la **encuesta** empleada a los usuarios de la institución permitieron identificar lo siguiente:

- Los usuarios del Centro de Especialidades IEISS La Libertad no se sienten completamente satisfechos del servicio que reciben en la institución, a pesar de que los funcionarios en la entrevista indicaron que, si lo estarían, esto se debe a la gestión operativa y los procesos de servicio que manejan.
- El trato humano en el servicio de atención al cliente es el adecuado, sin embargo, los usuarios afirman que es en vano ya que la institución carece de una eficiente gestión administrativa, indican además que el espacio designado para la atención es reducido y en momentos pico ocurre aglomeración e impide el paso de salida o ingreso a la institución.
- El número de colaboradores encargado de la atención al cliente es insuficiente para la demanda que la institución tiene diariamente, sumado al problema anterior, es uno de los factores que provocan la aglomeración de los usuarios que no son atendidos inmediatamente y el mecanismo de servicio que requiere cambios y mejoras.
- El tiempo de atención y respuesta al cliente puede ser minimizado con acciones correctivas ya que el número de personas que se encuentran en el área de atención es insuficiente, lo que provoca una demora y es necesario llegar 30 a 45 minutos antes de la cita o podrían perderla por esta problemática.

### 3.3.1. Comprobación de hipótesis

$H_0$ : La calidad de servicio no incide en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.

$H_1$ : La calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.

Con la información obtenida de las encuestas, se procedió al análisis de dos interrogantes de cada variable que permiten conocer si la calidad de servicio incide o no en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, mediante el método estadístico Chi-Cuadrado a través del programa SPSS21, el mismo que indica la hipótesis que será rechazada o aceptada.

En el método de comprobación se presentaron los siguientes resultados:

**Cuadro 25:** Resumen de datos

Resumen del procesamiento de los casos						
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
5. ¿Cree usted que el aspecto físico de instalaciones, personal, muebles, señaléticas, equipos y materiales, etc. (entorno) evidencia una excelente calidad del servicio en el CELL? * 9. ¿Cree usted que el personal de atención al cliente cumple con la competencia, habilidades y profesionalismo necesario para el desempeño de sus actividades?	372	100,0%	0	0,0%	372	100,0%

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Cuadro 26:** Tabla de Contingencia

Tabla de contingencia 5. ¿Cree usted que el aspecto físico de instalaciones, personal, muebles, señaléticas, equipos y materiales, etc., (entorno) evidencia una excelente calidad del servicio en el CELL? * 9. ¿Cree usted que el personal de atención al cliente cumple con la competencia, habilidades y profesionalismo necesario para el desempeño de sus actividades?						
Recuento			9. ¿Cree usted que el personal de atención al cliente cumple con la competencia, habilidades y profesionalismo necesario para el desempeño de sus actividades?			Total
			Probable-mente no	Probable-mente si	Definitiva-mente si	
5. ¿Cree usted que el aspecto físico de: instalaciones, personal, muebles, señaléticas, equipos y materiales, etc. (entorno) evidencia una excelente calidad del servicio en el CELL?	Definitiva-mente no	Recuento	19	62	71	152
		Frecuencia esperada	31,9	56,8	63,3	152,0
	Probable-mente no	Recuento	48	69	69	186
		Frecuencia esperada	39,0	69,5	77,5	186,0
	Indeciso	Recuento	11	8	15	34
		Frecuencia esperada	7,1	12,7	14,2	34,0
Total		Recuento	78	139	155	372
		Frecuencia esperada	78,0	139,0	155,0	372,0

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

**Cuadro 27:** Comprobación del Chi-Cuadrado

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,508 <sup>a</sup>	4	,009
Razón de verosimilitudes	14,204	4	,007
Asociación lineal por lineal	8,692	1	,003
N de casos válidos	372		

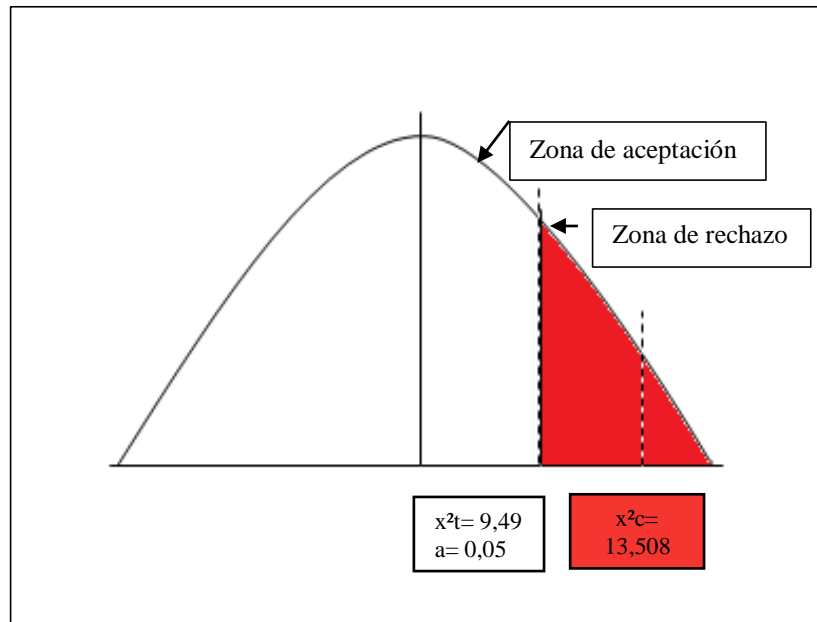
a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 7,13.

**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.



**Gráfico 20:** Hipótesis alternativa aceptada



**Fuente:** Usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.  
**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

Con un nivel de significancia del 5%, 4 grados de libertad basados a la tabla de valores del Chi-Cuadrado y un valor límite de aceptación del 9,488, se indica que el valor obtenido a través del sistema estadístico aplicado es 13,508, el cual se encuentra fuera de la zona de aceptación y, por consiguiente:

- La hipótesis nula es rechazada,
- La hipótesis alternativa es aceptada.

Es decir, la satisfacción del cliente si es dependiente de la calidad de servicio que brinda el Centro de Especialidades IESS La Libertad.

## PROPUESTA

### 3.4. Nombre de la propuesta

Implementación de modelo Lean Service para el mejoramiento de la calidad de servicio del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.

#### 3.4.1. Objetivo de la propuesta

Definir estrategias a través del modelo Lean Service, para la mejora continua del servicio y el faltante de la satisfacción en los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

##### 3.4.1.1. Ubicación de la empresa



**Ilustración 1:** Centro de Especialidades IESS La Libertad  
**Fuente:** Internet

El Centro de Especialidades IESS La Libertad está ubicado en el Barrio Rocafuerte, calle 23, diagonal a la Fiscalía General del Estado.

#### **3.4.1.2. Misión**

El Centro de Especialidades IESS La Libertad tiene como misión dar prestación a la clase afiliada y no afiliada con calidad, calidez y eficiencia, que sean integrales con compromiso humano y profesional.

#### **3.4.1.3. Visión**

Cumplir con los principios de Seguridad Social de forma oportuna y eficiente, logrando ser reconocidos como un Centro que brinda asistencia médica de alta calidad. Además, la incorporación de nuevos médicos especializados, comprometidos a trabajar por el bienestar de los afiliados y ganándose la confianza de los mismos, lo que contribuirá al fortalecimiento de esta Unidad.

#### **3.4.1.4. Políticas**

- Atender a todo afiliado que acuda a la Unidad.
- Eficiencia, capacitación y buena voluntad en el trabajo.
- Establecer una buena comunicación entre el personal.
- Cumplir con las normas dictadas por el Consejo Directivos del IESS, que definen claramente las responsabilidades correspondientes a cada cargo.

#### **3.4.1.5. Áreas**

- Dirección Médica y Administrativa
- Área de Admisión y Estadística
- Unidad Financiera
- Talento Humano

#### **3.4.1.6. Estado actual**

En el plan funcional del Centro de Especialidades IESS La Libertad, indica que una de las prioridades es lograr la excelencia en la prestación del servicio y crear la satisfacción del usuario. Sin embargo, la situación actual del servicio no está alineado con los objetivos planteados de la institución y a la experiencia positiva del cliente a largo plazo, según los datos obtenidos de la encuesta.

#### **3.4.2. Modelo de LEAN SERVICE propuesto**

El pensamiento LEAN es un modelo para administrar una atención cada vez mejor, segura, rápida, calificada y resolutive de acuerdo con sus necesidades cumpliendo con el objetivo de mostrar la recuperación total de su bienestar, esto ha surgido como referencia para el alcance de esa calidad asistencial aliado a la mejoría continuada de los procesos (Pestana, Lorenzini, Lima, & Guede, 2016).

Es la implementación de técnicas de calidad y mejoramiento continuo en una organización, que han sido utilizadas para optimizar los procesos u operaciones llevadas a cabo con el objetivo de obtener tiempos de respuestas más cortos, mejorar el nivel de servicio al cliente, calidad y costos más bajos (Porrás & Valderrama, 2017).

En la propuesta de la aplicación del modelo LEAN SERVICE basada en herramientas existentes de calidad, se implementarán en la actividad operativa del Centro de Especialidades IESS La Libertad para el mejoramiento de los procesos, las mismas que son:

**Cuadro 28:** Ponderación de herramientas LEAN SERVICE

<b>HERRAMIENTA</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>5'S</b>	50%
<b>Trabajo Estandarizado</b>	25%
<b>Kaizen</b>	25%

**Elaborado por:** Paulina Clavijo

### **3.4.3. Estrategia 5'S**

Esta herramienta contribuirá a la optimización del ambiente de trabajo, la comunicación interna entre los empleados y el compromiso con la institución, eliminar los desperdicios de cada proceso, flujo de actividades ordenado, la reducción de tiempo en la ejecución de actividades y la proyección de una mejor imagen a los usuarios.

#### **3.4.3.1. Pasos para implementar las 5'S**

- Designar un responsable en cada área para la creación de un comité de calidad, supervisado bajo Dirección Administrativa.
- El comité de calidad ejecutará un plan de capacitaciones a los colaboradores acerca de las 5'S y cómo deberá aplicarse dentro de la institución.
- Las capacitaciones permitirán al responsable de cada área y a su equipo de trabajo identificar los desperdicios en cada actividad correspondiente

(procesos inútiles) en la fase de planificación, preparación, ejecución y control.

- Dar a conocer al personal médico, técnico, administrativo y área de enfermería, los desperdicios encontrados cada proceso.
- Desarrollar ideas que permitan de forma efectiva mitigar o eliminar las actividades identificadas de cada proceso que no aportan al servicio inmediatamente.
- Establecer un registro de actividades que respalden la comunicación e implementación de la herramienta 5'S en la institución, en caso de una auditoría futura.
- Realizar evaluaciones continuas en cada proceso para el control y verificación de mejoras en los resultados de la prestación de servicio o realizar una retroalimentación si así se requiere.

#### **3.4.3.2. Fases de la implementación de las 5'S**

1. Planeación y preparación sobre las 5'S a los colaboradores.  
(Capacitaciones)
2. Aplicación SEIRI: Seleccionar las actividades de cada área o departamentos existentes en la institución.
3. Aplicación SEITON: Ordenar y adecuar las actividades y funciones necesarias. (Elementos, procesos, personal, equipos y espacios para la atención del usuario).
4. Aplicación SEISO: Limpiar los desechos y actividades que no aportan en el proceso. (Optimiza el área de trabajo a través de la organización).

5. Aplicación SEIKETSU: Normalizar la ejecución de esta herramienta en cada proceso y asegurar un ambiente de trabajo organizado y óptimo para el personal, a su vez propiciar un excelente ambiente de servicio a los usuarios.
6. Aplicación SHITSUKE: Hacer de esta herramienta un hábito y crear una cultura de calidad en cada área o departamento de la institución.

#### **3.4.4. Trabajo Estandarizado**

Para que la estrategia de las 5´S sea efectuado eficazmente es necesario estandarizar aquellos procedimientos identificados dentro de la implementación que permiten un beneficio y mejora en los procesos de servicio y atención que recibe el usuario del Centro de Especialidades IESS La Libertad.

Durante la aplicación de las 5´S se desechó aquello que no aportaba un valor competitivo a la actividad de la institución, es necesario manejar información documentada de un inventario estandarizado que permita identificar los elementos necesarios para la implementación de nuevas técnicas que aporten a la mejora continua y beneficios de un proceso actualizado y flexible.

#### **3.4.5. Kaizen**

El kaizen es una herramienta que promueve la mejora continua basado en acciones y procesos muy simples, pero con un gran impacto de cambios en la calidad, en el caso del Centro de Especialidades, se plantea desarrollar un feedback después de la ejecución de las dos herramientas propuestas anteriormente con el fin de medir la práctica desarrollada y los resultados obtenidos.

Emplearlo en el personal de la institución, permite medir el desempeño de la empresa y el cumplimiento de objetivos, en los clientes conocer la atención que espera recibir en base a sus necesidades y expectativas. Con respecto a esta herramienta se identificarán aquellos procesos que se pasaron por alto al aplicar las 5'S, los mismos que aportarán con ideas para la mejora continua de la calidad de servicio brindada a los usuarios, como:

- Mejorar el ambiente físico.
- Agilizar los procesos en admisión: procedimientos y agendamiento de citas.
- Reducir los tiempos de espera y atención.
- Reducir los espacios de distancia entre el área de entrega de información, el área de enfermería y los consultorios médicos.
- Obtener un usuario satisfecho con el servicio que brinda la institución.

#### **3.4.6. Plan de Capacitación para la implementación de LEAN SERVICE**

Las capacitaciones detallarán las acciones a desarrollar para que la implementación del método LEAN SERVICE se ejecute de forma efectiva, las mismas que se realizarán semestralmente a los colaboradores de la institución.

##### **Objetivos del plan de capacitación**

- Adquirir los conocimientos necesarios para el personal de la institución.
- Orientar al personal sobre la implementación del modelo Lean Service.
- Integrar al personal al desarrollo de destrezas y habilidades cognitivas y sociales.



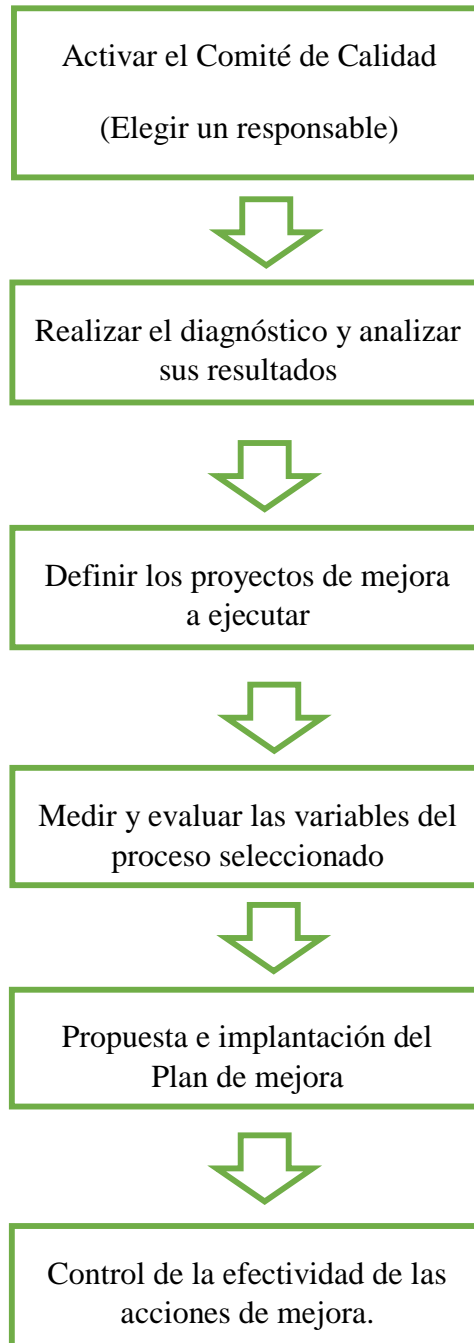
**Cuadro 29:** Plan de Capacitación

CAPACITACIÓN	ACTIVIDADES	OBJETIVO	RESPONSABLES	SUPERVISOR	DURACIÓN	DURACIÓN	ASISTENTES
					1 MES		
Módulo 1	Lean Service ✓ Concepto ✓ Beneficios ✓ Herramientas a utilizar ✓ 5'S ✓ Trabajo Estandarizado ✓ Kaizen	Proporcionar los conocimientos necesarios al personal acerca de la implementación del modelo Lean Service y sus beneficios en la institución.	Comité de Calidad	Dirección Administrativa	1º semana	2 horas (Cada grupo)	Asistirán por áreas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrativa</li> <li>• Financiera</li> <li>• Medica</li> <li>• Enfermería</li> <li>• Admisión</li> </ul> (Cada área asistirá 1 día por semana y formaran 3 grupos para cubrir turnos)
Módulo 2	Talleres de trabajo en equipo ✓ Medios: Digital y tecnológico. ✓ Materiales: Material didáctico, mesa de trabajo, carpetas, folletos. ✓ Métodos: Entrenamiento por simuladores, estudio de casos.	Brindar asesoramiento a través de talleres simulado a las actividades y procesos de cada área.	Comité de Calidad	Dirección Administrativa	2º semana	2 horas (Cada grupo)	
Módulo 3	Evaluación del desempeño ✓ Acerca de los conocimientos adquiridos en la asistencia a las capacitaciones al personal. ✓ Evaluación de los medios empleados.	Evaluar las actitudes y aptitudes del personal frente a la implementación del modelo Lean Service.	Comité de Calidad	Dirección Administrativa	3º semana	2 horas (Cada grupo)	
Módulo 4	Control ✓ Establecer una base de información para procesos futuros. ✓ Manejar un control en los procesos y actividades del personal, posterior a la aplicación y practica de las herramientas aprendidas.	Supervisar los cambios a implementar en la institución basados en el modelo Lean Service para la mejora de los procesos productivos.	Comité de Calidad	Dirección Administrativa	4º semana	2 horas (Cada grupo)	

**Elaborado por:** Paulina Clavijo.

### 3.4.7. Procedimiento para la aplicación de LEAN SERVICE

Basado en (López & Michalena, 2014).



### 3.4.8. Presupuesto

**Cuadro 30:** Presupuesto Plan de Capacitación

<b>RECURSOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Honorario capacitador especialista en Gestión de la Calidad	1	1.000,00	2.500,00
Kit de materiales y suministros para cada asistente. <ul style="list-style-type: none"><li>• Plumones</li><li>• Folders</li><li>• Lapiceros</li><li>• Hojas A4</li></ul>	98	3,50	343,00
Proyector	1	500,00	500,00
Refrigerio	101	3,00	294,00
<b>TOTAL</b>		<b>3.637,00</b>	

PRIMER SEMESTRE	3.637,00
SEGUNDO SEMESTRE	3.637,00
<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>	<b>7.274,00</b>

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

El presupuesto del plan de capacitación será ajustado a la proforma presupuestaria de la institución del año fiscal siguiente para su aprobación, para el conocimiento del Ministerio de Finanzas y el Consejo Directivo del IESS.

## **Conclusiones**

1. A través de la comprobación de la hipótesis, se evidenció una incidencia en la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, mecanismo que refleja una deficiente gestión organizacional y limitaciones en la satisfacción del servicio.
2. La infraestructura existente en el Centro de Especialidades IESS La Libertad presenta falencias, limitado espacio físico y su capacidad es inferior a la demanda de usuarios que asisten diariamente, de tal forma que no representa un factor de calidad en el servicio de la institución.
3. El personal de atención que presta el servicio al cliente en el Centro de Especialidades IESS La Libertad, aporta como un factor de calidad a la institución, ya que posee la predisposición y experiencia necesaria para desempeñar cada una de sus actividades, sin embargo, el número que existe es insuficiente para cubrir la demanda en el menor tiempo posible.
4. Los recursos e insumos que poseen mayor incidencia en la calidad, percepción y satisfacción del usuario son: el talento humano capacitado, equipamiento total de las instalaciones y la cobertura del servicio, factores que actualmente en la institución requieren perfeccionamiento.
5. La propuesta planteada para el Centro de Especialidades IESS La Libertad, se basa en el modelo LEAN SERVICE, que permitirá optimizar los procesos de servicio, la identificación de actividades y desechos que provocan deficiencia del personal, extensos tiempos de espera y descoordinación de actividades que impiden alcanzar un alto nivel de calidad.

## **Recomendaciones**

1. Se recomienda la implementación del modelo Lean Service a la institución, mediante el cual se optimizará el mecanismo de atención al cliente que existe actualmente en el Centro de Especialidades IESS La Libertad.
2. El modelo permite aplicar a la institución las medidas correctivas para proceder a la optimización la infraestructura y ambiente físico, brindar un ambiente de servicio saludable para los colaboradores y los afiliados que asisten a la institución.
3. La implementación del modelo, beneficiará a la comunicación entre los colaboradores, promueve el liderazgo y trabajo en equipo con sentido de pertenencia, es una de las mejores alternativas de solución a bajo costes, sin embargo, las medidas correctivas a ejecutar por el comité de calidad, deberán ajustarse al presupuesto de la institución.
4. La dotación oportuna de los recursos e insumos adecuados que aporten a los procesos y operaciones de servicio y reduzcan los niveles de insatisfacción que existe actualmente en el Centro de Especialidades IESS La Libertad.
5. Se recomienda la utilización de las técnicas descritas en el modelo Lean Service propuesto, las mismas que aportarán a la mejora de los procesos de servicio de atención y satisfacción del cliente, puede ejecutarse como proyecto piloto para medir y controlar los resultados, de esa forma al ejecutarse completamente en la empresa, será de modo eficiente en todas las áreas con los cambios significativos.

## Bibliografía

- Aguilar, L. (2015). *Gobernanza y Gestión Pública* (Primera Ed). México: Fondo de Cultura Económica. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=WFkWDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=libros+sobre+servicio+al+cliente+2015&ots=-uxnDrI2Mu&sig=w4L8Ij8wU2v8tauwOhiFNTgLQ1A#v=onepage&q=libros+sobre+servicio+al+cliente+2015&f=true](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang_es&id=WFkWDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=libros+sobre+servicio+al+cliente+2015&ots=-uxnDrI2Mu&sig=w4L8Ij8wU2v8tauwOhiFNTgLQ1A#v=onepage&q=libros+sobre+servicio+al+cliente+2015&f=true)
- Alcaide, J. (2015). *Fidelización del Cliente* (2da Edición). Madrid: Esic Editorial. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=87K\\_CQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=87K_CQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)
- Alcaraz, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. (K. Estrada, Ed.) (Quinta). México: McGraw-Hill Interamericana. Retrieved from <http://www.ebooks7-24.com>
- Alvarez, F. (2015). *Calidad y auditoría en salud*. (Eco Ediciones, Ed.) (Tercera Ed). Bogotá.
- Armendaris, J. (2013). *Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias*. (A. Cerviños & N. Duarte, Eds.) (Primera ed). Madrid, España: Ediciones Nobel. Retrieved from [https://books.google.es/books?id=YqhQAgAAQBAJ&dq=libros+de+calidad+en+servicios+2013&lr=&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.es/books?id=YqhQAgAAQBAJ&dq=libros+de+calidad+en+servicios+2013&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Asamblea Nacional. (1956). *Ley Orgánica de Seguridad Social*. Retrieved from <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b34f77cd9d23625e06257265005d21fa/8bccf85e103820780625718c004d43e3?OpenDocument>
- Asamblea Nacional. (2000). *Ley Orgánica de la defensa del consumidor*.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi. Retrieved from [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Asamblea Nacional. (2010). *Ley Organica del Servicio Público*.
- Asamblea Nacional. (2012). *Ley Orgánica de Salud*. Quito. Retrieved from [http://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUDLEY\\_%0AORGANICA\\_DE\\_SALUD.pdf%0ABCE](http://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUDLEY_%0AORGANICA_DE_SALUD.pdf%0ABCE).
- Asamblea Nacional. (2017). *Información estadística mensual*. Obten
- Asamblea Nacional. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo Toda Una Vida (2017-*

- 2021). Retrieved from [http://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUDLEY\\_%0AORGANICA\\_DE\\_SALUD.pdf%0ABCE](http://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUDLEY_%0AORGANICA_DE_SALUD.pdf%0ABCE). (2017). Información estadística mensual. Obten
- Borré, Y., & Vega, Y. (2014). CALIDAD PERCIBIDA DE LA ATENCIÓN DE ENFERMERÍA POR PACIENTES HOSPITALIZADOS. *Universidad de Concepción*, 20 (3), 81–94. <https://doi.org/10.4067/S0717-95532014000300008>
- Chase, R. (2014). *Administración de Operaciones, producción y cadena de suministros*. (J. Chacón, Ed.) (Decimo ter). Monterrey: McGraw-Hill Interamericana. Retrieved from <http://www.ebooks7-24.com/?il=276>
- Cortés, J. (2017). *Sistema de Gestión de Calidad (ISO 9000:2015)*. (Interconsulting Berau S. L., Ed.) (Primera Ed). Málaga, España. Retrieved from [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RhkwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=conceptos+de+calidad+total+año+2017&ots=XRtiVpJ\\_G-&sig=ocTAPeCdbAXLpwS3W8-6b0dmrEc#v=onepage&q=conceptos de calidad total año 2017&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RhkwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=conceptos+de+calidad+total+año+2017&ots=XRtiVpJ_G-&sig=ocTAPeCdbAXLpwS3W8-6b0dmrEc#v=onepage&q=conceptos de calidad total año 2017&f=false)
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. (J. Nicolau, Ed.).
- Drucker, P., Hesselbein, F., & Snyder, J. (2016). *Las 5 claves de Peter Drucker*. (Profit Editorial, Ed.) (Peter Econ). Retrieved from [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=58R2CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=libros+sobre+liderazgo+de+servicios+2016&ots=YGX\\_CHcr3G&sig=huUYyqnx3IT8wsUroSUAZ5PUKYI#v=onepage&q=libros sobre liderazgo de servicios 2016&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=58R2CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=libros+sobre+liderazgo+de+servicios+2016&ots=YGX_CHcr3G&sig=huUYyqnx3IT8wsUroSUAZ5PUKYI#v=onepage&q=libros sobre liderazgo de servicios 2016&f=false)
- Escudero, M. (2015). *Servicios de Atención Comercial*. (E. Editex, Ed.) (Mencía Gra). España. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)
- González, F. (2014). *Mercadotecnia Estratégica* (Primera). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- González, Ó., & Arciniegas, J. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. (Eco Ediciones, Ed.) (Primera). Bogotá.
- Goodman, J. (2014). *Atención Estratégica al cliente*. (O. Pacheco, Ed.). Buenos Aires: Pluma Digital. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/reader.action?docID=5486850&query=cliente>

- Gutiérrez, H. (2014). *Calidad y productividad*. (K. Estrada, Ed.) (4th ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. Retrieved from <http://www.ebooks7-24.com/?il=751>
- IESS, D. (2018). *Rendición de Cuentas. Dirección Provincial IESS Santa Elena*. Santa Elena. Retrieved from <https://www.iess.gob.ec/documents/10162/11950728/INFORME+RC+SANTA+ELENA+DIRECCION+PROVINCIAL>
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de marketing* (Duodécima). Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. (M. Mues & M. Martínez, Eds.) (Decimocuar). Mexico: Pearson Educación.
- Leon, G. (2017). *Situación Actual del IESS año 2017*. Ecuador. Retrieved from <http://www.uasb.edu.ec/documents/62049/1865734/Futuro+proximo+del+IESS-Geovanna+Leon.pdf>
- López, Z., & Michalena, E. (2014). Mejora de la prestación del servicio en una instalación de servicios gastronómicos. *SciELO*, 35 no. 1, 11. Retrieved from [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362014000100005](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362014000100005)
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2015). *Marketing de servicios: Personal, tecnología y estrategia*. (G. Chávez & Bernardino Gutiérrez, Eds.) (Séptima Ed). México: Pearson Educación. Retrieved from <https://www.biblionline.pearson.com>
- Macías, K., & Villegas, J. (2017). “Propuesta para implementación de un proceso de mejora continua de calidad de servicio del Laboratorio Clínico en el Hospital Básico de El Empalme.” ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL. Retrieved from <http://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/99477/D-P13070.pdf>
- Maggi, W. (2018). *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9976/1/T-UCSG-POS-MGSS-115.pdf>
- Melamed, E. (2016). Procesos Administrativos en la fundamentación teórica de la gerencia del servicio al cliente. *FACCEA*, 5(2), 118–131. Retrieved from <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/463/455>
- Mesa, M. (2016). *Funamentos de Marketing*. (Eco Ediciones, Ed.). Bogotá.



- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (Universidad Jaime, Ed.) (Primera Ed). Unversidad Jaime. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74>
- MSP. (2013). *Ley orgánica del sistema nacional de salud*.
- Muench, J., Hoffman, K., Ponce, J., Calderón, M., Meenan, R., & Fiestas, F. (2015). La atención primaria en los Estados Unidos y la experiencia Peruana en perspectiva. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*, (Salud Pública de Perú), 6. Retrieved from [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/medicina\\_experimental/v30\\_n2/pdf/a22v30n2.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/medicina_experimental/v30_n2/pdf/a22v30n2.pdf)
- Núñez, A. (2018). Qué es el liderazgo en servicio y como ponerlo en práctica. Retrieved from <https://www.ticbeat.com/empresa-b2b/que-es-el-liderazgo-de-servicio-como-ponerlo-en-practica/>
- Pestana, A., Lorenzini, A., Lima, E., & Guede, J. L. (2016). Pensamiento de Lean en la salud y enfermería: revisión integradora de la literatura. *RLAE - Revista Latinoamericana de Enfermagem*, 24, 13. <https://doi.org/DOI: 10.1590/1518-8345.0979.2734>
- Porras, M., & Valderrama, L. (2017). *Propuesta de Implementación de Lean Service para el mejoramiento del servicio de urgencias de la clínica de Occidente*. UNIVERSIDAD AGUSTITIANA.
- Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. (Javier Callejas, Ed.), *Grupo Editorial Patria* (Segunda Ed). México: Grupo Editorial Patria. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=wV4JDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=wV4JDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)
- Quispe, Y. (2015). *Calidad de Servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del Hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas*. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS - PERÚ. Retrieved from <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/234/24-2015-EPAE-Quipe Perez-Calidad de servicio y satisfaccion del usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Schnarch, A. (2016). *Marketing de fidelización: Como obtener clientes satisfechos y leales, bajo una perspectiva latinoamericanos*. (Eco Ediciones, Ed.) (Segunda). Bogotá. Retrieved from <https://books.google.es>
- Silva, H., Juliao, D., Ortiz, M., Martínez, D., González, J., & Giraldo, M. (2014).

*Marketing: Conceptos y aplicaciones.* (M. Ortiz, Ed.). Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte. Retrieved from <https://books.google.es>

Sonora, I. T. de. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *El Buzón de Pacioli*, 36. Retrieved from <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Villafañe, J. (2013). *La buena empresa: Propuesta para una teoría de la reputación corporativa.* (J. Dominguez, Ed.) (Primera). Madrid: Pearson Educación. Retrieved from <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>

Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos mas representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de Vista*, 7, 51–72. Retrieved from [Dialnet-TheServiceQuality-4776917.pdf](https://www.dialnet.org/urn/dialnet-TheServiceQuality-4776917.pdf)

# **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Indicadores
CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES IESS LA LIBERTAD.	<p><b>Formulación del problema</b></p> <p>¿De qué forma la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena año 2017?</p> <p><b>Sistematización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué nivel de importancia tiene la infraestructura como factor de calidad en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, provincia de Santa Elena?</li> <li>¿En qué forma el personal de atención como factor de calidad en el servicio, afecta en la satisfacción del cliente del Centro de IESS La Libertad, provincia de Santa Elena?</li> <li>¿Conocer cuáles recursos e insumos son los que tienen mayor incidencia como factor de calidad en el servicio, en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, provincia de Santa Elena?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar en qué forma la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente a través de un estudio que permitan la mejora continua en la atención del Centro de Especialidades IESS La Libertad, provincia de Santa Elena durante el año 2017.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer el nivel de importancia que tiene la infraestructura como factor de calidad en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, provincia de Santa Elena.</li> <li>Identificar cómo el personal de atención como factor de calidad en el servicio, afecta en la satisfacción del cliente del Centro de IESS La Libertad, provincia de Santa Elena.</li> <li>Determinar cuáles recursos e insumos son los que tienen mayor incidencia como factor de calidad en el servicio, en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, provincia de Santa Elena.</li> <li>Plantear una propuesta de solución en base al diagnóstico de los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados en la presente investigación.</li> </ul>	La calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017.	<p>Variable Independiente CALIDAD DE SERVICIO</p> <p>Variable Dependiente SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Producto Fundamental.</li> <li>Demanda y Capacidad.</li> <li>Ambiente de servicio.</li> <li>Servicio Complementario.</li> <li>Servicio al Cliente.</li> <li>Atención al Cliente.</li> <li>Capacidad de Respuesta.</li> <li>Liderazgo de servicio.</li> <li>Calidad Institucional.</li> <li>Atributos del servicio.</li> <li>Percepción de los clientes.</li> <li>Propuesta de valor.</li> <li>Valor agregado.</li> <li>Expectativas del cliente.</li> <li>Comunicación cliente-empresa.</li> <li>Experiencia de la atención.</li> <li>Fidelización del cliente.</li> </ul>

Elaborado por: Paulina Clavijo.

## Anexo 2: Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Variable Independiente  CALIDAD DE SERVICIO	Es la eficiencia de un proceso sistematizado en base a operacionalización, recurso técnico, humano y financiero, estimulando la satisfacción del cliente y superar toda expectativa, la misma que se encarga de generar una ventaja competitiva ante las demás empresas.	Diseño y administración del servicio	Producto Fundamental	¿El Centro de Especialidades IESS La Libertad cuenta con una cultura de calidad en el servicio de atención al cliente?	Entrevista
			Demanda y Capacidad	¿La capacidad física de la empresa es óptima para la demanda que posee la institución diariamente?	Entrevista
			Ambiente de servicio		
			Servicio Complementario	¿La empresa cuenta con medidas que garanticen un entorno saludable (aspecto físico de: instalaciones, personal, muebles, señaléticas, equipos y materiales, ¿etc.) para la atención del cliente y/o usuario del servicio que brinda la institución?	Entrevista
		Sistema de atención	Servicio al Cliente	¿Cómo considera usted el tiempo de atención al cliente al momento de efectuar un trámite o cita médica?	Encuesta
			Atención al Cliente	¿Cómo considera usted el desempeño del personal al brindar atención al usuario?	Encuesta
			Capacidad de Respuesta		
			Liderazgo de servicio	¿Cómo considera usted la información que le brinda el personal de atención al presentar alguna duda o requerimiento sobre el servicio?	Encuesta
		Calidad Institucional			

<p>Variable Dependiente</p> <p><b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b></p>	<p>Son aptitudes emocionales adquiridas por el cliente hacia el consumo de un producto o servicio, la misma que provocará una aceptación o rechazo, basándose en sus expectativas y la percepción que ha recibido.</p>	<p>Posicionamiento de servicio</p>	Atributos del servicio	¿Cree usted que el personal que labora en la institución posee los conocimientos y preparación necesaria para el trato con el cliente?	Entrevista
			Percepción de los clientes	<p>¿Considera incentivos, motivación o capacitaciones constantes al personal como medida correctiva a la atención y satisfacción del cliente?</p>	Entrevista
			Propuesta de valor		<p>¿Crees usted que el servicio de atención que percibe el usuario cumple con sus expectativas?</p>
			Valor agregado		
		<p>Comportamiento del cliente</p>	Expectativas del cliente	¿Cree usted que el Centro de Especialidades posee una relación estrecha con el cliente o usuario?	Encuesta
			Comunicación cliente-empresa	¿Cree usted que el desempeño del servicio en el Centro de Especialidades provoca en los usuarios una satisfacción completa?	Encuesta
			Experiencia de la atención	<p>¿Considera usted que debería realizarse mejoras en el servicio de atención al cliente que brinda el Centro de Especialidades IESS La Libertad?</p>	<p>Encuesta</p>
			Fidelización del cliente.		

**Elaborador por:** Paulina Clavijo.

### **Anexo 3: Formato de entrevista**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS JEFES DEPARTAMENTALES DEL CENTRO**  
**DE ESPECIALIDADES IESS LA LIBERTAD**

**OBJETIVO**

Determinar en qué forma la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente a través de un estudio que permita la mejora continua en la atención del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.

NOMBRE:

CARGO:

**Conteste las siguientes preguntas según su criterio.**

**Producto fundamental**

1. ¿El Centro de Especialidades IESS La Libertad cuenta con una cultura de calidad en el servicio de atención al cliente?

**Demanda de Capacidad**

2. ¿La capacidad física de la empresa es óptima para la demanda que posee la institución diariamente?

**Ambiente de servicio**

3. ¿La empresa cuenta con medidas que garanticen un entorno saludable (aspecto físico de instalaciones, personal, muebles, señaléticas, equipos y materiales, etc.) para la atención del cliente o usuario del servicio que brinda la institución?

**Capacidad de Respuesta**

4. ¿La institución cuenta con capacidad de respuesta inmediata ante requerimiento de información, solicitudes, dudas o reclamos del cliente en su atención?

**Atención al cliente**

5. ¿El personal de atención al cliente posee un manual de funciones y desempeño de actividades sobre el servicio que brinda la institución?

#### **Servicio al cliente**

6. ¿El personal de atención al cliente cuenta con capacitaciones y preparación continua del servicio y colaboración que debe proveer al usuario?

#### **Atributos del servicio**

7. ¿Se realiza evaluación de desempeño al personal para medir la calidad de servicio que se brinda?

#### **Percepción del cliente**

8. ¿Cree usted que el personal que labora en la institución posee los conocimientos y preparación necesaria para el trato con el cliente?

#### **Propuesta de valor**

9. ¿Considera incentivos, motivación o capacitaciones constantes al personal como medida correctiva a la atención y satisfacción del cliente?

#### **Expectativa del cliente**

10. ¿Crees usted que el servicio de atención que percibe el usuario cumple con sus expectativas?

#### **Comunicación cliente - empresa**

11. ¿Considera que existe una comunicación bilateral entre el usuario y personal al momento de la atención al cliente?

#### **Experiencia de la atención**

12. ¿Existen políticas de atención al cliente que respalde a los usuarios en la atención recibida de la institución?

#### **Fidelización del cliente**

13. ¿Cree usted que el usuario se siente pleno y satisfecho con el servicio de atención existente en la institución?



## Anexo 4: Formato de la encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES  
IESS LA LIBERTAD**

### OBJETIVO

Determinar en qué forma la calidad de servicio incide en la satisfacción del cliente a través de un estudio que permita la mejora continua en la atención del Centro de Especialidades IESS La Libertad, Provincia de Santa Elena.

Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una “X” en el recuadro respectivo. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima.

**Edad:** 18 – 25  34 – 41   
 26 – 33  42 – En adelante

**Género:** Masculino  Femenino

**Nivel de Instrucción:** Sin Educación  Básica  Media  Superior

1	2	3	4	5
DEFINITIVAMENTE NO (DN)	PROBABLEMENTE NO (PN)	INDECISO (I)	PROBABLEMENTE SI (PS)	DEFINITIVAMENTE SI (DS)

N°	ASPECTOS	Valoración				
		1	2	3	4	5
		DN	PN	I	PS	DS
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO</b>						
<b>Producto fundamental</b>						
1	¿Considera que el servicio de atención al cliente que recibe por parte del Centro de Especialidades IESS La Libertad provoca en usted una satisfacción completa?					
2	¿Considera usted que el trato del personal en la atención al cliente del Centro de Especialidades IESS La Libertad es el correcto?					
<b>Demanda Capacidad</b>						
3	¿Cree usted que el procedimiento que sigue el CELL en atención y servicio al cliente es el adecuado?					

4	¿Cree usted que el número de colaboradores que están encargados en el área de atención al cliente es el suficiente para abarcar el número de afiliados que asisten diariamente al CELL?					
<b>Ambiente de servicio</b>						
5	¿Cree usted que el aspecto físico de: instalaciones, personal, muebles, señaléticas, equipos y materiales, etc. (entorno) evidencia una excelente calidad del servicio en el CELL?					
<b>Capacidad de Respuesta</b>						
6	¿Considera usted que el tiempo de duración al efectuar un trámite, o requerir información sobre su cita médica es el adecuado?					
<b>Atención al cliente</b>						
7	¿Considera usted que el desempeño de actividades del personal al brindar el servicio y atención al cliente es eficaz?					
<b>Servicio al cliente</b>						
8	¿Considera usted que la información que le brinda el personal de atención al presentar alguna duda o requerimiento sobre el servicio es eficiente?					
<b>VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN AL CLIENTE</b>						
<b>Atributos del servicio</b>						
9	¿Cree usted que el personal de atención al cliente cumple con las competencias, habilidades y profesionalismo necesario para el desempeño de sus actividades?					
<b>Percepción del cliente</b>						
10	¿Piensa usted que el servicio al cliente le proporciona confiabilidad y credibilidad al momento de recibir atención?					
<b>Propuesta de valor</b>						
11	¿Cree usted que es necesario invertir más recursos en el área de atención al cliente para un mejor servicio en la institución?					
12	¿Cree usted que el personal de atención al cliente del CELL necesita capacitaciones continuas sobre el trato y servicio al usuario?					
<b>Expectativa del cliente</b>						
13	¿Considera usted que el servicio de atención al cliente percibido en la institución ha cumplido con sus expectativas y necesidades?					
<b>Comunicación cliente-empresa</b>						
14	¿Cree usted que la comunicación que existe entre el personal de atención al cliente del CELL y el usuario o afiliado es la correcta?					
15	¿Piensa usted que debería existir un seguimiento en el proceso de servicio al cliente para medir la calidad y desempeño en la atención que recibe el usuario?					
<b>Experiencia de la atención</b>						
16	¿Cree usted que el desempeño del servicio en el Centro de Especialidades provoca en los usuarios una satisfacción completa?					
<b>Fidelización del cliente</b>						
17	¿Considera que posterior al servicio y atención que recibe el cliente asegura en usted un regreso y recomendación del servicio que brinda el CELL?					

## **Anexo 5: Presupuesto del trabajo de titulación**

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES IESS LA  
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.**

<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>MATERIALES</b>			
3	Resmas de hojas	3,50	10,50
4	Tintas continua	11,50	46,00
450	copias	0,05	22,50
5	Anillados	2,50	12,50
3	CD	0,85	2,55
<b>TECNOLÓGICOS</b>			
1	Laptop	500,00	500,00
1	Impresora	300,00	300,00
4	Servicio internet mensual	32,50	130,00
<b>HUMANO</b>			
1	Gramatólogo	90,00	90,00
<b>VIATICOS</b>			
	Transporte		35,00
	Alimentos		50,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.139,05</b>

**Elaborado por:** Paulina Clavijo.

**Anexo 6: Cronograma de actividades**

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA  
 CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CENTRO DE  
 ESPECIALIDADES IESS LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.**

ACTIVIDADES	AÑO 2018																												HORAS TOTALES													
	SEPTIEMBRE								OCTUBRE					NOVIEMBRE							DICIEMBRE																					
	03	05	07	10	12	14	17	19	21	24	26	28	22	24	26	29	31	02	05	07	09	12	14	16	19	21	23	26	28	30	03	05	07	10	12	14	17	19	21			
	1 Semana	2 Semana	3 Semana	4 Semana	8 Semana	9 Semana	10 Semana	11 Semana	12 Semana	13 Semana	14 Semana	15 Semana	16 Semana	TOTAL	TOT ACUM																											
1) PROBLEMA	■	■	■	■	■	■	■																																14	14		
2) MARCO TEÓRICO								■	■	■	■	■	■																											15	29	
3) MATERIALES Y MÉTODOS																	■	■	■	■	■																			10	39	
4) RESULTADOS Y DISCUSIÓN																								■	■	■	■													5	44	
5) PROPUESTA																																									9	53
6) CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																																									4	57
7) CORRECCIONES PREVIAS																																									3	60

Elaborado por: Paulina Clavijo

**Anexo 7: Fotografías de la aplicación de instrumentos para la colección de datos**

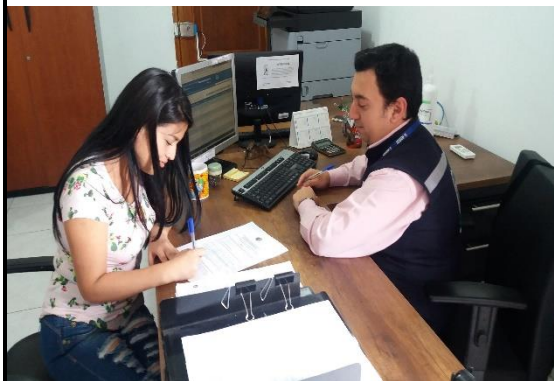
**Visita a la institución**



**Encuesta a los usuarios**



**Entrevista a los jefes departamentales**



## Anexo 8: Carta Aval de la Empresa



La Libertad, 06 de julio del 2018.

### CARTA AVAL

En consideración a la solicitud presentada por la Srta. **PAULINA ANDREA CLAVIJO LIMONES**, con C.I. 2450003385 estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y una vez analizada la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema: **CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CENTRO DE ESPECIALIDADES IESS LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017**, se procede a brindar la información necesaria para el desarrollo del respectivo trabajo de investigación.

Atentamente,  
Centro de Especialidades  
IESS La Libertad  
  
E.C. Joffre A. Coello Silva  
DIRECTOR ADMINISTRATIVO

**ECO. JOFFRE COELLO SILVA**  
Director Administrativo.  
Centro de especialidades IESS La Libertad