



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

La gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del
centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

Proyecto del trabajo de titulación para la obtención del título de Ingeniera
Comercial

AUTORA:

Jennifer Paola Maygua Llamuca

TUTOR:

Msc. Francisco Pérez

Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORIA

Yo, Jennifer Paola Maygua Llamuca, con cedula de ciudadanía 0605910975 autora del trabajo investigativo titulado **“LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL CENTRO SABI MEDIC DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**, certificamos que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Así mismo cedemos a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, distribución, divulgación y/o reproducción total por medio físico o digital en esta sección se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. la posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor de la obra referida será de nuestra entera responsabilidad librando a la universidad nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.



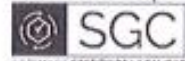
Jennifer Paola Maygua Llamuca

C.C: 0605910975



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



UNACH-RGF-01-04-02.19
VERSIÓN 02: 06-09-2021

ACTA FAVORABLE - INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CARRERAS NO VIGENTES

En la Ciudad de Riobamba, a los **18** días del mes de **Julio** de **2024**, luego de haber revisado el Informe Final del Trabajo de Investigación presentado por el estudiante **Jennifer Paola Maygua Llamuca** con CC: **0605910975**, de la carrera **Ingeniería Comercial** y dando cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos, se emite el **ACTA FAVORABLE DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** titulado "**LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE SABI MEDIC DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**", por lo tanto se autoriza la presentación del mismo para los trámites pertinentes.



Ph.D. Francisco Pérez
TUTOR (A)

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación, presentado por Maygua Llamuca Jennifer Paola, con cedula de identidad número 0605910975, **"La gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba "**certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con titulación. previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación escrito y escuchado la sustentación por parte de su autor, no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos en Riobamba 21 de octubre del 2024

Mcs. Martha Romero
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

PhD. Rene Basantes
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Ing. Cecilia Mendoza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

PhD. Francisco Pérez
TUTOR



Firma



CERTIFICACIÓN

Que, **Maygua Llamuca Jennifer Paola** con CC: **0605910975**, estudiante de la **Carrera de Ingeniería Comercial, NO VIGENTE**, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE SABI MEDIC DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**", cumple con el **9 %**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso,

Riobamba, 23 de julio del 2024



Mgs. Francisco Pérez
TUTOR (A)

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación va dedicado principalmente a DIOS por haberme dado la fuerza y la voluntad de culminar con mis estudios.

A mi querido y amado hijo Alejandro quien es y será mi pilar fundamental para seguir adelante con cada una de mis metas planteadas ya que día a día con su apoyo y amor me llena de fuerzas y valor para ser una gran profesional y madre.

A mis queridos padres Marcelo y Martha quien me han inculcado valores muy fundamentales para mi vida como el respeto, la honradez, la humildad y la perseverancia de no darme por vencida y aún más a ser una madre ejemplar para guiar por el bien a mi apreciado hijo.

Y por último a mis 3 queridos hermanos que sin su apoyo no hubiera culminado mis estudios, ya que me ayudaron cuidándole a mi pequeño Alejandro.

Jennifer Paola Maygua Llamuca

AGRADECIMIENTO

Un sincero agradecimiento a toda mi familia y amigos que me alentaron y fueron parte de esta etapa ya que me brindaron su apoyo incondicional.

Agradezco a la honorable Universidad Nacional de Chimborazo y a todos los docentes que conformaban la carrera de Ingeniería Comercial ya que sin cada uno de sus conocimientos no hubiera sido posible la culminación de mis estudios y consejos que me sirven para mejorar como persona y profesional.

De igual forma quiero agradecer profundamente y muy importante a mi tutor y director de la carrera de Administración de Empresas Msc. Francisco Pérez por toda su paciencia, conocimientos y sugerencias brindadas en el trayecto del proyecto investigativo.

Jennifer Paola Maygua Llamuca

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	
INFORME DEL TUTOR.....	
HOJA DE CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	
CERTIFICACION DEL TURNITIN.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
ÍNDICE DE TABLAS.....	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
RESUMEN.....	
ABSTRACT	
I. INTRODUCCIÓN	16
1.1 Problema.....	17
1.2 Objetivos.....	18
1.2.1 General.....	18
1.2.2 Específicos.....	18
II. MARCO TEÓRICO	19
2.2 Estado Del Arte	19
2.2.1 Antecedentes.....	19
2.2 Fundamentos teóricos.....	23
2.2.1 Unidad I: Gestión de la calidad del servicio.....	23
2.2.2 Unidad II: Satisfacción del cliente.....	25
III. METODOLOGÍA.....	28
3.1 Metodología.....	28
3.1.1 Método.....	28
3.2 Tipo y Diseño de la Investigación	28
3.2.1 Tipo de investigación	28
3.2.2 Diseño.....	28
3.3 Unidad de Análisis	29
3.4 Población y Muestra	29
3.4.1 Población	29
3.4.2 Muestra	29
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30

3.5.1 Técnica.....	30
3.5.2 Instrumento.....	30
3.6 Técnicas de procesamiento de la información.....	30
Análisis de normalidad de datos.....	30
Análisis de factibilidad.....	31
Alfa de Cronbach.....	31
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1 Resultados y Discusión.....	32
4.1.1 Resultados.....	32
4.1.2 Discusión de Resultados.....	44
4.1.3 Planteamiento de la Hipótesis.....	45
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
5.1 Conclusiones.....	49
5.2 Recomendaciones.....	50
VI. PROPUESTA.....	51
6.1 Título.....	51
6.2 Objetivo.....	51
6.3 Desarrollo.....	51
REFERENCIAS.....	54
8. ANEXOS.....	57
8.1 Cuestionario.....	57
8.2 Entrevista clientes internos.....	59
8.3 Matriz de Consistencia.....	63
8.4 Operacionalización de las variables.....	64
8.5 Datos SPSS.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pruebas de normalidad	30
Tabla 2 Satisfacción de la atención recibida en Sabi Medic	32
Tabla 3 Reacción ante la resolución de un problema en Sabi Medic	33
Tabla 4 Información obtenida.....	34
Tabla 5 Probabilidad que vuelva a visitar el centro Sabi Medic	35
Tabla 6 Frecuencia con la que utiliza los servicios de Sabi Medic	36
Tabla 7 Distribución de los consultorios	37
Tabla 8 Nivel de satisfacción con los servicios de Sabi Medic.....	38
Tabla 9 Tiempo empleado para la solución de los problemas.....	39
Tabla 10 Cliente fiel	40
Tabla 11 Productos ofertados en el centro satisfacen las necesidades de los consumidores.....	41
Tabla 12 Servicios brindados	42
Tabla 13 Precio de los productos y servicios	43
Tabla 14 Tabla cruzada.....	46
Tabla 15 Prueba Chi-Cuadrado	47
Tabla 16 Propuesta	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Satisfacción de la atención recibida en Sabi Medic	32
Gráfico 2 Reacción ante la resolución de un problema en Sabi Medic	33
Gráfico 3 Información obtenida	34
Gráfico 4 Probabilidad que vuelva a visitar el centro Sabi Medic	35
Gráfico 5 Frecuencia con la que utiliza los servicios de Sabi Medic	36
Gráfico 6 Distribución de los consultorios	37
Gráfico 7 Nivel de satisfacción con los servicios de Sabi Medic.....	38
Gráfico 8 Tiempo empleado para la solución de los problemas	39
Gráfico 9 Cliente fiel	40
Gráfico 10 Productos ofertados en el centro satisfacen las necesidades de los consumidores	41
Gráfico 11 Servicios brindados	42
Gráfico 12 Precio de los productos y servicios	43

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Rangos del Alfa de Cronbach.....	31
Ilustración 2 Cálculo del Alfa de Cronbach	31
Ilustración 3 Distribución Chi-Cuadrado	47
Ilustración 4 Distribución del Chi-Cuadrado	48

RESUMEN

El trabajo de titulación denominado: **La gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba**, tiene como objetivo principal determinar la incidencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic.

La gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes son dos elementos fundamentales en cualquier centro de salud, y el centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba no es la excepción. En este contexto, se pueden destacar varios aspectos clave:

En el ámbito de la salud, la calidad del servicio se refiere a la capacidad del centro para proporcionar servicios que cumplen con las expectativas y necesidades de los pacientes. Esto incluye la competencia profesional del personal médico, la disponibilidad de tecnologías y equipos adecuados, así como la comodidad y accesibilidad de las instalaciones.

La gestión de la calidad en Sabi Medic implica un conjunto de actividades y procesos orientados a asegurar que los servicios prestados sean consistentes y de alta calidad. Esto abarca desde la implementación de protocolos y procedimientos estándar, hasta la formación continua del personal y la evaluación periódica del desempeño del centro.

La satisfacción del cliente en un centro de salud como Sabi Medic depende de varios factores, incluyendo la calidad de la atención médica, el trato recibido por parte del personal, el tiempo de espera, y la infraestructura del centro. La percepción de seguridad y la confianza en los diagnósticos y tratamientos también juegan un papel crucial.

Para evaluar la satisfacción de los clientes, Sabi Medic puede utilizar diversas herramientas y métodos, tales como encuestas de satisfacción, entrevistas, y análisis de comentarios y sugerencias. Estas mediciones permiten identificar áreas de mejora y tomar acciones correctivas para elevar el nivel de satisfacción.

La retroalimentación de los pacientes es esencial para la mejora continua de los servicios. Escuchar y responder a las necesidades y preocupaciones de los pacientes puede ayudar a Sabi Medic a adaptar y mejorar sus servicios, fortaleciendo la relación con los clientes y fomentando la lealtad.

Una gestión eficiente de la calidad del servicio no solo mejora la satisfacción de los clientes, sino que también puede conducir a mejores resultados de salud, mayor eficiencia operativa y una reputación positiva del centro. Esto, a su vez, puede atraer a más pacientes y asegurar la sostenibilidad y el crecimiento del centro Sabi Medic.

En resumen, la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en Sabi Medic de Riobamba son elementos interrelacionados que requieren una atención constante y un enfoque proactivo para asegurar que el centro pueda ofrecer una atención de alta calidad y mantener la confianza y lealtad de sus pacientes.

Palabras clave: gestión de la calidad, calidad, servicio, calidad del servicio, del cliente.

Abstract

The main objective of the degree work called Service Quality Management and Customer Satisfaction at the Sabi Medic Center in the City of Riobamba is to determine the impact of service quality management on customer satisfaction from the Sabi Medic Center.

Service quality management and customer satisfaction are two fundamental elements in any health center, and the Sabi Medic Center in the city of Riobamba is no exception. In this context, several key aspects can be highlighted:

In the healthcare field, service quality refers to the organization's capability to provide services that meet patients' expectations and needs. This includes the professional competence of medical staff, the availability of appropriate technologies and equipment, and the comfort and accessibility of the facilities.

Quality management at Sabi Medic involves a set of activities and processes aimed at ensuring that the services provided are consistent and of high quality. This ranges from implementing standard protocols and procedures to continuously training staff and periodic evaluation of the center's performance.

Customer satisfaction at a health center like Sabi Medic depends on several factors, including the quality of medical care, the treatment received by the staff, waiting time, and the center's infrastructure. Perception of safety and confidence in diagnoses and treatments also play a crucial role.

Sabi Medic may use various tools and methods to evaluate customer satisfaction, such as satisfaction surveys, interviews, and analysis of comments and suggestions. These measurements allow us to identify areas for improvement and take corrective actions to raise the level of satisfaction.

Patient feedback is essential for continuous service improvement. Listening and responding to patient needs and concerns can help Sabi Medic adapt and improve its services, strengthening customer relationships and fostering loyalty.

Efficient service quality management improves customer satisfaction, leading to better health outcomes, greater operational efficiency, and a positive facility reputation. This, in turn, can attract more patients and ensure the sustainability and growth of the Sabi Medic Center.

In summary, managing service quality and customer satisfaction at Sabi Medic de Riobamba are interrelated elements that require constant attention and a proactive approach to ensure that the center can offer high-quality care and maintain the trust and loyalty of its patients.

Keywords: quality management, quality, service, service quality, customer.



Reviewed by:
Msc. Gabriela de la Cruz Fernández
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603467929

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente la gestión de la calidad del servicio cumple un rol muy importante dentro de las empresas, donde el personal de la empresa emplea un conjunto de actividades para la satisfacción de los clientes.

La gestión de calidad es un sistema que, a través de una serie de iniciativas cohesionadas bajo un objetivo a largo plazo, busca el cumplimiento de las actividades necesarias para mantener un nivel deseado de calidad en la operación, con el fin de maximizar la lealtad y satisfacción del cliente (da Silva, 2022).

Desde el punto de vista del producto y desde la óptica de los clientes, se entiende la Calidad del Servicio como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, lo cual emerge de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido (Cerem Comunicación, 2022).

Al emplear la gestión de la calidad del servicio dentro de una empresa permite realizar acciones que tienen relación con la evaluación del producto o servicio, la atención brindada, el servicio postventa, entre otras actividades que complementan el servicio para elevar la satisfacción de cada uno de los clientes.

La satisfacción del cliente es un indicador de rendimiento que muestra en qué medida una empresa logra atender a las expectativas del consumidor antes, durante y después de la compra (Salesforce LATAM, 2022).

Mientras la satisfacción del cliente sea alta, da a entender que la empresa está brindando lo que el cliente necesita, de esta manera el cliente se transforma en portavoz de los productos o servicios que brinda la empresa hacia el público objetivo. Pero en el caso de que la satisfacción del cliente sea baja, los clientes insatisfechos transmiten mensajes negativos que van en contra de la imagen de la empresa.

En las organizaciones, existe un deseo de alcanzar la calidad, no sólo porque es una parte importante de la existencia de la organización, sino también porque es una forma de que la empresa responda a los diversos tipos de entornos. Cuando hablamos de calidad, estamos hablando de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, o, en otras palabras, calidad igual al nivel de satisfacción de las necesidades del cliente. La calidad

del servicio y la satisfacción del cliente son dos factores relacionados que deben estudiarse y considerarse cuando se trata del éxito empresarial.

La gestión de la calidad del servicio dentro de los centros médicos les permite ser más competitivos dentro del mercado, para así satisfacer las necesidades de los clientes y mejorar el servicio, permitiendo mantener un nivel de satisfacción por encima de los estándares establecidos dentro del mismo, para mantener la marca bien posicionada dentro de nuestro público objetivo y fuera de ello

1.1 Problema

En la actualidad la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes van de la mano ya que la una depende de la otra para cumplir con los objetivos y metas trazados dentro de la empresa. Por lo que es necesario determinar cómo incide la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

Además, la satisfacción representa el grado de cumplimiento de las expectativas de un cliente tras recibir un servicio o producto. Este grado de cumplimiento se calcula como la diferencia entre el valor percibido y las expectativas que este tenía antes de recibir el servicio o producto. Si lo que el cliente percibe es menor que las expectativas creadas, la sensación de satisfacción será negativa (Pozo, 2023).

La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes se encuentran estrechamente relacionados, sin embargo, algunas de las organizaciones se centran solo en uno de ellos, desconociendo que, los clientes no solo están satisfechos cuando reciben productos o servicios de calidad, sino también, cuando la empresa les ofrece un buen servicio de atención, dado que, se sienten valorados y escuchados, sabiendo que la empresa estará a su disposición para cualquier duda, queja o petición (Cerem Comunicación, 2022).

Por lo mencionado anteriormente, es necesario realizar la investigación en el centro Sabi Medic para mejorar la ejecución de los procesos que se emplean al momento de brindar el servicio a sus clientes, de esta manera hacer que el proceso sea más eficiente, además dentro del centro no se dispone de una organización jerárquica por lo que la distribución del personal no está bien establecida, para lo cual se debe gestionar la calidad del servicio y así cumplir los objetivos planteados y mejorar la satisfacción de los clientes que necesitan de sus servicios.

Dentro del centro médico existen ciertas falencias tales como: la falta de planificación de manera correcta, el tiempo para la atención a los pacientes por lo que se sienten incómodos al tener que esperar para ser atendidos, la mala distribución de los consultorios de cada especialidad, no se realiza un seguimiento constante a cada paciente post-consulta, los turnos se les entrega a los pacientes, pero no se respeta el orden de cada uno.

Dentro del centro médico se deben emplear diferentes estrategias para que los clientes tengan la certeza de que asisten a un lugar dónde recibirán el mejor servicio médico, esto se logrará realizando una correcta gestión de la calidad del servicio que por el momento no se lo está implementando por la falta de conocimiento sobre este tema.

Formulación del problema

¿Cómo incide la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

- ✓ Determinar la incidencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

1.2.2 Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.
- Proponer estrategias de la gestión de la calidad del servicio para elevar la satisfacción del cliente del centro Sabi Medic.

CAPITULO II

2.1 MARCO TEÓRICO

2.2 Estado Del Arte

2.2.1 Antecedentes

Sabi Medic, es una empresa fundada por la nutricionista Yeomaira Paola Méndez en el año 2017 en la ciudad de Riobamba en el cual empezó como consultorio de Nutrición y Dietética en la Torre del Hospital San Juan. Para posteriormente crecer tanto como profesional y como Centro de Nutrición y Estética Corporal y Facial. Culminando sus estudios en especialidades estéticas y cursando maestrías para fortalecer su labor en el área de nutrición y centro médico de tal manera ofreciendo un mejor servicio a su distinguida clientela.

Las áreas que forman el consultorio médico hoy en día son con profesionales de alto nivel; como Medicina General, Nutrición y Dietética, Odontología, Laboratorio Clínico, Farmacia, Terapia Física y Rehabilitación, Estética Corporal y Facial, Psicología Clínica, Terapia de Lenguaje. Con lo cual el centro Sabi Medic se ha ganado una alta credibilidad y acogida de sus clientes por más de 6 años de servicio.

Actualmente su centro médico se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en las calles Venezuela y Juan Montalvo, cerca de la plaza Dávalos. Siendo un centro médico que brinda salud integral a través de la atención de los profesionales de gran trayectoria comprometidos con la salud en cada etapa de la vida siendo el pilar fundamental Dios a quien le deben todo lo que tiene mostrando calidez en cada atención porque en realidad se interesan por su Salud.

Para la presente investigación se recopiló información de diferentes trabajos realizados anteriormente, a continuación, presentaré una breve explicación de cada uno de ellos:

Según (Rivera, 2019), en su investigación titulada “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”, llegó a las siguientes conclusiones:

Esta investigación tuvo como propósito evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador, aplicando el modelo teórico SERVQUAL, cuya herramienta estadística confiable permitió conocer las diferencias que existen entre

las percepciones y expectativas de la calidad del servicio de la empresa estudiada y la insatisfacción que la misma representa para los clientes. Además, permitió conocer con exactitud qué es lo que realmente esperan los clientes al momento de contratar los servicios, y que es lo que la empresa está haciendo a fin de mejorar la experiencia de la calidad del servicio.

Además, la empresa debe trabajar con orientación enfocada en atención al cliente, calidad y cultura de servicio, ya que ofrecer un servicio de calidad permite tener clientes satisfechos, ya que la satisfacción, durante todo el proceso del servicio antes y durante es clave para mantener una relación a largo plazo desde la perspectiva del cliente. En otras palabras, asegurar una satisfacción constante del cliente y traducir estas en beneficios sostenidos.

Por su parte (Hidalgo, 2019), en su investigación “Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato”, concluye en lo siguiente:

Se sustentó teóricamente sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; evidenciándose que están íntimamente relacionadas, puesto que si un cliente recibe un servicio óptimo se genera una satisfacción en las expectativas y necesidades del mismo. De esta forma, el cliente se fideliza a la marca y a los servicios ofertados en una institución financiera, sintiéndose seguros del cumplimiento de los mismos.

También, si el cliente no percibe un servicio adecuado, existe una insatisfacción en los clientes y, por ende, repercute en aspectos económicos y de rentabilidad de la empresa, pues el cliente no regresará a la empresa. Así, la empresa no cumple con su principal objetivo que es el de generar ganancias para la misma; convirtiéndose en una tendencia actual y ventaja competitiva el satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes actuales.

Para (Noboa, 2021), de acuerdo a su trabajo de investigación “Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa Cerámicas y Mega Akabados El Descuento”, concluye que:

Se logró identificar los factores que inciden de forma negativa en la gestión de la calidad, en la empresa cerámicas y mega Akabados El Descuento, mediante la examinación detallada de la organización. De los cuales, se puede expresar que es la inadecuada comunicación entre administrativos, clientes y trabajadores, por tanto, que la

mayor cantidad desconocen de la existencia de una planificación sistémica, la estructura organizacional, la misión, visión, políticas y normas de calidad en el servicio a los clientes.

Mediante la verificación sobre cómo se realiza la gestión de la calidad en la empresa Cerámicas y Mega Akabados El Descuento, se evidencia que es de forma empírica, evidenciándose la escasa organización y capacitación en los procesos de atención al cliente, por lo tanto, esto dificulta alcanzar resultados favorables para el crecimiento de la empresa dentro de un mercado muy competitivo. De manera efectiva, la implementación de una herramienta estratégica, ayudaría en el mejoramiento de las expectativas, la relación entre satisfacción del cliente y la gestión de calidad en la empresa Cerámicas y Mega Akabados El Descuento.

Según (Lucas, 2021), en su investigación “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López”, concluye así:

Mediante la aplicación de la matriz FODA se posibilitó conocer la situación actual de la calidad de servicio del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, en la cual se identificaron sus características internas donde se especifican las fortalezas y debilidades, además, de su situación externa precisando sus oportunidades y amenazas.

En el sector ferretero de la ciudad de Puerto López no emplean estrategias de marketing enfocada a la calidad del servicio debido al desconocimiento de este tema que guarda relación directa a la satisfacción del cliente, por lo que no tienen un control estricto, riguroso y apropiado sobre la actividad principal de la empresa, lo que les imposibilita crecer de manera económica y de mercado.

Para (Flores, 2022), en el trabajo de investigación “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la Empresa Casa Blanca”, concluyó en lo siguiente:

Se demuestra el objetivo principal, por ende, se prueba la existencia de una relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente. se puede afirmar que existe una relación positiva entre las variables calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente, con un grado de asociación alto; además, existe una relación positiva entre la dimensión elementos tangibles, de la variable calidad de servicio, y la variable satisfacción del cliente, con un grado de asociación alto; también, existe una relación positiva entre la dimensión aspectos de confiabilidad, de la variable calidad de

servicio, y la variable satisfacción del cliente, con un grado de asociación alto; y, existe una relación positiva entre la dimensión aspectos de capacidad de respuesta, de la variable calidad de servicio, y la variable satisfacción del cliente, con un grado de asociación alto.

Según (Apeña, 2022), en su investigación “Calidad de servicio y satisfacción del cliente para mejorar la atención del personal de preventa de una distribuidora de consumo masivo, Distrito de Santa Anita, 2021”, concluye su trabajo así:

Si existe una relación directa y significativa entre las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,516, en una empresa distribuidora de consumo masivo en el distrito de Santa Anita en el año 2021.

Si existe una relación directa y significativa entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,380, en una empresa distribuidora de consumo masivo en el distrito de Santa Anita en el año 2021.

Si existe una relación directa y significativa entre la dimensión confiabilidad y la variable satisfacción del cliente con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,203, en una empresa distribuidora de consumo masivo en el distrito de Santa Anita en el año 2021.

Si existe una relación directa y significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,252, en una empresa distribuidora de consumo masivo en el distrito de Santa Anita en el año 2021.

Si existe una relación directa y significativa entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,266, en una empresa distribuidora de consumo masivo en el distrito de Santa Anita en el año 2021.

Con relación a las investigaciones presentadas, se pudo evidenciar que existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, permitió así tener una perspectiva amplia para el desarrollo de esta investigación.

2.2 Fundamentos teóricos

2.2.1 Unidad I: Gestión de la calidad del servicio

2.2.1.1 Calidad

Calidad, según la ISO (International Standardization Organization), es la adaptación y conformidad de los requisitos que la propia norma y los clientes establecen. En otras palabras, la calidad es el nivel de perfección de un proceso, servicio o producto entregado por su empresa, de modo que cumpla con las exigencias definidas por la ISO y, por supuesto, por sus clientes (Barbosa, 2021).

2.2.1.2 Gestión de la calidad

Es la coordinación de las actividades de los procesos de producción y servicios para que se desempeñen con calidad. Esta gestión tiene el objetivo de obtener excelencia en la ejecución de todas las tareas y procedimientos, teniendo en mente que las dimensiones de la calidad pueden comprenderse como desempeño, confiabilidad, percepción, durabilidad, características, conformidad y atención (Barbosa, 2021).

2.2.1.3 Servicio

Es una actividad o una serie de actividades llevadas a cabo por un proveedor con el propósito de satisfacer una determinada necesidad del cliente, sus características básicas son la intangibilidad, heterogeneidad, inseparabilidad y perecibilidad (Alfonso, 2019).

2.2.1.4 Definición de gestión de la calidad del servicio

Conjunto de actividades que realiza el personal de la empresa con el objetivo de lograr la satisfacción de los clientes. Engloba, por ejemplo, todas aquellas acciones relacionadas a la evaluación del producto, la atención, el servicio postventa, entre otras (Anónimo, 2021).

2.2.1.5 Dimensiones de la gestión de la calidad del servicio

Para (Anónimo, 2021), para gestionar de manera adecuada la calidad de un servicio, se deben tener en cuenta cinco dimensiones claves:

- **Accesibilidad:** una empresa debe implementar diferentes canales que permitan a los clientes mantener un contacto con ella. Por ejemplo, los buzones de

sugerencia, el correo electrónico y los números telefónicos. En los últimos años, las redes sociales también se han posicionado como medios fundamentales para una comunicación bidireccional con los usuarios.

- **Comunicación:** es importante mantener informados a los clientes sobre las características del producto o el servicio que ofrece una empresa. Para ello, el personal de la organización siempre debe emplear un lenguaje verbal y no verbal adecuado. Asimismo, se debe informar a los consumidores sobre los protocolos implementados en el local de ventas.
- **Capacidad de respuesta:** este punto se resume en la capacidad para enfrentar las circunstancias repentinas que puedan surgir en la empresa y la predisposición para ayudar a clientes y proveedores de una manera rápida, oportuna y eficiente. En resumen, consiste en saber manejar las amenazas del entorno para continuar ofreciendo un servicio de calidad.
- **Credibilidad:** demostrar seguridad en cuanto a la información que brindamos a los clientes y crear un ambiente de confianza para ellos es clave para una atención de calidad. Es importante emplear un tono de voz adecuado y siempre decir la verdad sobre el producto o servicio, de esta manera, garantizamos la fidelidad de los consumidores con la marca.
- **Cortesía:** tener un trato adecuado con las personas y demostrar empatía con ellas también es trascendental para que los clientes se sientan a gusto con el servicio que brindamos. Es importante demostrar una actitud comprensiva, saber llegar a ellos con sencillez y explicarles nuevamente con amabilidad si no entendieron algo.

2.2.2 Unidad II: Satisfacción del cliente

2.2.2.1 Definición

Es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. Las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan (Hammond, 2023).

2.2.2.2 Importancia

Según (Vanegas, 2021), nos presenta cuatro motivos por lo que es importante la satisfacción del cliente:

1. **Mejora la percepción del cliente ante la competencia:** en un mercado altamente competitivo, la satisfacción del cliente te permitirá atraer a aquellos clientes que no logran decidirse entre una y otra opción.
2. **Aumenta la retención de tus clientes:** la satisfacción del cliente es la medida que puedes utilizar para retenerlos. Al medirla y darle seguimiento, puedes aplicar nuevas estrategias para aumentar la calidad de tu atención.
3. **Extiende el ciclo de vida del cliente:** una de las principales razones de satisfacer a tus clientes es que brinda mayores ganancias a tu empresa, pues un comprador satisfecho siempre regresa. En otras palabras, extenderás el ciclo de vida.
4. **Es mejor retener clientes que adquirir nuevos:** adquirir clientes nuevos es más caro que retenerlos, de hecho, es una de las razones por las cuales retener es más importante.

2.2.2.3 Características

Según (Chavez, 2023), la satisfacción del cliente tiene las siguientes características:

- Es la evaluación que se dictamina desde la perspectiva del cliente.
- Son resultados que están fundamentados en la valoración de los consumidores.
- Si bien son mediciones basadas en la percepción individual de cada cliente, el resultado total de un gran número de usuarios ofrece una valoración fiable.
- Lograr que los clientes tengan un nivel alto de satisfacción es un objetivo que muchas empresas persiguen.

2.2.2.4 Elementos

Para (QuestionPro, 2023), existen diversos factores y elementos de la satisfacción del cliente, pero se debe considerar los que son fundamentales:

- **Producto o servicio:** debemos hacer un análisis profundo sobre lo que nosotros ofrecemos.
- **Calidad del producto o servicio:** en el caso de un producto, aún si piensas que lo conoces bien, vuelve a tenerlo en tus manos, revisa cada aspecto detenidamente. Si es un servicio, úsalo, y busca a alguien de tu confianza que pueda usar el servicio por ti, al final pide su opinión.
- **Cliente:** muchas veces se pasa por alto qué es lo que necesita el cliente y se trabaja en soluciones que nadie está buscando. Ponte en el lugar del cliente.
- **Clima laboral:** un empleado feliz en su trabajo lo proyecta a la gente, dale importancia a mejorar las relaciones entre ellos.
- **Puntos de contacto:** Los touch points o puntos de contacto con el cliente son todos los momentos en los que el cliente interactúa con tu marca. Por ello, inicia desde mucho antes de su primera compra, cuando se encuentra por primera vez con tu producto, e incluye sus visitas a tu sitio web, tu tienda física, la entrega a través de distintos canales de distribución y el servicio posventa.

2.2.2.5 Indicadores

Para (Chavez, 2023), estos indicadores son una serie de parámetros para medir individualmente ciertos datos que tienen relación e incidencia con la satisfacción del cliente.

- ✓ **Net Promoter Score (NPS):** Mide la lealtad de los clientes en base a las recomendaciones que realiza.
- ✓ **Customer Satisfaction Score (CSAT):** Consta de una métrica de lealtad para medir la satisfacción de los clientes de una interacción individual o experiencia general.
- ✓ **Customer Effort Score (CES):** Es una evaluación que indica el grado de esfuerzo de un cliente para adquirir un producto o servicio, solventar un inconveniente con la empresa, resolver dudas, etc.

- ✓ ***Service Partner Satisfaction (SPS)***: Es un indicador que señala cuantitativamente el nivel de satisfacción de un cliente por un producto o servicio recibido.
- ✓ ***First Contact Resolution (FCR)***: Indica la cantidad de problemas que se resolvieron en el primer contacto de un cliente hacia la empresa.
- ✓ ***First Response Time (FRT)***: Es el tiempo promedio que una empresa tarda para ofrecer una respuesta inicial a un problema o consulta por parte de un cliente.
- ✓ ***Tasa de Abandono o Churn Rate***: Señala el porcentaje de usuarios que abandonan los servicios de una empresa en un periodo de tiempo determinado.
- ✓ ***Tiempo promedio de servicio***: Mide el tiempo que un agente tarda en atender a un cliente.
- ✓ ***Tiempo promedio de espera***: Señala la duración media que un cliente espera antes de ser atendido.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Metodología

3.1.1 Método

En la presente investigación se aplicó el método hipotético deductivo que nos permitirá establecer una hipótesis para comprobarla o refutarla, a través de los siguientes pasos:

- **Observación** del fenómeno presentado en el centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.
- **Formulación** de una hipótesis para explicar el problema, el mismo que será comprobado a través de la recolección de datos y presentación de resultados.
- **Deducción de los efectos de la hipótesis** se realizará a partir del análisis e interpretación de los resultados obtenidos luego de la aplicación de instrumentos.
- Por último, el **proceso de contrastación** se desarrollará durante la formulación de las conclusiones y recomendaciones, determinando el cumplimiento de los objetivos planteados en la presente investigación.

3.2 Tipo y Diseño de la Investigación

3.2.1 Tipo de investigación

Descriptiva: se van a describir las características de las dos variables de la investigación “gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente”, mediante los datos recopilados a los clientes del centro Sabi Medic.

Explicativa: se recoge la información a los clientes del centro Sabi Medic para determinar la relación existe entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

3.2.2 Diseño

Se empleará el diseño no experimental, ya que se realizará a través de la observación, sin intervenir o manipular las variables estudiadas, o tratar de controlarlas de una situación observada.

3.3 Unidad de Análisis

Para la presente investigación se determinó como unidad de análisis al centro médico Sabic Medic de la ciudad de Riobamba.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

La población que asistió al centro médico durante el período 2021-2022 fue 3700 pacientes.

3.4.2 Muestra

En la presente investigación se calculó la muestra de la población de 3700 pacientes que visitaron el centro médico Sabi Medic en el período 2021-2022, a quienes se les aplicó una encuesta, la muestra se calculó aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(P)(Q)(N)}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + (P)(Q)}$$

$n =$ Tamaño de la muestra

$N =$ Tamaño Población = **3700**

$P =$ Probabilidad de que ocurra el evento (éxito) = **0,5**

$Q =$ Probabilidad de que no ocurra el evento **0,5**

$E =$ Error estimado = **0,05**

$K =$ Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC) = **1,96**

$$n = \frac{(0,5)(0,5)(3.700)}{(3.700 - 1) \left(\frac{0,05^2}{1,96^2} \right) + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{925}{(3.699) \left(\frac{0,0025}{3,8416} \right) + (0,25)}$$

$$n = \frac{925}{2,40720012 + 0,25}$$

$$n = \frac{925}{2,65720012}$$

$n = 348$

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnica

Para la investigación se utilizó la encuesta para los clientes externos y la entrevista para los clientes internos.

3.5.2 Instrumento

Para la recolección de los datos se utilizó el cuestionario para los clientes.

3.6 Técnicas de procesamiento de la información

Para el procesamiento de los datos recopilados de la investigación se utilizó el procedimiento electrónico, porque para presentar los datos se utilizarán tablas y gráficos de Microsoft Excel y para la comprobación de la hipótesis se empleó el Software Estadístico SPSS.

Análisis de normalidad de datos

Tabla 1 Pruebas de normalidad

Pruebas de normalidad							
	9. ¿Considera usted que para mantener un cliente fiel es necesario satisfacer sus necesidades?	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
3. ¿Cómo le pareció a usted la información obtenida por parte de nuestra gerente de Sabi Medic?	Sí	,332	325	,000	,709	325	,000
	No	,211	23	,009	,899	23	,024

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis de factibilidad

Alfa de Cronbach

El coeficiente alfa de Cronbach es una medida que se utiliza para evaluar la confiabilidad o consistencia interna de un conjunto de escalas o elementos de prueba dentro de un cuestionario. En pocas palabras, el Alfa de Cronbach mide la fiabilidad de un cuestionario (GPL Research Consultores, 2024).

Ilustración 1 Rangos del Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Consistencia Interna
$\alpha \geq 0,9$	Excelente
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Buena
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Aceptable
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Cuestionable
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Pobre
$\alpha < 0,5$	Inaceptable

<https://gplresearch.com/coeficiente-alfa-de-cronbach/>

Ilustración 2 Cálculo del Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<hr/>	<hr/>
,880	12

Fuente: SPSS

De acuerdo, al cálculo realizado en el Programa Estadístico SPSS del Alfa de Cronbach se halló el valor de ,880, considerando así que el valor es cercano a 1, por lo tanto, se estableció que la escala es confiable.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados y Discusión

4.1.1 Resultados

1. ¿Esta Ud. satisfecho con la atención recibida en Sabi Medic?

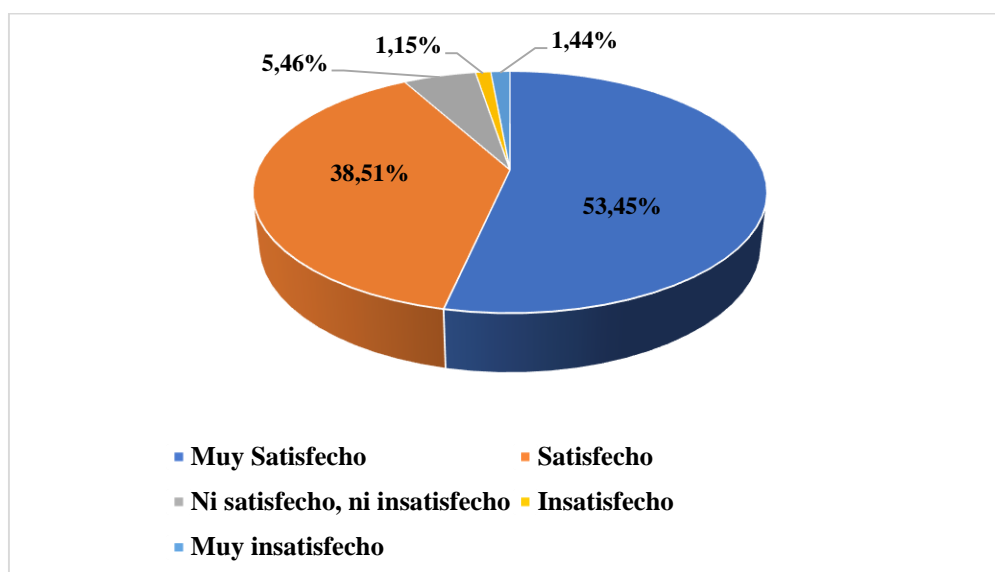
Tabla 2 Satisfacción de la atención recibida en Sabi Medic

Opción	Frecuencia	%
Muy Satisfecho	186	53,45%
Satisfecho	134	38,51%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	19	5,46%
Insatisfecho	4	1,15%
Muy insatisfecho	5	1,44%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 1 Satisfacción de la atención recibida en Sabi Medic



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos se pudo observar que el 53,45% de los pacientes se encuentran muy satisfechos con la atención recibida en Sabi Medic, el 38,51% satisfecho, el 5,46% ni satisfecho, ni insatisfecho, el 1,44% muy insatisfecho y el 1,15%

insatisfecho. Evidenciándose así que la mayoría de los pacientes que son atendidos en el centro médico se encuentran muy satisfechos con la atención brindada.

2. ¿Cómo considera nuestra reacción ante la resolución de un problema en Sabi Medic?

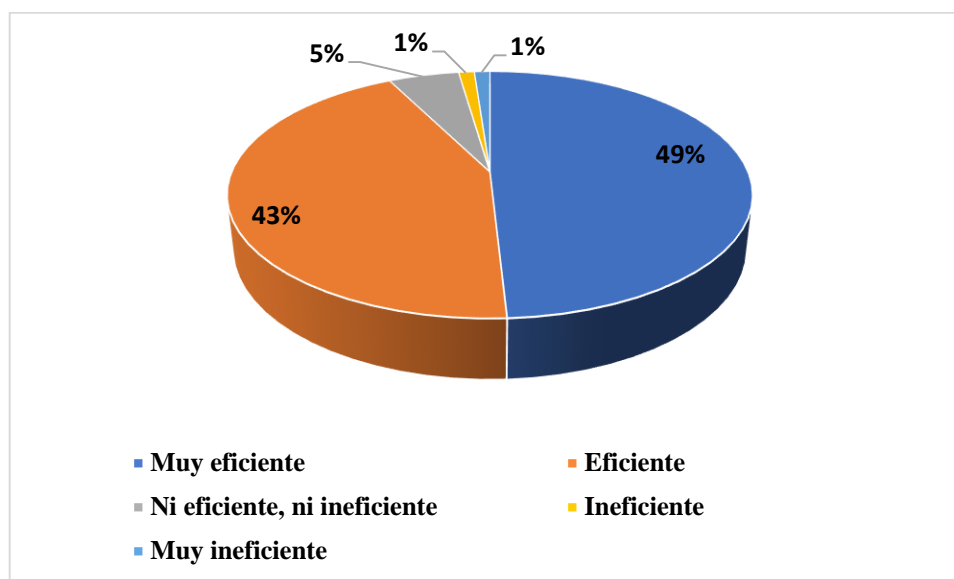
Tabla 3 Reacción ante la resolución de un problema en Sabi Medic

Opción	Frecuencia	%
Muy eficiente	171	49%
Eficiente	151	43%
Ni eficiente, ni ineficiente	18	5%
Ineficiente	4	1%
Muy ineficiente	4	1%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 2 Reacción ante la resolución de un problema en Sabi Medic



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Los datos muestran que del total de los encuestados el 49% de los pacientes del centro médico consideran que nuestra reacción ante la resolución de un problema es muy eficiente, el 43% eficiente, el 5% ni eficiente, ni ineficiente, el 1% ineficiente y el 1% muy ineficiente. Estos datos me indicaron que la mayoría de los pacientes que visitan el centro consideran que la reacción ante un problema dentro del centro médico es muy eficiente.

3. ¿Cómo le pareció a usted la información obtenida por parte de nuestra gerente de Sabi Medic?

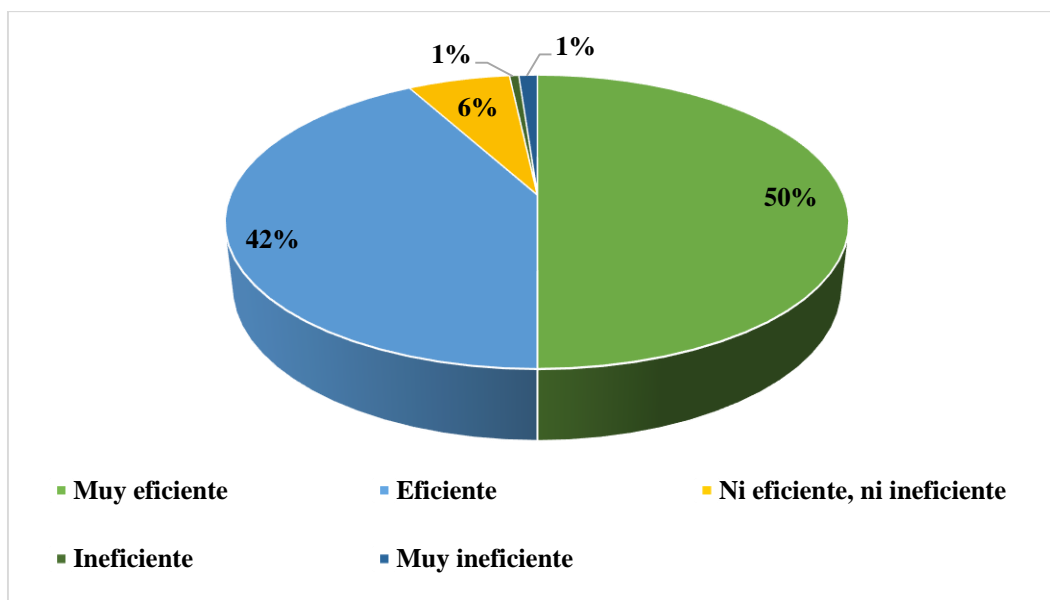
Tabla 4 Información obtenida

Opción	Frecuencia	%
Muy eficiente	174	50%
Eficiente	146	42%
Ni eficiente, ni ineficiente	22	6%
Ineficiente	2	1%
Muy ineficiente	4	1%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 3 Información obtenida



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Los resultados obtenidos en esta pregunta indican que el 50% de los encuestados del centro médico consideran que la información obtenida por parte de la gerente de Sabi Medic es muy eficiente, el 42% eficiente, el 6% ni eficiente, ni ineficiente, el 1% ineficiente y el 1% muy ineficiente. Este resultado me dio a entender que el paciente considera que la información recibida de parte de la gerente es muy eficiente, logrando satisfacer las necesidades de cada uno.

4. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a visitar el centro Sabi Medic?

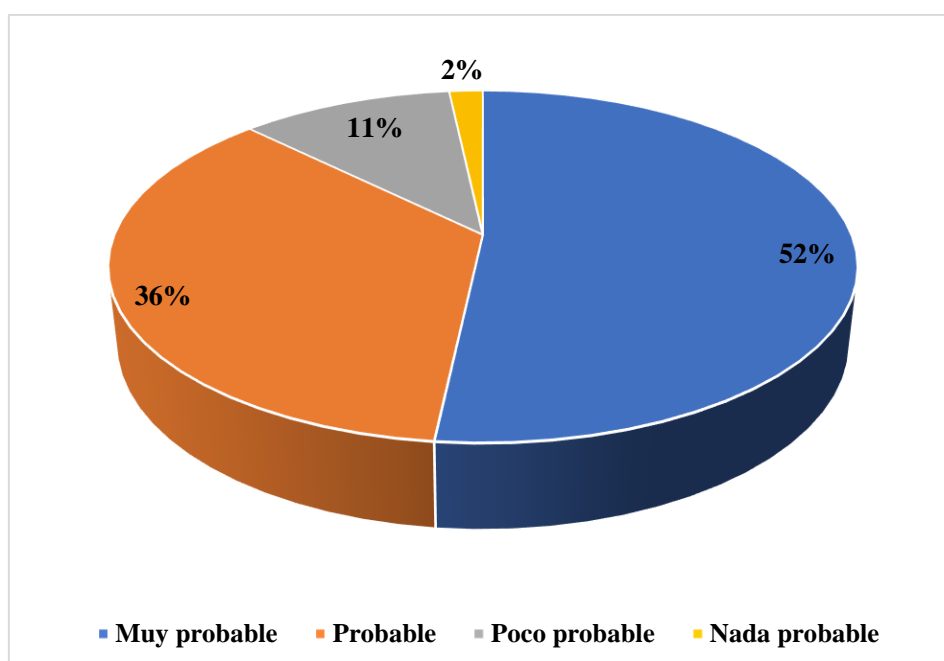
Tabla 5 Probabilidad que vuelva a visitar el centro Sabi Medic

Opción	Frecuencia	%
Muy probable	180	52%
Probable	124	36%
Poco probable	38	11%
Nada probable	6	2%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 4 Probabilidad que vuelva a visitar el centro Sabi Medic



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos el 52% manifestaron que es muy probable que vuelvan a visitar el centro Sabi Medic, el 36% probable, el 11% poco probable y el 2% nada probable. Estos resultados demuestran que la mayoría de los pacientes volverían a visitar el centro médico, de acuerdo a los servicios brindados.

5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?

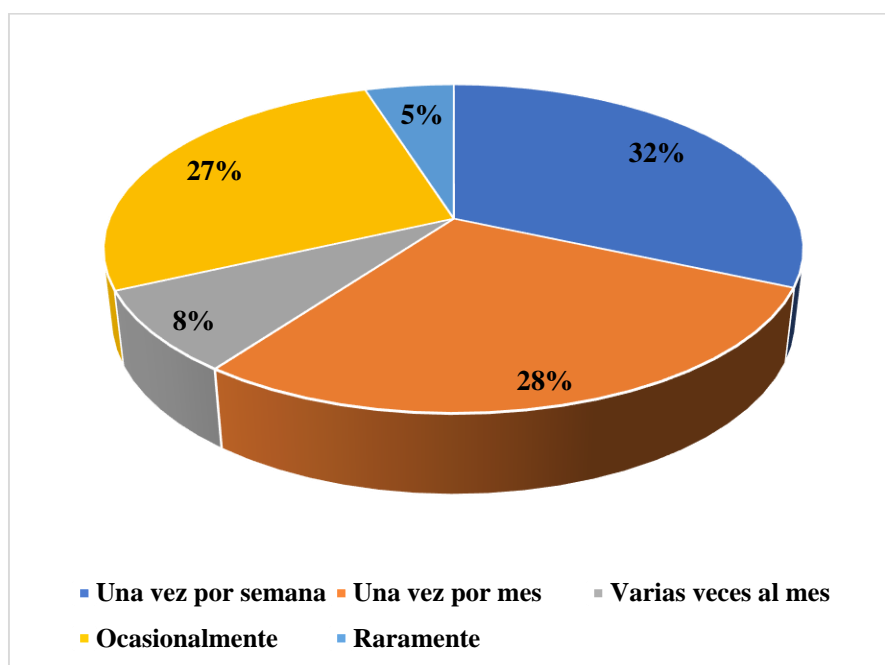
Tabla 6 Frecuencia con la que utiliza los servicios de Sabi Medic

Opción	Frecuencia	%
Una vez por semana	110	32%
Una vez por mes	99	28%
Varias veces al mes	28	8%
Ocasionalmente	94	27%
Raramente	17	5%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 5 Frecuencia con la que utiliza los servicios de Sabi Medic



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Según los datos proporcionados en esta pregunta el 32% manifestaron que una vez por semana utilizan los servicios de Sabi Medic, el 28% una vez por mes, el 27% ocasionalmente, el 8% varias veces al mes y el 5% raramente. Del total de los encuestados se pudo evidenciar que la mayoría de los pacientes utilizan los servicios de Sabi Medic una vez por semana y una vez por mes.

6. ¿Considera usted que el centro Sabi Medic cuenta con una buena distribución de los consultorios?

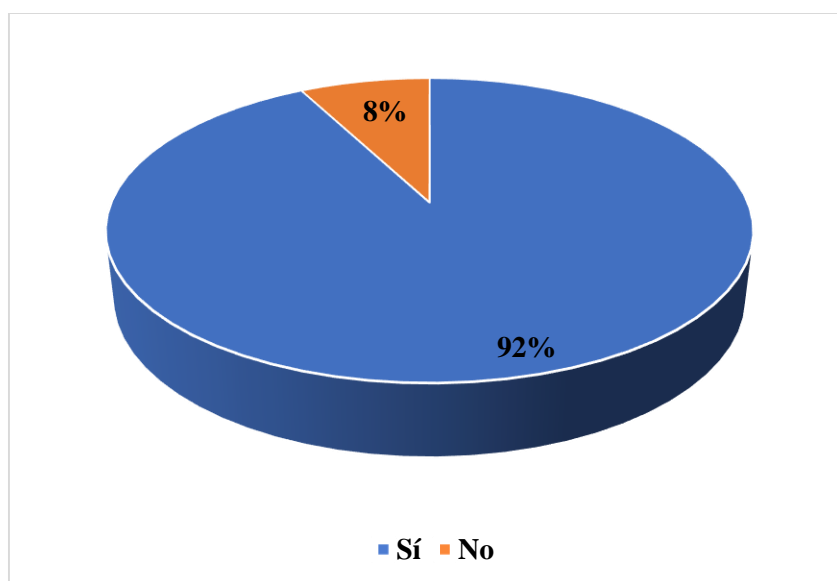
Tabla 7 Distribución de los consultorios

Opción	Frecuencia	%
Sí	321	92%
No	27	8%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 6 Distribución de los consultorios



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados el 92% manifestaron que el centro Sabi Medic cuenta con una buena distribución de los consultorios y el 8% dijeron que no. Notándose así que el centro médico cuenta con una buena distribución de sus consultorios para prestar un buen servicio a sus clientes y así satisfacer sus necesidades, de acuerdo a las respuestas de la mayoría de sus pacientes.

7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de Sabi Medic?

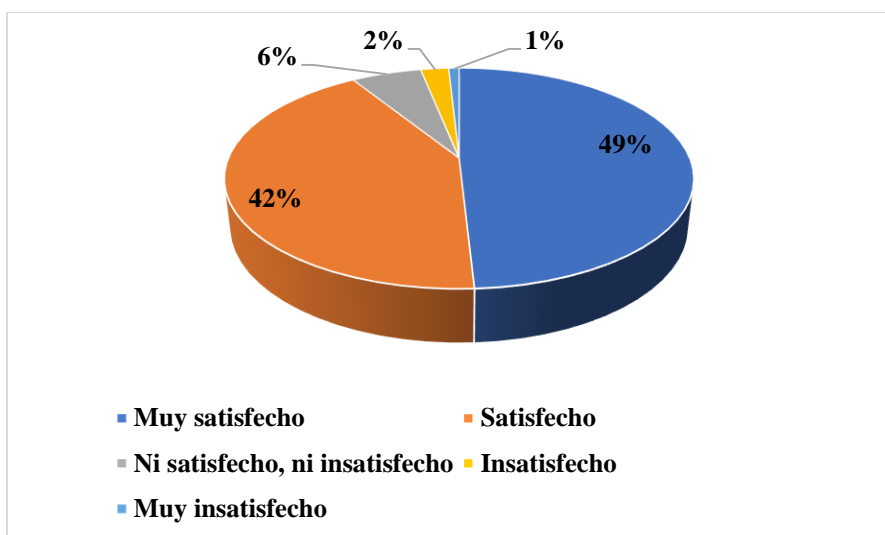
Tabla 8 Nivel de satisfacción con los servicios de Sabi Medic

Opción	Frecuencia	%
Muy satisfecho	171	49%
Satisfecho	146	42%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	20	6%
Insatisfecho	8	2%
Muy insatisfecho	3	1%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 7 Nivel de satisfacción con los servicios de Sabi Medic



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

El análisis de los resultados indica que el 49% expresaron que están muy satisfechos con los servicios de Sabi Medic, los 42% satisfechos, el 6% ni satisfecho, ni insatisfecho, el 2% insatisfecho y el 1% muy insatisfecho. Estos resultados nos indican que la mayoría de los pacientes del centro médico se encuentran muy satisfechos y satisfechos con los servicios que ofrecen.

8. ¿Considera usted que el tiempo empleado para la solución de los problemas es óptimo?

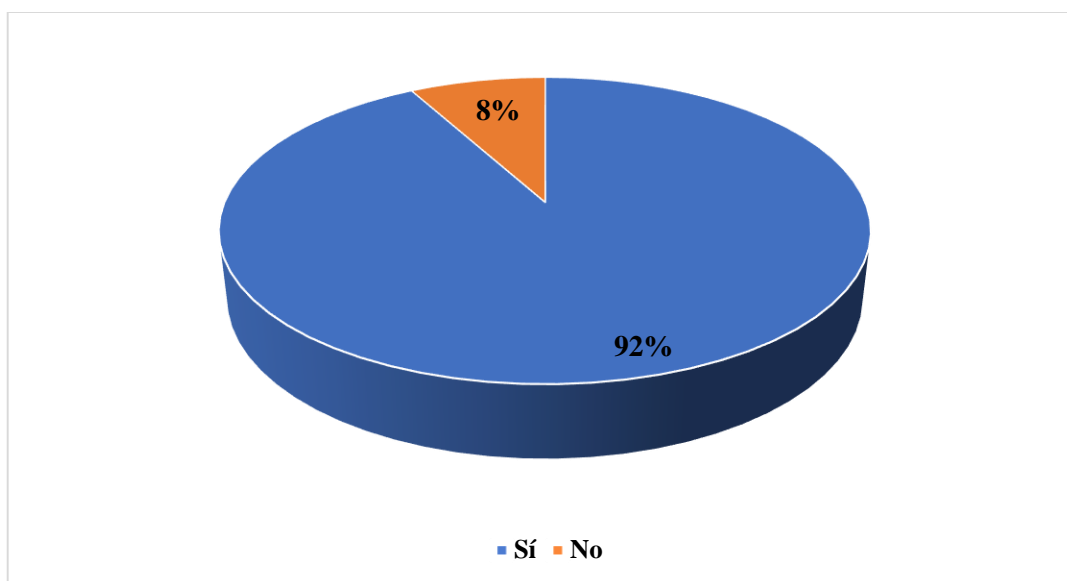
Tabla 9 Tiempo empleado para la solución de los problemas

Opción	Frecuencia	%
Sí	320	92%
No	28	8%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 8 Tiempo empleado para la solución de los problemas



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuestionario el 92% manifestaron que el tiempo empleado para la solución de los problemas sí es óptimo y el 8% dijeron que no. Evidenciándose así que la mayoría de los encuestados consideran que el tiempo empleado para la solución de los problemas dentro del centro es el óptimo, porque lo primordial es satisfacer al paciente.

9. ¿Considera usted que para mantener un cliente fiel es necesario satisfacer sus necesidades?

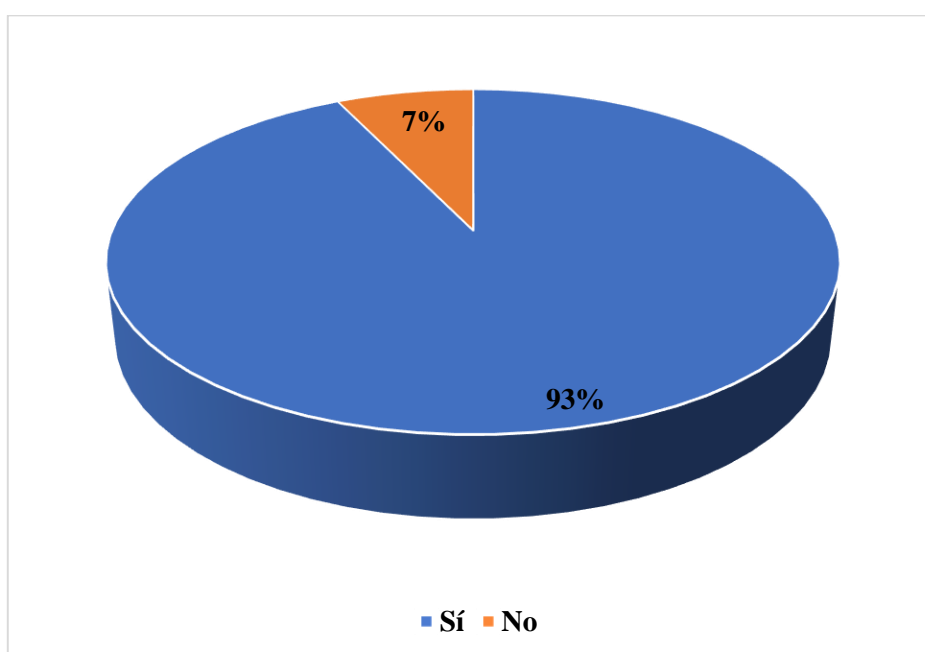
Tabla 10 Cliente fiel

Opción	Frecuencia	%
Sí	323	93%
No	25	7%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 9 Cliente fiel



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Según los datos proporcionados el 93% considera que para mantener un cliente fiel sí es necesario satisfacer sus necesidades y el 7% considera que no. Por lo que se debe considerar siempre que la satisfacción del cliente es la base para mantener la fidelidad, considerando que la mayoría de los encuestados dan una respuesta positiva a este enunciado.

10. ¿Los productos ofertados en el centro Sabi Medic satisfacen las necesidades de los consumidores?

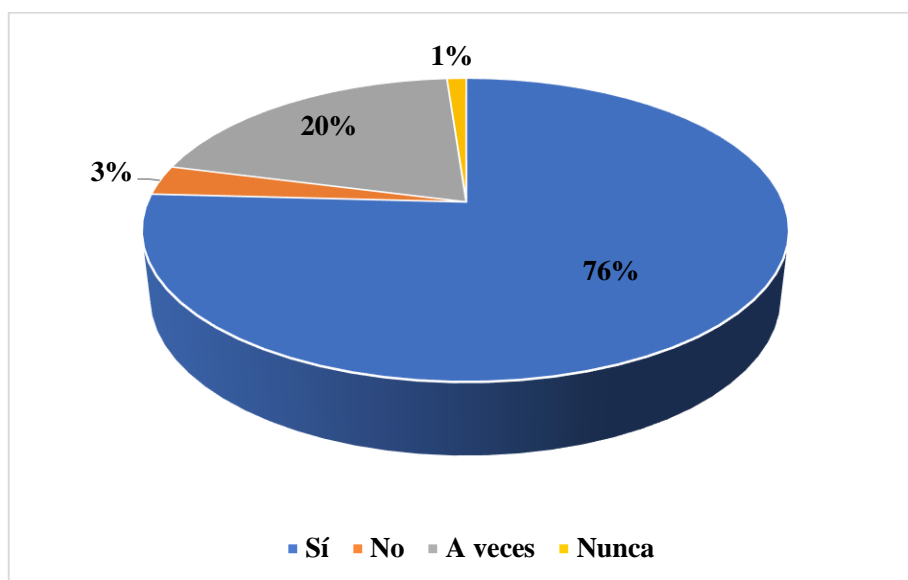
Tabla 11 Productos ofertados en el centro satisfacen las necesidades de los consumidores

Opción	Frecuencia	%
Sí	264	76%
No	11	3%
A veces	69	20%
Nunca	4	1%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 10 Productos ofertados en el centro satisfacen las necesidades de los consumidores



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

El análisis de los resultados indica que la mayoría de los encuestados con un 76% considera que los productos ofertados en el centro Sabi Medic sí satisfacen las necesidades de los consumidores, el 20% a veces, el 3% no y el 1% nunca. Esto nos indica que del total de los resultados la mayoría considera que los productos ofertados en el centro Sabi Medic sí satisfacen las necesidades de los consumidores.

11. ¿Los servicios brindados dentro de Sabi Medic son eficientes?

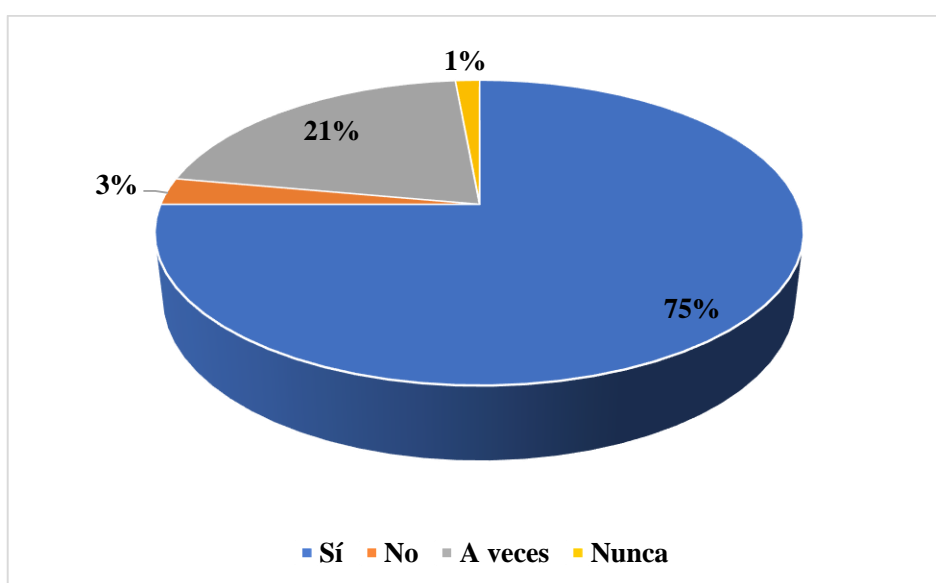
Tabla 12 Servicios brindados

Opción	Frecuencia	%
Sí	261	75%
No	10	3%
A veces	72	21%
Nunca	5	1%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 11 Servicios brindados



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Según los datos recopilados nos indica que el 75% considera que los servicios brindados dentro de Sabi Medic sí son eficientes, el 21% a veces, el 3% no y el 1% nunca. De acuerdo a estos resultados, se evidencia que la mayoría de los pacientes consideran que los servicios brindados por el centro sí son eficientes.

12. ¿Ud. Considera que el precio de los productos y servicios de Sabi Medic están acorde al mercado?

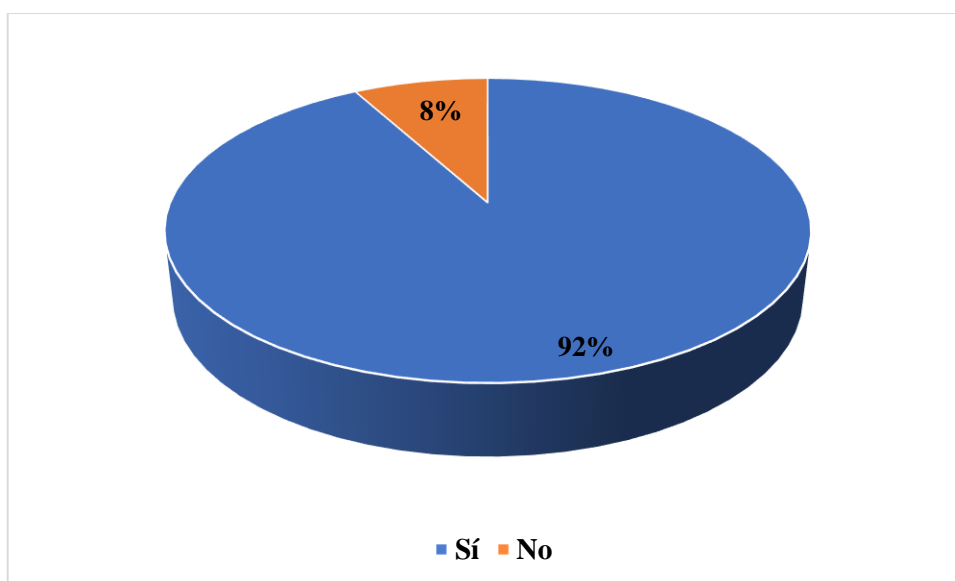
Tabla 13 Precio de los productos y servicios

Opción	Frecuencia	%
Sí	320	92%
No	28	8%
TOTAL	348	100%

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Gráfico 12 Precio de los productos y servicios



Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Análisis e Interpretación

Del total de los resultados obtenidos en el cuestionario el 92% considera que el precio de los productos y servicios de Sabi Medic sí están acorde al mercado y el 8% dijeron que no. Evidenciándose así que la mayoría de los encuestados consideran que el precio de los productos y servicios del centro médico sí están acorde al mercado.

4.1.2 Discusión de Resultados

La investigación de la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el centro Sabi Medic de Riobamba ha proporcionado una serie de hallazgos que, cuando se comparan con otras investigaciones similares, revelan tanto áreas de fortaleza como oportunidades de mejora.

Los pacientes han expresado una percepción positiva de la calidad del servicio, destacando la competencia del personal. Estudios realizados en centros de salud similares en América Latina han mostrado que la percepción de calidad está fuertemente influenciada por la capacitación del personal.

Los tiempos de espera han recibido comentarios mixtos, con algunos pacientes indicando que pueden ser mejorados. La investigación en otros centros de salud ha mostrado que el tiempo de espera es un factor crucial para la satisfacción del paciente. La comparación sugiere que Sabi Medic debería enfocarse en optimizar sus procesos para reducir los tiempos de espera, quizás mediante la implementación de sistemas de gestión de citas más eficientes.

El trato recibido por el personal ha sido altamente valorado por los pacientes. La calidad del trato del personal es un factor consistentemente destacado en la literatura. Sabi Medic está bien posicionado en este aspecto, pero la continua capacitación en habilidades interpersonales podría seguir mejorando esta área.

Aunque la comunicación ha sido evaluada positivamente, algunos pacientes desean explicaciones más detalladas sobre sus diagnósticos y tratamientos. La comunicación efectiva es fundamental para la satisfacción del paciente, como se ha visto en estudios realizados en otros países. Sabi Medic puede mejorar en este aspecto proporcionando formación adicional a su personal sobre técnicas de comunicación efectiva y asegurándose de que los pacientes reciban toda la información necesaria.

Los resultados obtenidos subrayan la importancia de una gestión eficaz de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes. La combinación de un personal bien capacitado, una comunicación efectiva y una infraestructura accesible y moderna forma la base para una atención médica de alta calidad que cumple con las expectativas de los pacientes.

4.1.3 Planteamiento de la Hipótesis

Chi Cuadrado

El estadístico ji-cuadrado (o chi cuadrado), que tiene distribución de probabilidad del mismo nombre, sirve para someter a prueba hipótesis referidas a distribuciones de frecuencias. En términos generales, esta prueba contrasta frecuencias observadas con las frecuencias esperadas de acuerdo con la hipótesis nula (Quevedo, 2011).

4.1.3.1 Hipótesis

Para la presente investigación se formularon dos hipótesis que se citarán a continuación:

Hipótesis de investigación (H₁): La gestión de la calidad del servicio incide en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

Hipótesis nulas (H₀): La gestión de la calidad del servicio no incide en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

4.1.3.1.1 Planteamiento de la regla de aceptación

Para la comprobación de la hipótesis se procede a aplicar la siguiente regla de aceptación:

H₁, se acepta si el valor de x^2 calculado es mayor o igual que el valor de x^2 en la tabla de distribución.

H₀, se acepta si el valor de x^2 calculado es menor que el valor de x^2 en la tabla de distribución.

Las preguntas que se emplearon para realizar la comprobación de la hipótesis a través del software estadístico SPSS con la prueba del Chi-Cuadrado fueron las siguientes:

Para la variable independiente se empleó la pregunta 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?, mientras que para la variable dependiente se utilizó la pregunta 11. ¿Los servicios brindados dentro de Sabi Medic son eficientes?

Tabla 14 Tabla cruzada

Tabla cruzada 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic? *11. ¿Los servicios brindados dentro de Sabi Medic son eficientes?								
			11. ¿Los servicios brindados dentro de Sabi Medic son eficientes?				Total	
			Sí	No	A veces	Nunca		
5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?	Una vez por semana	Recuento	107	2	3	0	112	
		% dentro de 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?	95,5%	1,8%	2,7%	0,0%	100,0%	
	Una vez por mes	Recuento	73	4	19	1	97	
		% dentro de 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?	75,3%	4,1%	19,6%	1,0%	100,0%	
	Varias veces al mes	Recuento	19	1	7	1	28	
		% dentro de 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?	67,9%	3,6%	25,0%	3,6%	100,0%	
	Ocasionalmente	Recuento	58	3	32	1	94	
		% dentro de 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?	61,7%	3,2%	34,0%	1,1%	100,0%	
	Raramente	Recuento	5	0	10	2	17	
		% dentro de 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?	29,4%	0,0%	58,8%	11,8%	100,0%	
	Total		Recuento	262	10	71	5	348
			% dentro de 5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?	75,3%	2,9%	20,4%	1,4%	100,0%

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Después de haber elaborado la tabla cruzada, se procedió a la elaboración de la prueba de Chi-Cuadrado en el mismo software estadístico, donde se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 15 Prueba Chi-Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	68,678 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	68,560	12	,000
Asociación lineal por lineal	52,726	1	,000
N de casos válidos	348		

a. 11 casillas (55,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,24.

Fuente: Software Estadístico SPSS.

Elaboración: Maygua Jennifer (2024).

Los grados de libertad se obtuvieron con la siguiente fórmula:

$$Gl = (Filas - 1)(Columnas - 1)$$

$$Gl = (5 - 1)(4 - 1)$$

$$Gl = (4)(3)$$

$$Gl = 12$$

Ilustración 3 Distribución Chi-Cuadrado

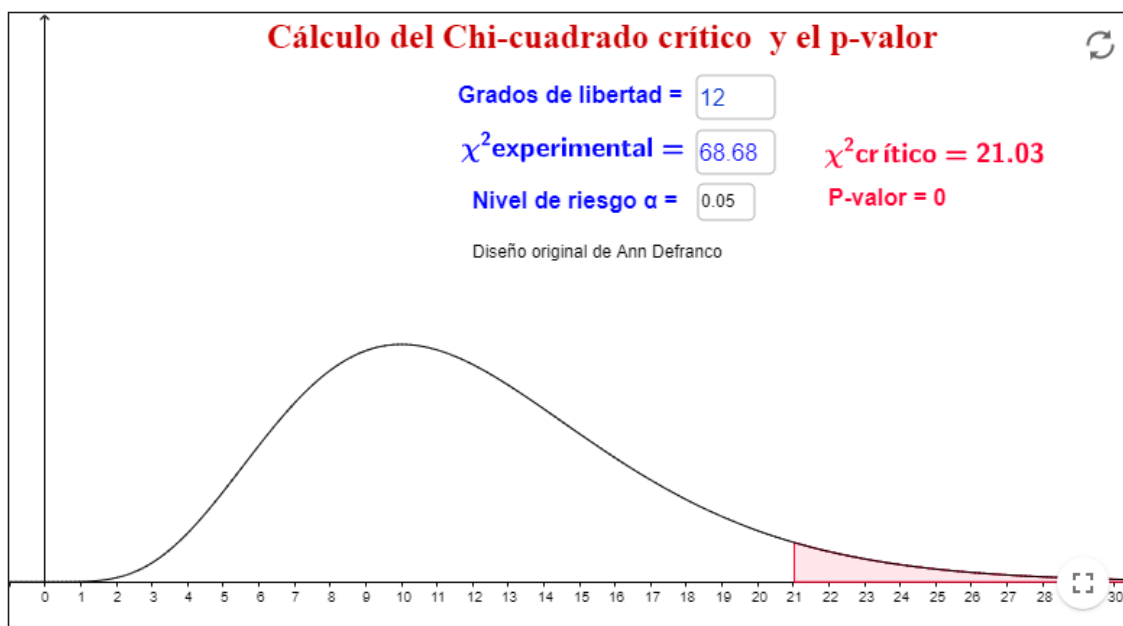
DF	P										
	0.995	0.975	0.2	0.1	0.05	0.025	0.02	0.01	0.005	0.002	0.001
1	.0004	.00016	1.642	2.706	3.841	5.024	5.412	6.635	7.879	9.55	10.828
2	0.01	0.0506	3.219	4.605	5.991	7.378	7.824	9.21	10.597	12.429	13.816
3	0.0717	0.216	4.642	6.251	7.815	9.348	9.837	11.345	12.838	14.796	16.266
4	0.207	0.484	5.989	7.779	9.488	11.143	11.668	13.277	14.86	16.924	18.467
5	0.412	0.831	7.289	9.236	11.07	12.833	13.388	15.086	16.75	18.907	20.515
6	0.676	1.237	8.558	10.645	12.592	14.449	15.033	16.812	18.548	20.791	22.458
7	0.989	1.69	9.803	12.017	14.067	16.013	16.622	18.475	20.278	22.601	24.322
8	1.344	2.18	11.03	13.362	15.507	17.535	18.168	20.09	21.955	24.352	26.124
9	1.735	2.7	12.242	14.684	16.919	19.023	19.679	21.666	23.589	26.056	27.877
10	2.156	3.247	13.442	15.987	18.307	20.483	21.161	23.209	25.188	27.722	29.588
11	2.603	3.816	14.631	17.275	19.675	21.92	22.618	24.725	26.757	29.354	31.264
12	3.074	4.404	15.812	18.549	21.026	23.337	24.054	26.217	28.3	30.957	32.909
13	3.565	5.009	16.985	19.812	22.362	24.736	25.472	27.688	29.819	32.535	34.528
14	4.075	5.629	18.151	21.064	23.685	26.119	26.873	29.141	31.319	34.091	36.123
15	4.601	6.262	19.311	22.307	24.996	27.488	28.259	30.578	32.801	35.628	37.697
16	5.142	6.908	20.465	23.542	26.296	28.845	29.633	32	34.267	37.146	39.252

Fuente: <https://statologos.com/como-leer-la-tabla-de-distribucion-chi-cuadrado/>

Considerando los grados de libertad calculados (12) y el valor de la significancia establecido (0,05) se procede al cruce de los dos valores en la tabla de distribución del Chi Cuadrado obteniendo el valor 21,026.

Se notó que el Chi-Cuadrado calculado a través del SPSS fue 68,678 y el determinado dentro de la distribución es 21,026.

Ilustración 4 Distribución del Chi-Cuadrado



Fuente: <https://www.geogebra.org/m/YQCfcR2J>

Después de haber realizado cada uno de los procedimientos se llegó a la siguiente conclusión, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa: **La gestión de la calidad del servicio incide en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.**, de acuerdo a los valores obtenidos en la prueba del Chi-Cuadrado, ya que el valor calculado es mayor al valor de la tabla de distribución del Chi-Cuadrado ($68,678 > 21,026$), se comprueba la hipótesis planteada de acuerdo a la regla de aceptación: **H₁**, se acepta si el valor de x^2 calculado es mayor o igual que el valor de x^2 en la tabla de distribución.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ✓ La gestión de la calidad del servicio en el centro Sabi Medic de Riobamba tiene un impacto significativo en la satisfacción de los clientes. Los resultados obtenidos muestran una correlación positiva entre la implementación de prácticas de calidad y la percepción positiva de los clientes respecto a los servicios recibidos. Estos hallazgos subrayan la importancia de una gestión enfocada en la calidad para garantizar experiencias satisfactorias y fortalecer la fidelidad de los clientes en el centro Sabi Medic.
- ✓ El diagnóstico de la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el centro Sabi Medic de Riobamba revela áreas de mejora y fortaleza. Se identificaron aspectos positivos en la atención al cliente, pero también se detectaron oportunidades para optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente. Este análisis proporciona una base sólida para implementar estrategias específicas que fortalezcan aún más la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en Sabi Medic.
- ✓ El nivel de satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic en Riobamba se revela como variado, con una tendencia mayoritaria hacia experiencias positivas. Sin embargo, se han identificado áreas de oportunidad donde se pueden implementar mejoras para elevar aún más la satisfacción del cliente. Este análisis proporciona una visión integral de las percepciones y expectativas de los clientes, permitiendo a Sabi Medic desarrollar estrategias específicas para fortalecer su compromiso con la excelencia en el servicio y mejorar continuamente la satisfacción del cliente.
- ✓ La propuesta de estrategias de gestión de la calidad del servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en el centro Sabi Medic implica una combinación de enfoques centrados en el cliente, capacitación del personal, implementación de tecnologías y retroalimentación continua. Al priorizar la comunicación efectiva, la personalización de los servicios y la resolución rápida de problemas, Sabi Medic puede crear un entorno donde la satisfacción del cliente se eleve significativamente. Estas estrategias no solo fortalecerán la relación con los

clientes existentes, sino que también atraerán a nuevos clientes, consolidando así la posición de Sabi Medic como líder en la atención de salud en Riobamba.

5.2 Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que el centro continúe priorizando y fortaleciendo sus prácticas de calidad. Para mantener y mejorar aún más la percepción positiva de los clientes, Sabi Medic debería considerar la implementación de programas de formación continua para el personal, la recopilación regular de retroalimentación del cliente y la actualización constante de sus procesos para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes. Estas acciones ayudarán a mantener altos niveles de satisfacción del cliente y a fomentar la fidelidad a largo plazo hacia Sabi Medic en la comunidad de Riobamba.
- ✓ Basándose en el diagnóstico que revela tanto áreas de mejora como fortalezas en la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Sabi Medic, se recomienda que el centro priorice la implementación de estrategias específicas para abordar las oportunidades identificadas. Al enfocarse en áreas de mejora, Sabi Medic puede fortalecer su compromiso con la calidad del servicio y garantizar una experiencia excepcional para sus clientes en Riobamba.
- ✓ De acuerdo a la variabilidad del nivel de satisfacción de los clientes de Sabi Medic en Riobamba y en las áreas de oportunidad identificadas, se recomienda al centro implementar un enfoque proactivo para abordar las necesidades y expectativas individuales de los clientes. Esto podría incluir la personalización de servicios, la ampliación de opciones de comunicación para recibir retroalimentación del cliente y la mejora continua de los procesos internos para garantizar una experiencia consistente y satisfactoria.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1 Título

Mejora de la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el centro Sabi Medic de Riobamba

6.2 Objetivo

Emplear diferentes estrategias para que los clientes tengan la certeza de que asisten a un lugar dónde recibirá el mejor servicio médico.

6.3 Desarrollo

Tabla 16 Propuesta

Estrategias	Problema	Objetivo	Actividades	Responsable de la ejecución
Planificación Estratégica basado en modelo basado en problemas	La falta de planificación de manera correcta	Mejorar la planificación estratégica que surge por la falta de recursos humanos debido a su mala distribución y contratación.	Realizar la formación de un equipo estable en la oficina para que la gerente pueda desenvolverse de la mejor manera ya que le permitirá prevenir problemas o tener tiempo para solucionarlos.	Gerente Nut. Yomaira Méndez
Planificación estratégica modelo de alineación	La ejecución de los procesos que se emplean al momento de brindar el servicio a sus clientes	Mejorar la ejecución de los procesos enfocándonos principalmente en cada uno de los miembros del	Evaluar cada uno de los objetivos o metas trazadas para la empresa de esa manera detectar en que área les impide crecer como empresa de tal forma	Gerente Nut. Yomaira Méndez y médicos de cada especialidad

		personal para que cumplan sus metas propuestas	que les permite reformula, actualizar cada plan estratégico con soluciones nuevas	
Estrategia del servicio de calidad	El tiempo para la atención a los pacientes es de poco tiempo por lo que se sienten incómodos al tener que esperar para ser atendidos	Incluir estrategias y mejorar los tiempos de atención para la satisfacción de los clientes incluyendo personal de apoyo	En caso de ser necesario realizar por horas un personal médico de apoyo.	Gerente Nut. Yomaira Méndez y cada médico especialista
Estrategia de distribución efectiva	La mala distribución de los consultorios de cada especialidad	Cambiar de manera correcta cada uno de los espacios del centro médico para que los servicios y productos sean los adecuados y lleguen a los pacientes	Subdividir los consultorios que no sean necesarios aprovechando cada espacio del centro médico.	Gerente Nut. Yomaira Mendez
Estrategia de marketing	No se realiza un seguimiento constante a cada paciente post-consulta	Permanecer en contacto con los clientes para realizar promociones por fechas o días importantes donde	Esta actualizados tanto en la tecnología avanzada y capacitar a cada uno de los especialistas médicos en los temas de campañas de Google	Todo el personal del centro medico

		el cliente se anima a seguir acudiendo al consultorio.	Ads para médicos, posicionamiento local con una página web del consultorio, reseña para posesionar la oferta médica.	
--	--	--	--	--

Elaboración: Maygua Jennifer (2024)

Dentro del centro médico después de realizar la investigación pertinente se ve la necesidad de emplear estrategias para que los clientes se encuentren satisfechos con los servicios brindados y así convertirse en un cliente fiel.

Estrategias planteadas para la mejora de la calidad del servicio a los clientes en Sabi Medic.

REFERENCIAS

- Alfonso, Y. (5 de junio de 2019). *Servicio: qué es, características, clasificación y tipos*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/servicio-que-es-caracteristicas-clasificacion-y-tipos/>
- Anónimo. (8 de enero de 2021). *Gestión de la calidad del servicio: cinco dimensiones a tener en cuenta*. Obtenido de USAT Educación Continua: <http://especializate.usat.edu.pe/blog/gestion-de-la-calidad-del-servicio-cinco-dimensiones-a-tener-en-cuenta/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20calidad,el%20servicio%20postventa%2C%20entre%20otras.>
- Apeña, C. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente para mejorar la atención del personal de preventa de una distribuidora de consumo masivo, Distrito de Santa Anita, 2021. [Tesis de pregrado]*. Repositorio Académico USMP, Lima.
- Barbosa, S. (11 de noviembre de 2021). *Conceptos de calidad: todo lo que usted necesita saber*. Obtenido de paripassu: <https://www.paripassu.com.br/es/blog/conceptos-de-calidad>
- Bastis Consultores. (8 de noviembre de 2021). *Método Hipotético Deductivo*. Obtenido de Online-Tesis: <https://online-tesis.com/metodo-hipotetico-deductivo/>
- Cardozo, L. (1 de marzo de 2021). *Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales*. Obtenido de Zenvia: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Cerem Comunicación. (17 de octubre de 2022). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente*. Obtenido de Cerem: <https://www.cerem.ec/blog/calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente>
- Chavez, J. (2023). *Satisfacción del cliente*. Obtenido de CEUPE: <https://www.ceupe.com/blog/satisfaccion-del-cliente.html>
- da Silva, D. (5 de mayo de 2022). *¿Por qué aplicar un sistema de gestión de calidad con enfoque al cliente en tu empresa?* Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/sistema-de-gestion-de-calidad-con-enfoque->

- al-
- cliente/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20es,lealtad%20y%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente.
- Flores, J. (2022). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la Empresa Casa Blanca. [Tesis de pregrado]*. Repositorio de la Universidad Continental, Huancayo.
- GPL Research Consultores. (2024). *Coeficiente Alfa de Cronbach*. Obtenido de GPL Research Consultores: <https://gplresearch.com/coeficiente-alfa-de-cronbach/>
- Hammond, M. (20 de enero de 2023). *Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Hidalgo, M. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato. [Tesis de postgrado]*. Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Lucas, A. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López. [Tesis de pregrado]*. Repositorio de la Universidad Estatal del Sur de Manabí "UNESUM", Jipijapa.
- Noboa, C. (2021). *Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa Cerámicas y Mega Akabados El Descuento. [Tesis de pregrado]*. Repositorio de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba.
- Pozo, J. (2023). *Satisfacción de clientes*. Obtenido de El viaje del cliente: <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>
- QuestionPro. (2023). *Satisfacción del cliente*. Obtenido de QuestionPro: https://www.questionpro.com/es/satisfaccion-al-cliente.html#factores_intervienen_en_satisfaccion_del_cliente
- Quevedo, F. (12 de diciembre de 2011). La prueba de ji-cuadrado. *Medwave*, XI(12), 1-5. Obtenido de <https://www.medwave.cl/series/MBE04/5266.html>
- Quintana, C. (14 de febrero de 2022). *atisfacción del cliente: qué es y cómo se mide*. Obtenido de Oberlo: <https://www.oberlo.es/blog/satisfaccion-del-cliente>

Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. [Tesis de postgrado]*. Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.

Salesforce LATAM. (19 de septiembre de 2022). *Satisfacción del Cliente: qué es y ejemplos de encuestas*. Obtenido de Salesforce LATAM blog:
<https://www.salesforce.com/mx/blog/satisfaccion-del-cliente/>

Vanegas, K. (2021). *Satisfacción del cliente: ¿Cuál es su importancia?* Obtenido de dinterweb: <https://blog.dinterweb.com/valor-del-producto-vs-valor-del-cliente>

ANEXOS

8.1 Cuestionario

1. ¿Esta Ud. satisfecho con la atención recibida en Sabi Medic?

- a) Muy Satisfecho ()
- b) Satisfecho ()
- c) Ni satisfecho, ni insatisfecho ()
- d) Insatisfecho ()
- e) Muy insatisfecho ()

2. ¿Cómo considera nuestra reacción ante la resolución de un problema en Sabi Medic?

- a) Muy eficiente ()
- b) Eficiente ()
- c) Ni eficiente, ni ineficiente ()
- d) Ineficiente ()
- e) Muy ineficiente ()

3. ¿Cómo le pareció a usted la información obtenida por parte de nuestra gerente de Sabi Medic?

- a) Muy eficiente ()
- b) Eficiente ()
- c) Ni eficiente, ni ineficiente ()
- d) Ineficiente ()
- e) Muy ineficiente ()

4. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a visitar el centro Sabi Medic?

- a) Muy probable ()
- b) Probable ()
- c) Poco probable ()
- d) Nada probable ()

5. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Sabi Medic?

- a) Una vez por semana ()
- b) Una vez por mes ()
- c) Varias veces al mes ()
- d) Ocasionalmente ()
- e) Raramente ()

6. ¿Considera usted que el centro Sabi Medic cuenta con una buena distribución de los consultorios?

- a) Sí ()
- b) No ()

7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de Sabi Medic?

- a) Muy satisfecho ()

- b) Satisfecho
- c) Ni satisfecho, ni insatisfecho
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho

8. ¿Considera usted que el tiempo empleado para la solución de los problemas es óptimo?

- a) Sí
- b) No

9. ¿Considera usted que para mantener un cliente fiel es necesario satisfacer sus necesidades?

- a) Sí
- b) No

10. ¿Los productos ofertados en el centro Sabi Medic satisfacen las necesidades de los consumidores?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces
- d) Nunca


11. ¿Los servicios brindados dentro de Sabi Medic son eficientes?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces
- d) Nunca

12. ¿Ud. Considera que el precio de los productos y servicios de Sabi Medic están acorde al mercado?

- a) Sí
- b) No

8.2 Entrevista clientes internos

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL

Objetivo: Determinar la incidencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

Instrucciones: marcar en la casilla que corresponda

Datos personales

Genero

Masculino
 Femenino

Edad

22 a 27
 28 a 33
 34 a 39
 40 a 45

Cargo que desempeña
Administrativa

CUESTIONARIO

1. ¿Cuántos pacientes aproximadamente atiende durante el día?


0-5	6-10	11-15	16-20	21 más
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿Según su criterio como califica el ambiente laboral del centro Sabi Medic?

Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cómo considera Ud. que se encuentran las instalaciones del centro Sabi Medic para prestar el servicio?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

4. ¿Cómo considera usted que es la solución de problemas dentro de Sabi Medic?

Muy eficiente	Eficiente	Ni eficiente, ni ineficiente	Ineficiente	Muy ineficiente
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿A través de qué medio se pone en contacto con los pacientes?

Llamada	Mensaje de texto	Correo electrónico	Redes sociales	Ninguno
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cómo considera usted que es el ambiente institucional?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL

Objetivo: Determinar la incidencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

Instrucciones: marcar en la casilla que corresponda

Datos personales

Genero

- Masculino
 Femenino

Edad

- 22 a 27
 28 a 33
 34 a 39
 40 a 45

Cargo que desempeña

Fisioterapeuta

CUESTIONARIO

1. ¿Cuántos pacientes aproximadamente atiende durante el día?

0-5	6-10	11-15	16-20	21 más
✓				

2. ¿Según su criterio como califica el ambiente laboral del centro Sabi Medic?

Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima
	✓			

3. ¿Cómo considera Ud. que se encuentran las instalaciones del centro Sabid Medic para prestar el servicio?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
		✓		

4. ¿Cómo considera usted que es la solución de problemas dentro de Sabi Medic?

Muy eficiente	Eficiente	Ni eficiente, ni ineficiente	Ineficiente	Muy ineficiente
	✓			

5. ¿A través de qué medio se pone en contacto con los pacientes?

Llamada	Mensaje de texto	Correo electrónico	Redes sociales	Ninguno
	✓			

6. ¿Cómo considera usted que es el ambiente institucional?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
	✓			

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
 ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL

Objetivo: Determinar la incidencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.

Instrucciones: marcar en la casilla que corresponda

Datos personales

Genero

Masculino

Femenino

Edad

22 a 27

28 a 33

34 a 39

40 a 45

Cargo que desempeña

..Medico General.....

CUESTIONARIO

1. ¿Cuántos pacientes aproximadamente atiende durante el día?

0-5	6-10	11-15	16-20	21 más
X				

2. ¿Según su criterio como califica el ambiente laboral del centro Sabi Medic?

Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima
	X			

3. ¿Cómo considera Ud. que se encuentran las instalaciones del centro Sabid Medic para prestar el servicio?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
	X			

4. ¿Cómo considera usted que es la solución de problemas dentro de Sabi Medic?

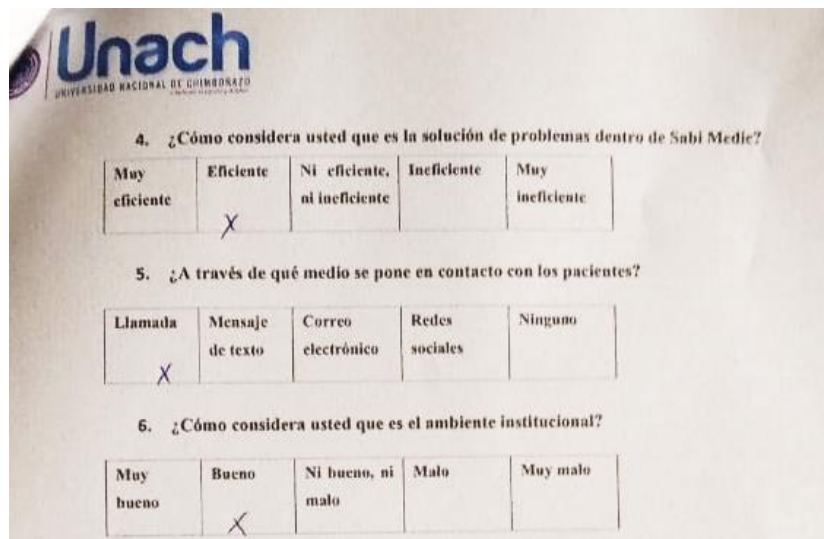
Muy eficiente	Efficiente	Ni eficiente, ni ineficiente	Ineficiente	Muy ineficiente
	X			

5. ¿A través de qué medio se pone en contacto con los pacientes?

Llamada	Mensaje de texto	Correo electrónico	Redes sociales	Ninguno
X				

6. ¿Cómo considera usted que es el ambiente institucional?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
	X			



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL

Objetivo: Determinar la incidencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Babamba.

Instrucciones: marcar en la casilla que corresponda

Datos personales

Genero

- Masculino
 Femenino

Edad

- 22 a 27
 28 a 33
 34 a 39
 40 a 45

Cargo que desempeña

Psicóloga Clínica

CUESTIONARIO

1. ¿Cuántos pacientes aproximadamente atiende durante el día?

0-5	6-10	11-15	16-20	21 más
X				

2. ¿Según su criterio como califica el ambiente laboral del centro Sabi Medic?

Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima
	X			

3. ¿Cómo considera Ud. que se encuentran las instalaciones del centro Sabi Medic para prestar el servicio?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
	X			

4. ¿Cómo considera usted que es la solución de problemas dentro de Sabi Medic?

Muy eficiente	Eficiente	Ni eficiente, ni ineficiente	Ineficiente	Muy ineficiente
		X		

5. ¿A través de qué medio se pone en contacto con los pacientes?

Llamada	Mensaje de texto	Correo electrónico	Redes sociales	Ninguno
			X	

6. ¿Cómo considera usted que es el ambiente institucional?

Muy bueno	Bueno	Ni bueno, ni malo	Malo	Muy malo
	X			

8.3 Matriz de Consistencia

“LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL CENTRO SABI MEDIC DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.”

Formulación del problema	Objetivo general	Hipótesis general
¿Cómo incide la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba?	Determinar la incidencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.	La gestión de la calidad del servicio incide en la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.
Problemas derivados	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
¿Cuál es la situación actual de la gestión de la calidad del servicio en el centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba?	Diagnosticar la situación actual de la gestión de la calidad del servicio en el centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.	
¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba?	Identificar el nivel de satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba.	
¿Qué estrategias de la gestión de la calidad del servicio puede elevar la satisfacción de los clientes del centro Sabi Medic de la ciudad de Riobamba?	Proponer estrategias de la gestión de la calidad del servicio para elevar la satisfacción del cliente del centro Sabi Medic.	

8.4 Operacionalización de las variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de la calidad del servicio

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación entre el consumidor y la marca. La clave para ese soporte está en la construcción de buenas relaciones y un ambiente positivo, servicial y amigable, que garantice a los clientes salir con una buena impresión (Cardozo, 2021).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias y acciones • Consumidor y marca • Ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Solución de problemas • Comunicación eficaz • Número de consumidores • Fidelidad del consumidor • Frecuencia de visita • Ambiente laboral • Instalaciones • Distribución de consultorios 	<p style="text-align: center;">Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Entrevista <p style="text-align: center;">Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuestionario de Encuesta ➤ Guía de Entrevista

Elaborado por: Jennifer Maygua

VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción de los clientes

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>La satisfacción del cliente es el grado de felicidad y realización que percibe un cliente con los productos y servicios de una empresa, así como con la atención general que le brinda la empresa y la marca. En otras palabras, es el nivel con el cual un vendedor logra satisfacer las expectativas del consumidor con sus productos y servicios (Quintana, 2022).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de felicidad • Productos y servicios • Expectativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes satisfechos • Tiempo en solución de problemas • Clientes fieles • Tipo de productos • Eficiencia o rendimiento • Precio • Solución de problemas • Contacto con el cliente • Ambiente institucional 	<p style="text-align: center;">Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Entrevista <p style="text-align: center;">Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuestionario de Encuesta ➤ Guía de Entrevista

Elaborado por: Jennifer Maygua

8.5 Datos SPSS

TESIS PAOLA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 12 de 12 variables

	SATISFACCIO NSERVICIO	REACCIONRE SOLUCIONPR OBLE	INFORMACIO NGERENTE	PROBABIL IDADVISIT A	FRECUE NCIAAUTI ZASERVI	DISTRIBU CIONCON NSULTO...	NIVELSATI SFACCION	TIEMPOF ESOLUC ONPROB	CLIENTE FIEL	PRODUC TOSABE MEDIC	SERVICI OSEFICI ENTES	PRECIO PRODUC TOSERVI	var	var
1	Muy satisfecho	Eficiente	Eficiente	Muy probable	Ocasional...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
2	Satisfecho	Eficiente	Eficiente	Probable	Una vez po...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
3	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Una vez po...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
4	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Ocasional...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
5	Satisfecho	Eficiente	Eficiente	Probable	Una vez po...	No	Satisfecho	Sí	Sí	A veces	A veces	Sí		
6	Satisfecho	Eficiente	Eficiente	Muy probable	Una vez po...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
7	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Ocasional...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
8	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Una vez po...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
9	Satisfecho	Eficiente	Eficiente	Probable	Una vez po...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
10	Satisfecho	Eficiente	Eficiente	Probable	Varias vec...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
11	Satisfecho	Eficiente	Eficiente	Probable	Ocasional...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	A veces	A veces	Sí		
12	Satisfecho	Eficiente	Eficiente	Probable	Ocasional...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
13	Satisfecho	Muy eficiente	Eficiente	Muy probable	Varias vec...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
14	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Una vez po...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
15	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Varias vec...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
16	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Varias vec...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
17	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Una vez po...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
18	Muy satisfecho	Eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Una vez po...	Sí	Satisfecho	Sí	Sí	Sí	Sí			
19	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Varias vec...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
20	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Una vez po...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			
21	Muy satisfecho	Muy eficiente	Muy eficiente	Muy probable	Varias vec...	Sí	Muy satisfac...	Sí	Sí	Sí	Sí			

Vista de datos Vista de variables