



**Facultad de
Ciencias Administrativas**
Administración de Empresas

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

TEMA:

**“ ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL IESS LA
LIBERTAD.”**

ENSAYO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

JOSELINE GABRIELA DOYLE GONZÁLEZ

Profesor Guía:

Ing. JESSICA LINZÁN RODRÍGUEZ

LA LIBERTAD- ECUADOR

2020



APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del Ensayo titulado, “Análisis del servicio al cliente del IESS La Libertad”, elaborado por la señorita Doyle González Joseline Gabriela, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Ing. Sabina Villón Perero. Mgt.

PROFESOR GUÍA



DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Yo, JOSELINE GABRIELA DOYLE GONZALEZ, con C.I. 2450464579, por medio de la presente declaro que, las conceptualizaciones, ideas, análisis y resultados desarrollados en este tema de investigación son de mi absoluta propiedad y responsabilidad.

Con el tema de:

“Análisis del servicio al cliente del IESS La Libertad”

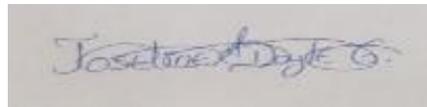
Reconozco y acepto el derecho de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en base al Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior a que se realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio digital.

Firma de la estudiante:

Nombre:

C.C

Fecha:



Doyle González Joseline Gabriela

2450464579

La Libertad, 25 de octubre del 2020



DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico de manera muy especial a DIOS por ser el pilar fundamental en mi vida, porque a pesar de que hubieron momentos difíciles en lo que quería renunciar, él me supo dar las fuerzas y llenarme de mucha Fe para poder continuar, por darme sabiduría y saber guiarme para culminar con mi carrera profesional.

Dedico también a mis padres Luis Doyle y Jazmín González porque fueron de gran apoyo incondicional durante este proceso, por haberme inculcado valores y por haberme formado como la mujer que soy hoy en día.

A mi esposo y a mi hijo Thiago Carrera por ser esa razón de inspiración y motivación de sentirme orgullosa de cumplir con un logro más en mi vida.

A mis hermanos y a mi familia en general por confiar en mí y creer en mi capacidad, por estar conmigo en los buenos y malos momentos.

Joseline Doyle González.



AGRADECIMIENTO

Agradecida con mi Dios todopoderoso por darme la vida y por tener salud, por su amor incondicional hacia mí, por protegerme durante mi crecimiento profesional.

A mis padres les agradezco por su confianza, por su cariño y por brindarme su ayuda moral y económica cuando la necesite. Por sus sabias palabras de aliento que me permitieron luchar hasta lo último por este título.

Agradecida con la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme concedido ser parte de ella y brindarme la formación académica. A mis docentes en general agradecerles por el tiempo y esfuerzo que dedicaron, por su paciencia y sobre todo por compartir sus conocimientos durante sus jornadas de clases.

Y para finalizar agradezco a mis demás familiares, amigos y compañeros quienes fueron personas que de una u otra manera me apoyaron en este trabajo.

Joseline Doyle González

TRIBUNAL DE GRADO



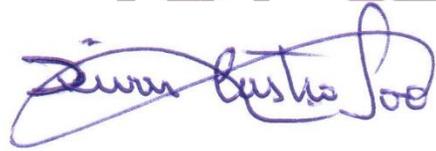
Econ., Caiche Rosales William, MSc
**DELEGADO POR DIRECTOR (E) DE
LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**



Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.
DOCENTE GUÍA



Ing. Sabina Villón Perero, MSc.
DOCENTE TUTOR



Ing. Castro Loor Divar, MSc.
**DELEGADO POR DOCENTE
ESPECIALISTA**



“ ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL IESS LA LIBERTAD.”

RESUMEN

Objetivo: Determinar si el servicio que brinda el Centro de Especialidades IESS La Libertad a los afiliados o beneficiarios de la Provincia de Santa Elena es satisfactorio y de calidad para los beneficiarios.

Metodología: El tipo de investigación que se procedió a ejecutar fueron unas encuestas realizadas a 15 usuarios de diferentes edades que pertenecen a este centro de salud con la finalidad de poder determinar si la calidad del servicio brindado es el más satisfactoria y óptimo.

Resultados: Con respecto al género el Centro de Especialidades IESS de la Libertad cuenta con el 53% de afiliados de género masculino; siendo mayor su porcentaje en comparación con el de género femenino, con una edad promedio entre los 31-40 años. El 27% de los beneficiarios manifestaron que es REGULAR la atención que ofrece dicho centro de salud ya que lo que ellos buscan es rapidez al momento de adquirir la atención médica.

Conclusiones: El estudio realizado permitió conocer la situación actual del Centro de Especialidades IESS La Libertad en cuanto al ámbito del servicio que brinda a los afiliados de la provincia de Santa Elena.

Palabras Claves: servicio, beneficiario, satisfacción; optimo, calidad.

ABSTRACT

Objective: To determine if the service provided by the IESS La Libertad Specialty Center to the affiliates or beneficiaries of the Province of Santa Elena is satisfactory and of quality for the beneficiaries.

Methodology: The type of research that was carried out was surveys carried out with 15 users of different ages who belong to this health center in order to determine if the quality of the service provided is the most satisfactory and optimal.

Results: With regard to gender, the IESS de la Libertad Specialty Center has 53% male members; their percentage being higher compared to the female gender, with an average age between 31-40 years. 27% of the beneficiaries stated that the care offered by said health center is REGULAR since what they are looking for is speed when acquiring medical care.

Conclusions: The study carried out allowed us to know the current situation of the IESS La Libertad Specialties Center in terms of the scope of the service it provides to members of the province of Santa Elena.

Keywords: service, beneficiary, satisfaction; optimal, quality.



INDICE

Contenido

INTRODUCCION.....	1
1	
DESARROLLO.....	13
RESULTADOS.....	22
CONCLUSIONES.....	23
RECOMENDACIONES.....	24
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	25
ANEXOS.....	28



LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1: <i>Árbol de problemas</i>	28
Anexo 2: <i>Árbol de objetivos</i>	29
Anexo 3: <i>Operacionalización de variables</i>	30
Anexo 4: <i>Población y muestra</i>	31
Anexo 5: <i>Encuesta</i>	32
Anexo 6: <i>Tablas y gráficos</i>	34

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 <i>Población y Muestra</i>	31
Tabla 2 <i>Género de los encuestados</i>	34
Tabla 3 <i>Edad de los encuestados</i>	35
Tabla 4 <i>Atención</i>	36
Tabla 5 <i>Instalación Garantizada</i>	37
Tabla 6 <i>Factores Importantes</i>	38
Tabla 7 <i>Tiempo Adecuado</i>	39
Tabla 8 <i>Aspecto del Profesional</i>	40
Tabla 9 <i>Preferencias</i>	41
Tabla 10 <i>Equipos Apropriados</i>	42
Tabla 11 <i>Call Center</i>	43

LISTADO DE GRAFICOS

<i>Grafico 1</i> Género de los encuestados	34
<i>Grafico 2</i> Edad de los encuestados	35
<i>Grafico 3</i> Atención	36
<i>Grafico 4</i> Instalación Garantizada	37
<i>Grafico 5</i> Factores Importantes	38
<i>Grafico 6</i> Tiempo Adecuado	39
<i>Grafico 7</i> Aspecto del Profesional	40
<i>Grafico 8</i> Preferencias	41
<i>Grafico 9</i> Equipos Apropriados	42
<i>Grafico 10</i> Call Center	43



INTRODUCCION

La salud es un servicio que está en constante demanda en la actualidad, a diario se consume este tipo de servicio, por lo cual los centros o instituciones de salud ya sean públicas-privadas tiene la obligación de brindar calidad en la asistencia médica, ya que de ella depende su postura ante la sociedad, cave recalcar que existen muchos otros aspectos que generan que una empresa obtenga una buena imagen de los servicios que brindan.

El Centro de Especialidades IEES, es una institución que brinda los servicios de asistencia médica a los afiliados del seguro social, en diferentes áreas tales como: pediatría, odontología, fisioterapia, nutrición, entre otros servicios, está ubicado dentro del cantón La Libertad, y a pesar de su lugar de residencia abarca y cubre con todas la demanda de la provincia de Santa Elena, ya que recibe a paciente que se trasladan de diferentes lugares de la provincia, con el propósito de adquirir asistencia médica y ser partícipe del servicio que oferta esta institución de salud.

Para generar un gran impacto en la comunidad de afiliados se debe prometer un servicio de calidad, la calidad es sinónimo de eficacia, por ende, un servicio de calidad de ser capaz de fundar un pensamiento positivo en la mente de los clientes, y de tranquilidad cuando consume nuestro servicio. A través de la satisfacción en los clientes, podemos constatar que el servicio es óptimo y que cumple con las expectativas, y trata de cubrir con la necesidad del cliente.

El presente trabajo se realizó con la única finalidad de exponer la problemática existente dentro de los sistemas de salud del cantón La Libertad, problemática que surge a partir del criterio de la comunidad que demanda dicho servicio, y proponer una alternativa que se emplee como una solución a la necesidad suscitada por los afiliados, que están en constante conflicto con la calidad del servicio que se brinda en la institución.

Esto se genera por proceso lento que se emplea en la formalización del servicio, para aquello se requiere mejor aspectos fundamentales que motivara a que la calidad mejore y genere un impacto positivo en mente de los paciente, y la comunidad en general que adquiere los servicios médicos. Para dar solución a la calidad del servicio, la propuesta se basa en la agilidad de los procesos de agendamiento de citas.

Dentro del trabajo se detallarán los aspectos y medidas que se tomaron en cuenta para mejorar el servicio, también se evidenciara los aspectos bibliográficos relacionados al tema, que tomaron como referencia para que el estudio sea factible y garantice que el análisis del problema sea correcto y pertinente, y brinde la mejor propuesta para solucionar la problemática existente en el sector de la salud. Cada parte del estudio contiene aspectos importantes que aportan gran valor al estudio, el diagnóstico del problema, análisis y solución del mismo.

DESARROLLO

Según este artículo de investigación del 2007 "Análisis de la opinión de usuarios sobre calidad percibida en hospitales públicos desde la perspectiva de marketing" presenta que el fin de este proyecto es dar a conocer las ideas más distinguidas sobre la calidad y el grado de satisfacción de los pacientes, tiene como propósito identificar los componentes principales de gestión orientados al usuario, que tienen sucesos en sus conocimientos de calidad; además los elementos que influyan en su satisfacción Dando como resultado proveer de aspectos de servicio asociados al marketing para mejorar la calidad de atención al usuario del centro hospitalario. (Riveros, 2007)

La tesis "Análisis en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz, año 2012" se realizó un análisis crítico del trabajo en el bienestar de usuarios basándose en un estudio de herramientas estadísticas en procesos de servicios automotores. Este estudio se efectúa tomando en cuenta que no conste ningún proceso de servicio, para que los clientes vean las marcas como un todo, debe existir enlace en el desempeño de ambos servicios. Como resultado se alcanza que las causas de insatisfacción entre las marcas líderes del mercado sean similares, el rol clave que juega el desempeño del vendedor hacia el cliente es la experiencia en las ventas y trabajos realizados al vehículo en el proceso de servicio. (Jorquera, 2012)

Artículo publicado en el 2010 con el tema "Análisis en el servicio y satisfacción de los alumnos de la Universidad de Cartagena" muestra que la calidad en el servicio de una entidad educativa se ve formulada en la conformidad y

bienestar que percibe la corporación académica sobre los servicios prestados. Este párrafo conjetura sobre la calidad de complacencia de los estudiantes de la Universidad. Para esto se manipuló el modelo (SERVQUAL), que puede ser utilizado por una organización para calcular y optimizar la calidad en los servicios. Con el fin de medir el servicio de las entidades. Dando como resultado el mejoramiento del modelo para evaluar las expectativas de los estudiantes que reciben los servicios (Juan Carlos Vergara Schmalbach, 2010)

Este siguiente artículo de investigación con el título “Análisis de la calidad del servicio que reciben los compradores en los supermercados de la ciudad de Ibagué año 2014”, efectuada por el Grupo de Investigación en Desarrollo Económico de la Universidad del Tolima, se realizó con el único fin de saber cuál es la opinión de la clientela acerca del servicio que ellos reciben en los distintos supermercados de esa ciudad y a raíz de esto poder determinar los aspectos que estén fallando para realizar un análisis en la toma de decisiones. En la tesis se examinó el conocimiento de 380 clientes distribuidos en estos almacenes, y como resultado se obtuvo un análisis concreto acerca de la calidad del servicio que ofrecen estos supermercados a sus clientes. (Rubio Guerrero, 2014)

El siguiente tema de investigación con el tema “La cultura de los servicios mediante la optimización de la calidad de los servicios al cliente, 2016” se efectuó con el objetivo de explorar y dar a conocer cómo en la actualidad a nivel mundial la cultura del servicio al cliente en las diferentes empresas favorecen positivamente en la satisfacción de los servicios que se brindan a los consumidores, garantizando

factores centrales que interceden en la forma de crear los servicios, los cuales se brindan a los usuarios, para poder satisfacer sus intereses. Con respecto al método que se utilizó, fueron las revisiones bibliográficas de citas, libros, artículos, dando resultado a la búsqueda de técnicas, logrando el aumento en garantía de la cultura y del servicio brindado al usuario. (García, 2016)

La tesis efectuada en el año 2013 con tema "Análisis del servicio al cliente en el restaurante La Riviera y el impacto en la calidad de la imagen de la compañía" tiene planteado experimentar la calidez en el servicio de los meseros del restaurante, intentando implantar la satisfacción apta a través del progreso y la elaboración adecuada en el perfil de los meseros, permitiendo una ventaja satisfaciendo una de las necesidades específicas de las personas, generando diversas ventajas al establecimiento. Con el objetivo de indagar la calidad y calidez del servicio que ofrecen los meseros en el Restaurante. Teniendo como resultado el desarrollo de prácticas de servicio al cliente para dar más importancia a los meseros, recepcionistas, y demás trabajadores de dicho restaurante. Realizando mayor inversión en su preparación. (Mariuxi Bethsabé, 2013)

La tesis "Análisis del servicio en la atención al cliente de la Asociación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón Milagro, año 2014". De acuerdo a la investigación realizada, respecto al servicio al cliente, con el fin de indicar la importancia del servicio, ya que de éste depende que la entidad adquiera o reduzca sus clientes, debido a que si se presta una mala atención se generará una mala publicidad por parte de los clientes, lo cual ocasionará una mala imagen para la

empresa. Con el método de investigación exploratoria y descriptiva que se dan como resultado expresar que el consumidor se refleja satisfecho con un servicio que lo considera regular, Esto se genera por la percepción y los paradigmas de cada cliente hacia el producto o la empresa. (Serrano Mantilla, 2014)

Según la tesis "Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azucar Beach, y Restaurant" realizada el 2016 en la ciudad de Quito donde se muestra el grado de satisfacción de los compradores respecto al servicio que fue entregado. Con el fin de conocer las necesidades del cliente para evaluar sus veredictos con apreciaciones del servicio en general. Realizando una investigación descriptiva, evaluando la calidad en el servicio y atención al cliente. Finalmente, se recolecto una información clara con respeto a las apreciaciones de los clientes y colaboradores, mediante el análisis de resultados se ha formulado una propuesta de mejora para el servicio como para el clima laboral, permitiendo alcanzar el éxito en el desempeño de las ordenanzas de los restaurantes. (Silvana Alejandra, 2016)

"Análisis de la calidad en la eficacia del servicio, en la atención al cliente, en la Universidad de Chimborazo – Ecuador" tesis plasmada en el año 2016 con el propósito de establecer la calidad de los servicios en las técnicas de matrícula de esta entidad educativa Esta investigación fue descriptiva transversal, donde se realizó un estudio de la información recolectada, a través de encuestas empleadas a los estudiantes, comparando dichos aspectos encontrados determinando las percepciones y expectativas, en la calidad de servicio.. (Yépez, 2016)

Desarrollo de teorías y conceptos

El servicio al cliente es un conjunto de habilidades que una corporación diseña para poder satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes de una mejor manera que sus competidores, De esta ilustración concluimos que el servicio de atención al cliente es necesaria para el avance de una compañía. (Humberto, 2006)

La calidad de los servicios se orienta en organizar premisas adecuadas para manifestar información hacia sus clientes y alcanzar ganancias al mismo tiempo. La mayoría de las organizaciones de servicios, poseen cantidades inmensas de datos sobre sus operaciones, incluidos el personal, la plataforma de conocimientos, los propósitos, la utilización de los precio para analizar y manifestar información y oportunidades notables. (Gabour, 2003)

La calidad en el servicio al cliente se considera como una actividad que adhieren a una organización con sus clientes enfatizando en que el servicio al cliente es una gama de actividades originando una relación, realizada en una empresa para optimizar la satisfacción que reciba el cliente de sus actividades importantes. (Inches F. G., 2013)

Un servicio es una actividad que se realiza mediante la relación entre el cliente y el empleado, con el objetivo de satisfacer una necesidad, para poder ofrecer un servicio de la mayor calidad y poder superar las expectativas de todos los clientes, es necesario profesionalizar esta actividad y que el personal que trabaja en las organización este capacitado para que cultive lo que se le llama “calidad personal”,

esto conduce a ser personas de calidad, que marcaran la diferencia para el logro de los objetivos de las empresas. (Leonard, 2007)

El servicio al cliente es una de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas, ya que esta es la primera imagen que se llevan los usuarios y de esta manera se ve reflejada la reputación de la misma, tener calidad en el servicio garantiza la plena satisfacción de sus usuarios, tanto internos como externos, ésta satisfacción es importante porque genera confianza y así los usuarios continúen con el servicio ofrecido. Muchas empresas no ponen interés a esta área y como consecuencia pierden gran cantidad de sus clientes por lo que deben de invertir en costosas campañas publicitarias (Beverly, 2011)

Conceptualización de Dimensiones e Indicadores

➤ Satisfacción del usuario

Es una respuesta emocional positiva entre el usuario y un servicio o bien, ante el rendimiento de la atención recibida al momento de adquirir un servicio. Motivando hacia la fidelidad y compromiso del cliente con el producto. (Santos, 2016)

➤ Generación de confianza

La confianza es un aspecto emocional del ser humano, porque se establece un vínculo mutuo. Generar confianza es poder transmitir seguridad al usuario o cliente, cumpliendo con los objetivos y compromisos; además de satisfacer las expectativas

del cliente, generando fidelidad en el servicio o bien que se esta ofreciendo. (Roche, 2017)

➤ **Calidad en la infraestructura e implementos**

La calidad es facilitar mejoras para ofrecer valor al cliente. Es por eso que se debe estipular a lo que consumidor requiere; por ende tener una apropiada infraestructura o calidad en el espacio y calidad en los implementos favorece de manera positiva a que el usuario o paciente se sienta cómodo creando un ambiente agradable ya que es fundamental para garantizar su bienestar. (CVN, 2019)

Indicadores

➤ **Eficiencia**

Consiste en lograr las metas u objetivos establecidos mediante una correcta utilización de los recursos y con una inversión mínima (Lopez, 2014)

➤ **Eficacia**

Es la capacidad de conseguir con el propósito establecido; haciendo las cosas correctamente enfocándonos en el objetivo principal. (Andrade, 2013)

➤ **Rapidez**

Tiempo en la que se realiza una actividad dando respuesta alguna al usuario siendo efectivo en el buen servicio. (ACCOM, 2016)

➤ **Empatía**

Es la cualidad de crear o alcanzar las emociones y efectos de las demás personas sin haberlas conocido antes, estableciendo un vínculo de confianza entre ellos. (Bermejo, 2011)

➤ **Comunicación**

Es una forma en la una o más personas mantienen un cruce de información, ideas o mensaje de manera verbal, esperando la comprensión y respuesta alguna. (Mendo, 2005)

➤ **Seguridad**

Es impedir que los individuos estén frente a un acto peligroso, mediante un control y acciones que controlen las amenazas y riesgos que puedan ocasionar y perjudicar a los usuarios. (Bagatella, 2013)

Metodología

Tipo de investigación

Exploratoria

El presente trabajo de investigación es de tipo exploratorio y según manifiesta Arias: es aquella que se genera sobre un tema u objeto anónimo o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión, es decir, un nivel ligero de conocimientos, además se encarga de generar hipótesis que impulsen el desarrollo de un estudio más profundo del cual se extraigan resultados y una conclusión. (Arias, 2012)

Población y Muestra

Según los datos estadísticas establecidos por la Dirección Provincial del IESS Santa Elena existe una población de 4.928 beneficiarios entre mujeres y hombres; para esto se aplicó la respectiva fórmula que dio como efecto una muestra de 179 afiliados a encuestar; pero por motivo de la pandemia del COVID-19, y que debido a esta hubieron varias pérdidas humanas, de las cuales cierto porcentaje pertenecían a este centro de salud en la provincia. Además por las prohibiciones de ciertas entidades a nivel nacional se tuvo que restaurar la muestra con un resultado máximo de 15 personas para realizar las encuestas.

Instrumento de Recolección de Información

Encuesta

La herramienta que se utilizó para recoger información en este proyecto de investigación fue la encuesta por lo que se realizó una serie de preguntas dirigidas a los usuarios del Centro de Especialidades IESS La Libertad, con la finalidad de obtener la información necesaria para saber la calidad del servicio que se ofrece, sabiendo que las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado (Malhotra, 2010)

Resultados

Análisis de los resultados

Con respecto al género el Centro de Especialidades IESS de la Libertad cuenta con el 53% de afiliados de género masculino; siendo mayor su porcentaje en comparación con el de género femenino que proyecta un 47%, con una edad promedio entre los 31-40 años.

Según las personas encuestadas el 27% manifestaron que es REGULAR la atención que ofrece dicho centro de salud debido a ciertos componentes que impiden se brinde un buen servicio a sus usuarios.

Los beneficiarios, mencionaron o destacaron que el factor primordial al momento de recibir un servicio de atención en el IESS es la RAPIDEZ con un 60% ya que si les importa el tiempo de la atención medica que se ofrece en la organización.

Para ellos también es de suma importancia el RESPETO que reciben de la persona que los atienda, debido a que hay ciertas inconformidades porque frecuentemente existen ciertas preferencias con ciertos usuarios a la hora de adquirir el servicio médico.

Los resultados obtenidos referente a que si los equipos son los apropiados para recibir y atender, los beneficiarios respondieron que SI con un 60%; además calificaron como EXCELENTE el servicio del call center que ofrece el IESS.

CONCLUSIONES

- El servicio al cliente es un factor importante que inciden en el crecimiento de las empresas, por ende, para el Centro de Especialidades IESS La Libertad, la calidad es un factor que depende que el impacto en los afiliados sea buena o mala, al momento de adquirir un servicio de asistencia médica.
- El trabajo dio origen a la construcción de conocimiento científico, acerca del servicio al cliente, que para que sea de calidad, sea óptimo debe generar conformidad y satisfacción en los clientes y de esta manera fidelizarlos.
- El estudio realizado permitió conocer la situación actual del Centro de Especialidades IESS La Libertad en cuanto al ámbito del servicio que brinda a los afiliados de la provincia de Santa Elena, y proponer una alternativa para fortalecer la calidad y así dar una buena imagen institucional.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda evaluar constantemente la calidad del servicio de asistencia medica del Centro de Especialidades IEES La Libertad, con la finalidad de fomentar el progreso en las técnicas que se aplican al brindar este tipo de servicio.

- Innovar el servicio de asistencia medica en el centro de especialidades, tomando como eje principal la calidad del servicio que se brinda a los afiliados del IEES La Libertad y de la comunidad en general

- Desarrollar otros estudios que permitan la construcción de nuevos conocimientos e incentiven a la investigación de alternativas que influyan como solución a los problemas que se estudian.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ACCOM. (2016). Obtenido de <https://www.we-accom.com/la-atencion-al-cliente-debe-ser-rapida-o-breve/>

CVN. (16 de Octubre de 2019). Obtenido de <https://www.cvn.com.co/insumos-hospitalarios/>

Andrade, S. (28 de Noviembre de 2013). *Actualidad Empresa*. Obtenido de <http://actualidadempresa.com/eficacia-eficiencia-y-efectividad-en-el-desempeno-del-trabajo/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Idalberto%20Chiavenato%2C%20la%20eficacia,la%20organizaci%C3%B3n%20alcanza%20sus%20objetivos.>

Arias, F. (2012).

Bagatella, J. C. (2013). *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v25n58/v25n58a7.pdf>

Bermejo, J. C. (2011). *JOSÉ CARLOS BERMEJO*. Obtenido de <https://www.josecarlosbermejo.es/empatia-y-ecpatia/>

Beverly, R. (2011). *Revista Brasileira de Marketing*,, pp. 146-162.

Gabour, M. (2003). Análisis de servicios. *Tableau*.

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, vol. 18, núm. 3, *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 381-398.

Humberto, S. (2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Inches, F. G. (2004). DEFINICIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE.

Inches, F. G. (2013). *Club Ensayos*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Negocios/DEFINICI%C3%93N-DE-SERVICIO-AL-CLIENTE/845058.html>

Jorquera, F. J. (2012). Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes. *Repositorio*.



- Juan Carlos Vergara Schmalbach, V. M. (2010). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista electrónica de investigación educativa*.
- Leonard, S. (2007).
- Leonard, S. (2007). Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22400/Capitulo2.pdf>
- Lopez, R. L. (Enero de 2014). *SCRIBD*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/302938238/Definicion-de-Eficiencia-Segun-Autores>
- Malhotra, N. K. (2010).
- Mariuxi Bethsabé, C. R. (FEBRERO de 2013). “Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento” . GUAYAQUIL, ECUADOR.
- Mendo, A. H. (2005). *La comunicación en el contexto deportivo*. Wanceulen Editorial Deportiva, S.L. Obtenido de <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>
- Riveros, J. (2007). Análisis de la opinión de usuarios sobre calidad percibida y satisfacción con hospitales públicos: Estudio de caso desde la perspectiva de la aplicación del marketing. *Rev. Med. Chile*.
- Roche, B. (27 de Noviembre de 2017). *La Innovación Necesaria*. Obtenido de <https://www.lainnovacionnecesaria.com/como-ganarse-la-confianza-de-los-clientes/#:~:text=La%20generaci%C3%B3n%20de%20confianza%20es,compromisos%20adquiridos%20con%20el%20cliente.>
- Rubio Guerrero, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala. *Cuadernos de Administración*, vol. 30, núm. 52, , 54-64.
- S, J. R. (2007). Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0034-98872007000700006&script=sci_arttext
- Santos, M. A. (4 de Abril de 2016). *La Revista de la Educación Superior*, Vol. XLVI. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.02.005>
- Serrano Mantilla. (2014). Análisis del servicio de atención al cliente de la corporación nacional de telecomunicaciones EP del cantón Milagro provincia del Guayas. *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*.



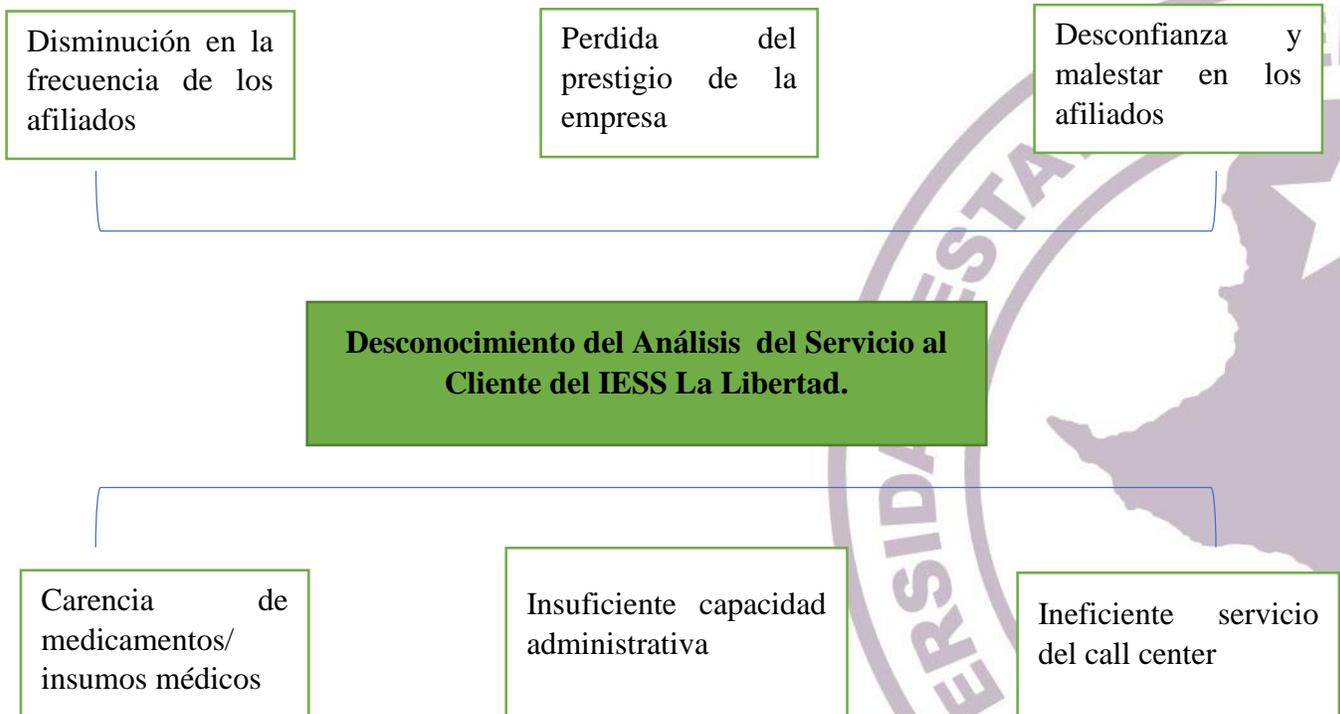
Silvana Alejandra, B. V. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora*. Quito: Repositorio de Tesis de Grado Y Posgrado.

Yépez, W. s. (2016). *Industrial Data*,. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>

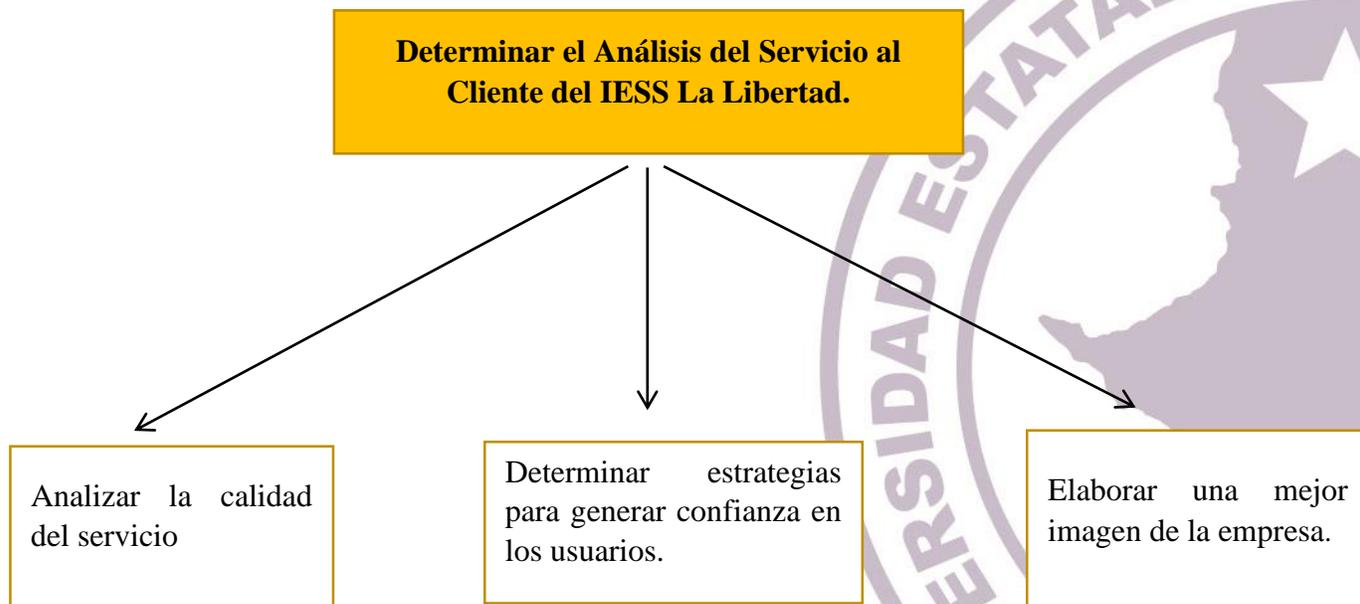


ANEXOS

Anexo 1: *Árbol de problemas*



Anexo 2: Árbol de objetivos



Anexo 3: Operacionalización de variables

DEFINICION	DIMENSION	INDICADOR	ITEM	INSTRUMENTO
<p>El servicio al cliente es una de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas, ya que esta es la primera imagen que se llevan los usuarios y de esta manera se ve reflejada la reputación de la misma, tener calidad en el servicio garantiza la plena satisfacción de sus usuarios, ésta satisfacción es importante porque genera confianza y así los usuarios continúen con el servicio ofrecido. Muchas empresas no ponen interés a esta área y como consecuencia pierden gran cantidad de sus clientes por lo que deben de invertir en costosas campañas publicitarias. (Beverly, 2011)</p>	<p>Satisfacción del usuario</p>	<p>*Eficiencia en el servicio *Eficacia en el servicio *Rapidez</p>	<p>*¿Considera que la atención brindada por el personal profesional a los usuarios es la apropiada? *¿Considera Ud. que el tiempo de la atención medica es suficiente y adecuada?</p>	<p>Encuesta</p>
	<p>Generación de confianza</p>	<p>*Empatía *Comunicación *Seguridad</p>	<p>*¿Considera que el personal de atención tiene ciertas preferencias con ciertos usuarios? *La seguridad que ofrece la empresa es la apropiada</p>	
	<p>Calidad de la infraestructura e implementos</p>	<p>*Instalaciones físicas *Implementos adecuados</p>	<p>*¿Cree Ud. que el IESS cuenta con los equipos apropiados para brindar el servicio médico?</p>	

Anexo 4: Población y muestra

Tabla 1 Población y Muestra

NUMERO DE AFILIADOS	MUESTRA ANTERIOR	MUESTRA NUEVA
4.928	179	15

Anexo 5: Encuesta



UNIVERSIDAD ESTADAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESA



ENCUESTA

TEMA: Análisis del Servicio al Cliente del IESS La Libertad.

Objetivo: Recopilar la información sobre el servicio brindado en el IESS La Libertad

1. Género : FEMENINO MASCULINO
2. Edad: 20-30 31-40 41-50 51-60 61

3. En la escala del 1 al 5 ¿Cómo considera la atención brindada el personal del IESS La Libertad?

<input type="checkbox"/>				
1. Excelente	2. Muy Bueno	3. Bueno	4. Regular	5. Malo

4. ¿Considera usted que las instalaciones físicas garantizan una calidad en el servicio que brinda el IESS la libertad?

Sí No

5. ¿Qué factores considera usted que son importantes dentro de la calidad del servicio?

Rapidez

Seguridad

Flexibilidad

6. Considera que el tiempo de la atención medica es la adecuada?

Sí

No

7. ¿Cuáles son los aspectos que un profesional de la salud debe manifestar al momento de brindar el servicio?

Empatía

Comunicación

Respeto

8. ¿Considera que el personal de atención tiene ciertas preferencias con ciertos usuarios?

Siempre

Frecuentemente

Algunas veces

Ocasionalmente

Nunca

9. ¿Cree usted que el IESS cuenta con los equipos apropiados para brindar el servicio médico?

Sí

No

10. ¿Cómo calificaría el servicio del call center del IESS para tomar un turno?

--	--	--	--	--

1. Excelente

2. Muy Bueno

3. Bueno

4. Regular

5. Malo

Anexo 6: Tablas y gráficos

Género

Tabla 2 Género de los encuestados

Género	#	%
Masculino	8	53%
Femenino	7	47%
Total	15	100%

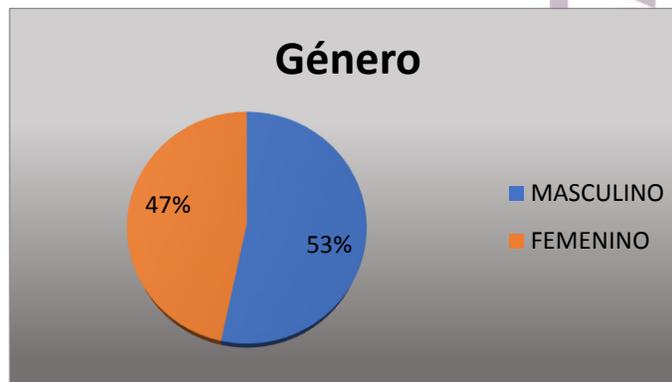


Grafico 1 Género de los encuestados

Edad

Tabla 3 *Edad de los encuestados*

Edad	#	%
20-30	4	27%
31-40	6	40%
41-50	3	20%
51-60	2	13%
Más de 61	0	0%
Total	15	100%

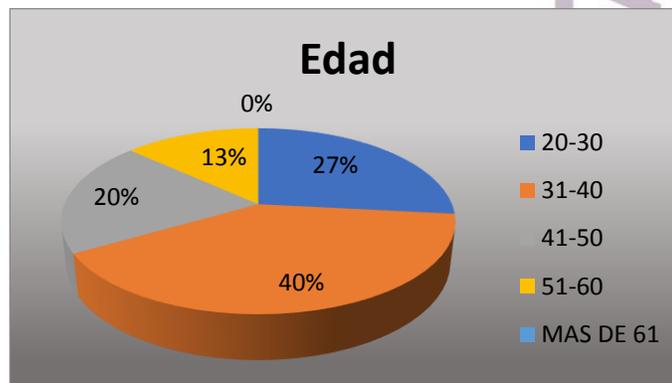


Grafico 2 **Edad de los encuestados**

Atención

Tabla 4 Atención

Atención	#	%
Excelente	2	13%
Muy bueno	3	20%
Bueno	3	20%
Regular	4	27%
Malo	3	20%
Total	15	100%

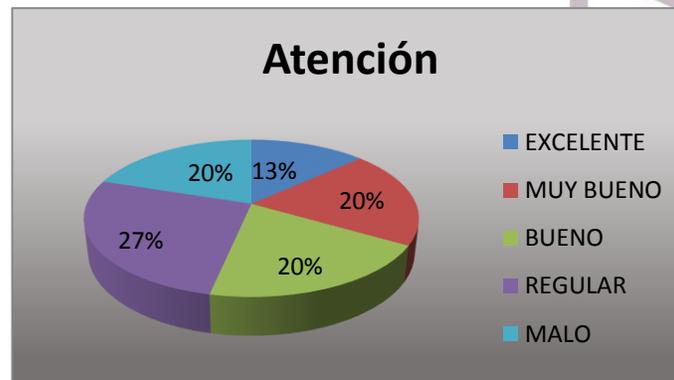


Grafico 3 Atención

Instalaciones Físicas garantizadas

Tabla 5 Instalación Garantizada

Instalación Garantizada	#	%
Si	9	60%
No	6	40%
Total	15	100%

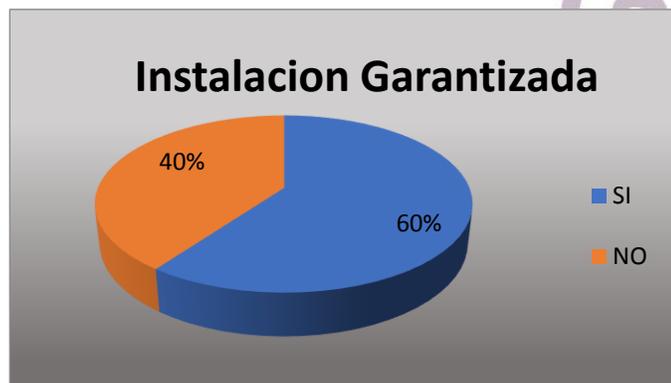


Grafico 4 Instalación Garantizada

Factores Importantes

Tabla 6 Factores Importantes

Factores	#	%
Rapidez	9	60%
Seguridad	6	40%
Flexibilidad	0	0%
Total	15	100%

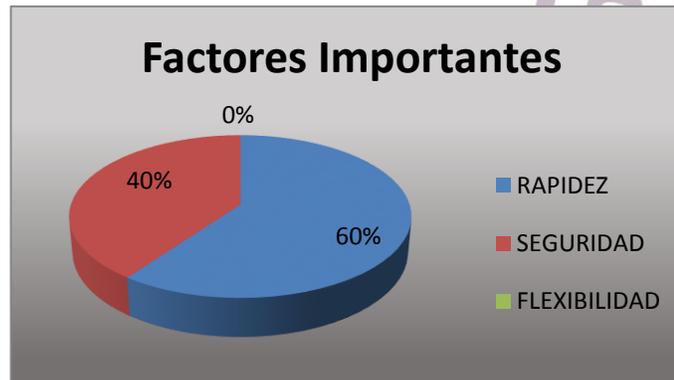


Grafico 5 Factores Importantes

Tiempo Adecuado

Tabla 7 Tiempo Adecuado

Tiempo Adecuado	#	%
Si	12	80%
No	3	20%
Total	15	100%



Grafico 6 Tiempo Adecuado

Aspecto del Profesional

Tabla 8 *Aspecto del Profesional*

Aspecto del Profesional	#	%
Empatía	3	20%
Comunicación	4	27%
Respeto	8	53%
Total	15	100%



Grafico 7 Aspecto del Profesional

Preferencias

Tabla 9 Preferencias

Preferencias	#	%
Siempre	3	20%
Frecuentemente	5	33%
Algunas veces	3	20%
Ocasionalmente	2	13%
Nunca	2	13%
Total	15	100%

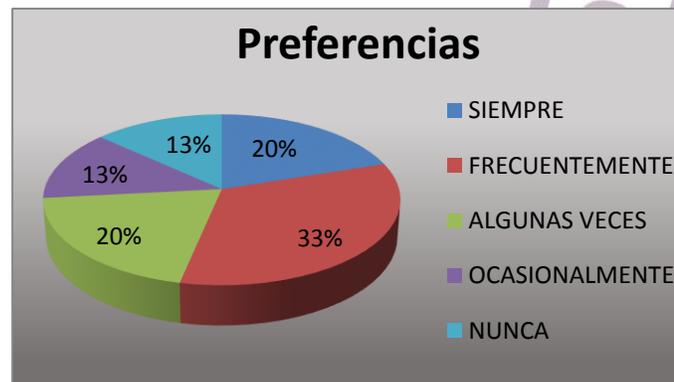


Grafico 8 Preferencias

Equipos Apropriados

Tabla 10 Equipos Apropriados

Equipos Apropriados	#	%
Si	9	60%
No	6	40%
Total	15	100%

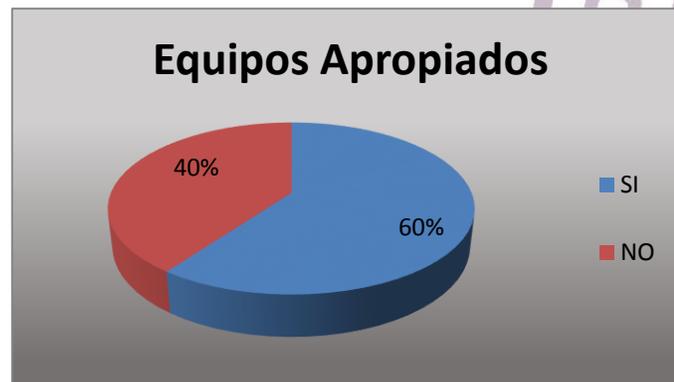


Grafico 9 Equipos Apropriados

Call Center

Tabla 11 *Call Center*

Call Center	#	%
Excelente	7	47%
Muy bueno	3	20%
Bueno	3	20%
Regular	2	13%
Malo	0	0%
Total	15	100%

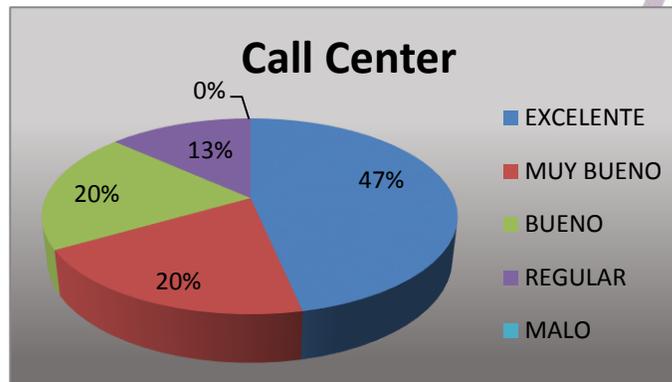


Grafico 10 *Call Center*