



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Hotelería

**Análisis de la calidad en los servicios de hospitalización basado en el modelo ServQual en el Hospital “Homero Castanier Crespo” de la ciudad de Azogues**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
Licenciada en Hotelería.

**Autoras:**

Rocío Isabel Carabajo Sinchi  
CI: 0107217481

Cinthy Pamela Ocampo Chacha  
CI: 0106550445

**Director:**

Mg. Santiago Domingo Carpio Álvarez  
CI: 0102215910

**Cuenca, Ecuador**

08-febrero-2021



## Resumen

La calidad hospitalaria es de vital importancia dentro de los establecimientos de salud, ya que de esto depende el bienestar de los usuarios. El presente trabajo tiene como objetivo analizar la calidad de los servicios de hospitalización que presta el Hospital “Homero Castanier Crespo” de la ciudad de Azogues, basado en la metodología ServQual. La metodología tiene por objetivo identificar las expectativas y percepciones de los usuarios antes y después del servicio prestado por parte del equipo médico y personal en general, ya que ellos están vinculados directamente con la prestación de servicio.

El área de hospitalización hace referencia al lugar donde se encuentran los pacientes que están en recuperación, después de haberse sometido a un procedimiento médico, en este departamento es donde se puede evidenciar la calidad de servicio que el hospital brinda al usuario y / o familiares.

Para evaluar la calidad se realizaron encuestas a los pacientes y familiares de los pacientes, estas encuestas han sido adaptadas al hospital y aplicadas en el área de hospitalización, las mismas están constituidas por veinte y dos preguntas que contemplan las 5 dimensiones del modelo ServQual.

Gracias a la presente investigación realizada se pudo analizar cuáles son las deficiencias que tiene el hospital, y así se plantearon recomendaciones y propuestas de mejora basadas en las falencias que se encontraron, así mismo su aplicación ayudaría a mejorar la calidad de servicio en el área de hospitalización.

**Palabras claves:** Modelo ServQual. Hospitalidad. Hospitalización. Calidad. Servicio. Mejora continua.



## **Abstract**

Hospital quality is of vital importance within health facilities, as this depends on the well-being of users. The purpose of this work is to analyze the quality of the hospitalization services provided by the hospital "Homero Castanier Crespo" in the city of Azogues, based on the SERVQUAL methodology. The methodology aims to identify the expectations and perceptions of users before and after the service provided by the medical team and staff in general, since they are directly linked to the provision of service.

The hospitalization area refers to the place where patients who are recovering are located, after having undergone a medical procedure, in this department is where it can be evidenced the quality of service that the hospital provides to the user and/ or family members.

In order to assess quality, surveys were carried out to patients and patients' relatives, these surveys have been adapted to the hospital and applied in the hospitalization area, they comprise twenty-two questions including the 5 dimensions of the SERVQUAL model.

This research was able to analyze what deficiencies the hospital has, and thus recommendations and improvement proposals were made based on the shortcomings that were found; additionally, its application would help to improve the service quality in the area of hospitalization.

Keywords: SERVQUAL model. Hospitality. Hospitalization. Quality. Service. Continuous improvement.

Trabajo de titulación: Análisis de la Calidad en los servicios de Hospitalización basado en el modelo SERVQUAL en el hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de Azogues.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Autores: Carabajo Sinchi Rocio Isabel y Ocampo Chacha Cinthya  
Pamela Mg. Santiago Carpio Alvarez.

Certificado de Precisión FCH-TR-HTL-125

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

A handwritten signature in blue ink that reads 'Guido E Abad'.

\_\_\_\_\_

guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 03 de diciembre  
de 2020

Elaborado por: GEAV \_\_\_\_\_

cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora



## Índice de Contenidos

Resumen	2
Abstract	3
Índice de Gráficos	8
Índice de tablas	10
Dedicatoria	15
Agradecimiento	16
Dedicatoria	17
Agradecimiento	18
Introducción	19
CAPÍTULO 1.	20
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	20
1.1 Definición de Hotelería Hospitalaria .....	20
1.2 Calidad de servicio .....	21
1.2.1 Definición de calidad .....	21
1.2.2 Definición de calidad de servicio .....	23
1.2.3 Importancia de la calidad de servicio.....	24
1.2.4 Modelos de sistema de calidad .....	25
1.2.4.1 Modelo ServQual.....	26
1.2.4.2 Sistemas de Gestión de Calidad: ISO 9001:2015.....	28
Ciclo PHVA de Deming. ....	30
1.2.4.3 El Modelo Malcolm Baldrige .....	31
1.2.4.4 El Modelo de Excelencia Europea EFQM.....	33
1.2.4.5 Esquema Lógico de REDER .....	35
1.3 Satisfacción al cliente .....	36
1.3.1 Definición de satisfacción al cliente .....	36



1.3.2	Importancia de satisfacción al cliente .....	37
1.4	Hospital Homero Castanier Crespo .....	38
1.4.1	Historia del hospital .....	38
1.4.2	Información del hospital.....	40
1.4.3	Misión del hospital .....	41
1.4.4	Visión del hospital .....	41
1.4.5	Organigrama del hospital .....	41
1.4.6	Servicios del que ofrece el hospital .....	42
CAPÍTULO 2.		47
EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL HOSPITAL HOMERO CASTANIER CRESPO		47
2.1	Metodología ServQual .....	47
2.2.1	Historia de la metodología ServQual .....	47
2.1.2	Expectativa.....	49
2.1.3	Percepción .....	50
2.2	Dimensiones del modelo ServQual .....	50
2.3	Modelo de las brechas.....	56
2.3.1	Diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa.....	57
2.3.2	Diferencia entre las percepciones de los directivos de la empresa y las especificaciones de las normas de calidad.....	57
2.3.3	Diferencia entre las normas de calidad del servicio y el servicio ofrecido. .....	57
2.3.4	Discrepancia entre la prestación del servicio y lo que se comunica al cliente sobre el mismo.....	58
2.3.5	Diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones que ellos reciben. ....	58
2.4	Encuesta de la metodología ServQual.....	59
CAPÍTULO 3.		89



ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS, PROPUESTA DE MEJORA Y RECOMENDACIONES.	89
3.1 Interpretación de los resultados obtenidos mediante el sistema de recolección de datos.	89
3.2 Matriz de recomendaciones dirigida al área de Servicios de Hospitalización basado en las dimensiones del modelo ServQual. ....	106
Conclusión	119
Recomendaciones	120
Bibliografía	121
Anexos	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



## Índice de Gráficos

<b>Ilustración 1:</b> Ciclo de mejora continúa PHVA de Deming .....	31
<b>Ilustración 2:</b> Hospital Tres de noviembre .....	38
<b>Ilustración 3:</b> Hospital Homero Castanier Crespo.....	39
<b>Ilustración 4:</b> Ubicación Hospital Homero Castanier Crespo .....	40
<b>Ilustración 5:</b> Organigrama del Hospital “Homero Castanier Crespo” .....	42
<b>Ilustración 6:</b> Significado de las dimensiones del modelo ServQual .....	48
<b>Ilustración 7:</b> Conceptos relacionados a la dimensión de “Fiabilidad” .....	51
<b>Ilustración 8:</b> Conceptos relacionados a la dimensión “Capacidad de respuesta”. .....	52
<b>Ilustración 9:</b> Conceptos relacionados a la dimensión “Empatía”. .....	53
<b>Ilustración 10:</b> Conceptos relacionados a la dimensión “Seguridad”. .....	54
<b>Ilustración 11:</b> Conceptos relacionados a la dimensión “Elementos tangibles” ...	55
<b>Ilustración 12:</b> Modelo de las cinco brechas de la calidad del servicio .....	56
<b>Ilustración 13:</b> Encuesta ServQual.....	60
<b>Ilustración 14:</b> Pregunta 1 de la encuesta .....	66
<b>Ilustración 15:</b> Pregunta 2 de la encuesta .....	67
<b>Ilustración 16:</b> Pregunta 3 de la encuesta .....	68
<b>Ilustración 17:</b> Pregunta 4 de la encuesta .....	69
<b>Ilustración 18:</b> Pregunta 5 de la encuesta .....	70
<b>Ilustración 19:</b> Pregunta 6 de la encuesta .....	71
<b>Ilustración 20:</b> Pregunta 7 de la encuesta .....	72
<b>Ilustración 21:</b> Pregunta 8 de la encuesta .....	73
<b>Ilustración 22:</b> Pregunta 9 de la encuesta .....	74
<b>Ilustración 23:</b> Pregunta 10 de la encuesta .....	75
<b>Ilustración 24:</b> Pregunta 11 de la encuesta .....	76
<b>Ilustración 25:</b> Pregunta 12 de la encuesta .....	77
<b>Ilustración 26:</b> Pregunta 13 de la encuesta .....	78
<b>Ilustración 27:</b> pregunta 14 de la encuesta .....	79
<b>Ilustración 28:</b> Pregunta 15 de la encuesta .....	80
<b>Ilustración 29:</b> Pregunta 16 de la encuesta .....	81
<b>Ilustración 30:</b> Pregunta 17 de la encuesta .....	82
<b>Ilustración 31:</b> Pregunta 18 de la encuesta .....	83
<b>Ilustración 32:</b> Pregunta 19 de la encuesta .....	84
<b>Ilustración 33:</b> Pregunta 20 de la encuesta .....	85
<b>Ilustración 34:</b> Pregunta 21 de la encuesta .....	86





<b>Ilustración 35:</b> Pregunta 22 de la encuesta .....	87
<b>Ilustración 36:</b> Resultados de la expectativa y la percepción .....	88
<b>Ilustración 37:</b> Género de los encuestados .....	89
<b>Ilustración 38:</b> Nivel de estudio .....	90
<b>Ilustración 39:</b> Ocupación.....	92
<b>Ilustración 40:</b> Edad .....	93
<b>Ilustración 41:</b> Resultados de la dimensión elementos tangibles.....	95
<b>Ilustración 42:</b> Promedio dimensión elementos tangibles.....	95
<b>Ilustración 43:</b> Resultados de la dimensión fiabilidad .....	97
<b>Ilustración 44:</b> Promedio dimensión fiabilidad .....	97
<b>Ilustración 45:</b> Resultados de la dimensión capacidad de respuesta .....	99
<b>Ilustración 46:</b> Promedio dimensión capacidad de respuesta.....	99
<b>Ilustración 47:</b> Resultados de la dimensión seguridad .....	101
<b>Ilustración 48:</b> Promedio dimensión seguridad.....	101
<b>Ilustración 49:</b> Resultados de la dimensión empatía .....	103
<b>Ilustración 50:</b> Promedio dimensión empatía .....	103
<b>Ilustración 51:</b> Resultados generales .....	105
<b>Ilustración 52:</b> Promedio general .....	105



## Índice de tablas

Tabla 1 .....	64
Tabla 2 .....	88
Tabla 3 .....	89
Tabla 4 .....	90
Tabla 5 .....	91
Tabla 6 .....	93
Tabla 7 .....	94
Tabla 8 .....	96
Tabla 9 .....	98
Tabla 10 .....	100
Tabla 11 .....	102
Tabla 12 .....	104
Tabla 13 .....	108
Tabla 14 .....	109
Tabla 15 .....	110
Tabla 16 .....	112
Tabla 17 .....	113
Tabla 18 .....	114
Tabla 19 .....	115
Tabla 20 .....	116
Tabla 21 .....	117
Tabla 22 .....	118



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Rocío Isabel Carabajo Sinchi en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis de la calidad en los servicios de hospitalización basado en el modelo ServQual en el Hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de Azogues", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 07 de enero de 2021

---

Rocío Isabel Carabajo Sinchi

C.I: 0107217481



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Cinthy Pamela Ocampo Chacha en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis de la calidad en los servicios de hospitalización basado en el modelo ServQual en el Hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de Azogues", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 25 de Noviembre de 2020

Cinthy Pamela Ocampo Chacha

C.I: 0106550445



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Rocío Isabel Carabajo Sinchi, autor/a del trabajo de titulación "Análisis de la calidad en los servicios de hospitalización basado en el modelo ServQual en el Hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de Azogues", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 07 de enero de 2021

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials and a surname, positioned above a horizontal line.

Rocío Isabel Carabajo Sinchi

C.I.: 0107217481



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Cinthy Pamela Ocampo Chacha autor/a del trabajo de titulación "Análisis de la calidad en los servicios de hospitalización basado en el modelo ServQual en el Hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de Azogues", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 25 de Noviembre de 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cinthy', written over a horizontal line.

Cinthy Pamela Ocampo Chacha

C.I: 0106550445



## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis primero a Dios por darme la fuerza para continuar con mis estudios.

A mi familia que siempre me ha motivado a seguir adelante en mis estudios, también por el apoyo brindado en todo momento. Gracias por su amor, comprensión y por la paciencia que me tuvieron.

Rocío Carabajo



## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de cumplir con una de mis metas.

A mi familia que es mi inspiración para seguir adelante, especialmente a mis abuelos Teresa y Manuel gracias por confiar en mí, por sus consejos, su apoyo incondicional y por nunca dejarme rendir. A mis padres José y Rosario, a mis hermanos Juan, Ana y Mónica por brindarme su apoyo incondicional y por darme fuerzas cada día.

A mi mejor amiga Diana Espinoza con quien he compartido muchos momentos gratos, gracias por ser incondicional, por escucharme, aconsejarme y sobre todo por la amistad sincera que me has brindado durante todos estos años. A mi amiga y compañera de tesis Pamela gracias por tu bella amistad, juntas hemos formado un gran equipo para poder realizar nuestra tesis. A todos mis amigos, por siempre estar a mi lado, gracias por los momentos de locura y risas que hemos compartido, sobre todo por ser de esos amigos con quienes se puede contar en los peores momentos de la vida.

A mi tutor de tesis Mg. Santiago Carpio por ser nuestro guía y habernos compartido sus conocimientos para la realización de la presente tesis. A la Mg. Lourdes Sánchez por habernos ayudado y guiado en nuestro tema. También, agradezco a todos los profesores por compartir sus conocimientos y por orientarnos cada día.

Agradezco al hospital Homero Castanier Crespo por brindarnos la oportunidad para la realización de la presente tesis, a todo el personal que nos brindó su ayuda y orientación.

Rocío Carabajo





## **Dedicatoria**

Mi trabajo de Titulación dedico primeramente a Dios ya que sin él nada hubiese sido posible, con mucho cariño a mis amados padres Rildo y Teresa que siempre han estado apoyándome en todo momento con su amor y sacrificio, me enseñaron a no darme por vencida en ninguna adversidad y gracias a ellos pude culminar esta etapa en mi vida.

Pamela Ocampo



## **Agradecimiento**

Primeramente agradezco a Dios por haberme regalado salud, vida y por haberme bendecido con la familia que tengo. Agradezco profundamente a mi Papi Rildo y a mi Mami Teresa que han sido el pilar fundamental en todos estos años de estudio y que siempre me han apoyado con todo su amor, sacrificio, y sus palabras de aliento, gracias a ustedes he cumplido esta meta y espero seguir cumpliendo muchas más.

A mi hermano Ismael que siempre me ha apoyado en lo que he necesitado, siempre yéndome a ver en la universidad, pendiente en todo momento y a una personita muy especial mi novio Steeward, mi amor gracias por sacarme una sonrisa cada vez que lo necesito y estar a mi lado, por sus palabras de aliento y buenos deseos.

Agradezco a mi amiga y compañera de Tesis Rocío gracias por haberme entendido, apoyado y ayudado con tus conocimientos y aún más con tu amistad y tu gran carisma que te hacen una gran persona, sin duda un gran apoyo para la finalización de esta tesis.

También un agradecimiento muy especial para nuestro Director de Tesis Mg. Santiago Carpio Domínguez que gracias toda su ayuda y conocimiento han hecho posible culminar este trabajo de Titulación.

Así también un agradecimiento al Doctor Vicente Carreño y al Hospital Homero Castanier Crespo quienes nos recibieron e hicieron posible la realización de nuestro trabajo de Titulación.

Pamela Ocampo



## Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como propósito analizar la calidad de los servicios de hospitalización que presta el Hospital “Homero Castanier Crespo” de la ciudad de Azogues, basado en la metodología ServQual, el mismo tiene por objetivo identificar cuáles son las expectativas y percepciones del cliente antes y después del servicio prestado por parte del equipo médico y del personal en general, ya que ellos están vinculados directamente con la prestación de servicio al usuario.

La calidad de servicio está orientada a la satisfacción de los clientes, actualmente la calidad de servicio es un factor clave para competir en el mercado, por ello cada organización busca la manera de satisfacer las necesidades de sus clientes manteniendo una comunicación directa. El éxito de una empresa está en sus estrategias de calidad, ya que las mismas aseguran su permanencia, rentabilidad y su desarrollo continuo.

En la siguiente investigación se dará a conocer el nivel de calidad que presta el personal de salud a sus usuarios y/o pacientes que reciben los servicios de este Hospital, así mismo se plantearán recomendaciones que ayudarán a la mejora de la calidad que presta el personal de salud, teniendo en cuenta que el hospital cuenta con un departamento de calidad será el punto de partida para analizar y plantear recomendaciones para su mejora continua.



## CAPÍTULO 1.

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

#### 1.1 Definición de Hotelería Hospitalaria

El diccionario de hospitalidad de Homero Martínez nos dice que hotelería es “un conjunto de servicios estructurados para satisfacer las necesidades de alojamiento, alimentación entre otros servicios a los viajeros a cambio de un precio previamente convenido”. (Martínez, 2019).

La Organización Mundial de la Salud define a hospital como: “una parte integrante de la organización médica- social, cuya función es proporcionar a la población atención médica completa tanto curativa como preventiva y cuyo servicio alcanza a la familia en el hogar”.

A lo largo del tiempo los hospitales han evolucionado anteceditos por la creciente demanda de pacientes, es decir los costos por el servicio son sumamente altos y el presupuesto que tiene el gobierno para financiar son muy bajos, esto ha significado que el hospital debió convertirse de alguna forma de institución pública subsidiada por el estado a institución autosuficiente desde el punto de vista económico, para lo cual el parámetro de calidad uno de las características más importantes que ayudan a la diferenciación entre la competencia. (Malagón 2008).

En los establecimientos de salud públicos y privados, una de las mayores diferencias es el trato al paciente, la hotelería hospitalaria marca una diferencia significativa al momento de la atención al paciente, ya que esta se enfoca principalmente en su bienestar y en el de sus familiares que se encuentran en el momento, consiste en brindar un trato de calidad y calidez al paciente mientras se



encuentra en el centro de salud, brindar la mejor atención posible por parte de todo el equipo médico y otros colaboradores. La hotelería hospitalaria se puede aplicar en hospitales, clínicas, geriátricos y psiquiátricos tanto públicos como privados, también son llamados servicios asistenciales ya que no prestan un servicio médico de asistencia directa al paciente o a los familiares. (Bartlett Karla, 1997).

Los hospitales tal como los hoteles brindan alojamiento, cuenta con personal capacitado, actividades y prestación de servicios en buenas condiciones de atención, en un ambiente cálido, placentero y acogedor, quienes facilitan la ayuda adecuada para la recuperación del paciente.

En el área de hospitalización se contempla el hospedaje tal como en la hotelería tradicional, en el cual se evidencia la atención recibida por parte del personal del establecimiento hacia los pacientes. Por lo tanto, el área de hospitalización de una institución de salud se la debería manejar con un mayor grado de hospitalidad, tal como, se lo hace en la hotelería tradicional, ya que ambas están estrechamente relacionadas en buscar la satisfacción de los clientes, en este caso la satisfacción de los pacientes y sus familiares durante su estancia. Los pacientes deben de recibir un buen trato, buena alimentación, que se encuentren en una habitación con una buena infraestructura, sobre todo limpia y que el personal de salud sea amable y empático con sus pacientes.

### **1.2 Calidad de servicio**

#### **1.2.1 Definición de calidad**

Según Feigenbaum define a la calidad como “el conjunto de las propiedades del marketing, ingeniería, elaboración y conservación del producto o servicio con la cual se pretende que el producto o servicio cumpla con las expectativas del cliente” (Gómez, Vilar, & Tejero, 2000).



Calidad son las características que tienen un producto o servicio que ofrece satisfacer las necesidades, demanda y gustos que tiene el consumidor con el fin de cumplir con sus expectativas. La calidad es fundamental para el crecimiento de una empresa, para ello el producto o servicio debe de contar con un diseño atractivo, excelente presentación, buena apariencia, durable y siempre acompañado del buen servicio hacia el consumidor.

Según Cortés (2017) un producto debe ofrecer tres tipos de calidad siendo los siguientes:

**Calidad que se espera:** son las características o propiedades que se presume que tiene el producto y que los consumidores esperan obtener para sentirse satisfechos. Cuando el producto ofrece esas características el consumidor queda satisfecho, pero si no las encuentra los consumidores quedan insatisfechos.

**Calidad que satisface:** en este tipo de calidad abarca los valores, cuando el consumidor tiene la seguridad de encontrar las características o propiedades en el producto, si el consumidor queda satisfecho pueden llegar a ser leales a la marca.

**Calidad que deleita:** es la calidad que el consumidor no espera, es decir, la empresa ofrece un producto con características que son desconocidas por el consumidor, pero se sienten atraídos por lo que el producto les ofrece logrando superar con sus expectativas.

También la calidad “representa un procedimiento de mejora continua, abarcando todas las áreas de una empresa que busca satisfacer las exigencias de los clientes o anticiparse a las mismas, interviniendo en el desarrollo del producto o servicio” (Álvarez, Álvarez G., & Bullón, 2006).

La calidad es la agrupación de los aspectos y propiedades de un producto o servicio que tiene relación con la capacidad de satisfacer con las exigencias de los consumidores, esto quiere decir que la calidad se centra directamente en el



cliente. Una empresa es de calidad cuando el producto o servicio que ofrece se ajusta o supera las expectativas que tienen los clientes.

### **1.2.2 Definición de calidad de servicio**

La calidad es crear un bien o servicio acorde a lo que desea el consumidor, también es importante que la empresa conozca las necesidades que tienen sus clientes para así poder dar un servicio de calidad. El cliente es quien evalúa la calidad de servicio que brinda la empresa o la institución, ya que ellos comparan las expectativas con respecto a las percepciones que tienen. Es decir, la diferencia que hay entre el servicio que esperan recibir frente al servicio recibido por parte de la empresa.

En la actualidad las empresas están conscientes que la calidad de servicio es algo fundamental dentro de la competitividad, ya que para permanecer en un mercado competitivo brindar una alta calidad de servicio se convierte en una pieza fundamental. Setó (2004) considera que “los productos y los servicios que ofrecen las empresas deben tener particularidades que los clientes requieran, esto quiere decir que deben satisfacer las expectativas de los clientes, inclusive superar las expectativas” (p.33).

Entonces podemos decir que la calidad en el servicio se refiere a cumplir y superar las expectativas que tienen los clientes sobre el servicio que ofrecemos y así satisfacer sus necesidades, los clientes tienen diferentes percepciones sobre nuestra calidad del servicio por lo tanto tenemos que saber qué es lo que el cliente quiere para así cumplir sus expectativas.

De forma general, se puede decir que la calidad de servicio se ha transformado en un factor esencial en la compra. En todas las empresas la competencia es cada vez más fuerte y llama la atención del cliente mediante una variedad de servicios que incorpora un valor agregado al producto o servicio que ofrece.



Al inicio la compra de un producto o servicio se influenciaba por el precio, es decir los clientes buscaban lo más barato, pero sus exigencias en cuanto a calidad se han ido incrementando, ya no se guían únicamente por el precio también buscan un producto o servicio con un mejor nivel de vida útil y sobre todo que sea de buena calidad.

La apreciación de la calidad de servicio también se ve influenciada por la cortesía, el profesionalismo, apariencia física, capacidad de respuesta, confianza, seriedad, entre otros aspectos. Una empresa debe transmitir su personalidad, para ello debe tener una imagen acorde a lo que quiere transmitir provocando el interés en sus clientes.

### **1.2.3 Importancia de la calidad de servicio**

En una empresa es importante que su personal tenga la capacidad de saber satisfacer las necesidades de los clientes, es imposible contar con clientes satisfechos si la persona a cargo no cuenta con una buena aptitud. El contar con un personal adecuado ayuda a la empresa a generar más ventas, incrementar su competitividad, productividad y rentabilidad, logrando así la fidelización de los clientes.

La calidad del servicio es muy importante por las siguientes razones: logramos la fidelización de los clientes, se incrementa las ventas y la rentabilidad de nuestra empresa, los clientes están dispuestos a comprar más servicios de la empresa, no existe un gran porcentaje de quejas y reclamos es por eso que sabemos que nuestra empresa está siendo gestionada de una buena manera, otra razón es menor rotación del personal, ya que la empresa se preocupa por la satisfacción del cliente interno y externo.

Actualmente, la competencia es cada vez más fuerte por ende las empresas deben buscar un valor agregado al servicio que brinda ya que los clientes no solo





se guían por el precio o la calidad, también buscan una buena atención, un ambiente acogedor, confort, atención personalizada y un servicio rápido.

Pérez (2006) menciona que la calidad de servicio “otorga la oportunidad de fidelizar a los clientes que aprecian los productos que se les ofrece, atrayendo a más clientes gracias a la experiencia que se comparte de personas a persona, logrando diferenciar a la empresa frente a sus competidores” (p. 23).

### **1.2.4 Modelos de sistema de calidad**

Los sistemas de calidad son el uso de procedimientos y medidas para la mejora de los procesos internos de una compañía, sin importar a la actividad que se dedique la compañía, ayudando a verificar e inspeccionar los elementos que son primordiales para la buena prestación del servicio para así conseguir satisfacer las necesidades de los clientes. López (2006) afirma que un sistema de calidad es “la estructura de una organización, obligaciones, procesos, procedimientos y recursos que son indispensables para una gestión de calidad” (p. 12).

Los sistemas de calidad han logrado ser de gran importancia dentro de una organización, ya que ha logrado ser un sinónimo de confianza para la empresa y para los clientes. Los responsables de la empresa deberán crear un ambiente organizacional apto para motivar a todo el personal en torno a la calidad.

Los sistemas de gestión de calidad o (SGS) son el conjunto de elementos, objetivos, políticas, estructuras, recursos, capacidades entre otros, mediante los cuales la dirección planifica ejecuta y controla todas sus actividades para el logro de objetivos preestablecidos. Los sistemas de gestión de calidad son la base y el objeto de los modelos de gestión y calidad y tratan de:



1. Definir una serie de procesos estandarizados y bien documentados que formen un sistema para garantizar la calidad de los procesos y la elaboración de un producto o servicio ajustado a los requerimientos del cliente.
2. La documentación de los requisitos de comportamiento en el manual de calidad.
3. El cumplimiento de las directrices estipuladas en los procedimientos (Camisón, C., Cruz, S., & González, T., 2006).

Los Modelos Normativos son especificaciones organizativas que indican cómo definir e implantar patrones de conducta en todas las áreas y departamentos de la empresa y cómo controlar todos los factores que potencialmente pueden afectar a la calidad del producto y así asegurar el funcionamiento sistemático de la organización. En Ecuador la empresa de normalización es la norma INEN.

Existen varios modelos de calidad que se pueden utilizar o aplicar, entre los cuales mencionamos los siguientes:

#### **1.2.4.1 Modelo ServQual**

En el año 1985 los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry tras varios estudios cuantitativos y cualitativos dan comienzo a la escala ServQual, este modelo se desarrolló en Estados Unidos validado en Junio de 1992. El modelo ServQual es un método que se utiliza para evaluar la calidad de los servicios que presta un establecimiento o una institución, ya que este modelo mide las percepciones que tienen los usuarios durante la prestación del servicio, así mismo ayudará a la institución a mejorar la calidad.

Las expectativas están influenciadas por 4 factores que son:



- Recomendaciones. Es decir, las opiniones y sugerencias que dan a conocer personas de nuestro entorno.
- Necesidades personales. Satisfacer las necesidades que cada individuo tiene respecto al servicio.
- Experiencias. Experiencias y vivencias anteriores de los servicios recibidos.
- Comunicación Externa: la organización crea una expectativa en el cliente sobre la prestación de su servicio y esto lo hace mediante marketing y publicidad. (Parasuraman & Berry, 1988)

En dicho modelo las percepciones de un usuario están divididas en 5 dimensiones que son:

- Fiabilidad: habilidad para realizar el servicio de un modo confiable.
- Capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio eficiente.
- Seguridad: habilidad para crear confianza y credibilidad en los usuarios.
- Empatía: se refiere al nivel de atención que ofrecen las empresas a sus clientes.
- Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones, equipos y personal (Sirebrenik, 2003).

### Las cinco principales Gaps en la Calidad de Servicio

Las brechas o gaps que proponen los autores indican la discrepancia que existe entre las expectativas y las percepciones de los usuarios siendo las siguientes:

1. Diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa.
2. Diferencia entre las percepciones de los directivos de la empresa y las especificaciones de las normas de calidad.



3. Diferencia entre las normas de calidad del servicio y el servicio ofrecido.
4. Discrepancia entre la prestación del servicio y lo que se comunica al cliente sobre el mismo
5. Diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones que ellos reciben. (Nishizawua, 2014).

El cuestionario ServQual recoge las expectativas y percepciones de los clientes mediante veinte y dos preguntas donde hacen referencia a las dimensiones antes citadas.

Se utilizará el modelo ServQual, ya que se puede adaptar a cualquier tipo de institución, en este caso una institución pública de salud, mediante la aplicación de encuestas a los pacientes del área de hospitalización del Hospital Homero Castanier Crespo y así, poder conocer datos reales sobre la calidad que ofrece el establecimiento, calidad percibida de los pacientes y las expectativas que tienen una vez que ingresan, con la información se plantea recomendaciones, para optimizar la calidad en dicha área, logrando mejorar la calidad del servicio y a su vez se obtendrá un mejor posicionamiento del hospital.

#### **1.2.4.2 Sistemas de Gestión de Calidad: ISO 9001:2015**

Según las Normas ISO, en la sección “ISO 900:2015 Sistema de Gestión de Calidad” mencionan que el sistema de calidad es un sistema internacional diseñado por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) el mismo se puede emplear en empresas u organizaciones públicas y privadas, indistintamente del tamaño o de la actividad a la que se dedique la empresa. Este método ayuda a la empresa a mejorar la calidad de sus productos, servicios y la satisfacción de los clientes.



La implementación del sistema de gestión de calidad ayuda a aumentar su desempeño total y provee una base sólida para el desarrollo sostenible.

Los beneficios son los siguientes:

- a) La capacidad de ofrecer productos y servicios que cumplan los requisitos de sus clientes, también los legales y normativos.
- b) Oportunidad de incrementar la satisfacción de sus clientes.
- c) Plantear las oportunidades y riesgos ligados al contexto y objetivos.
- d) La aptitud de demostrar la aceptación con requisitos del sistema de gestión de calidad.

En este modelo se sintetizan 7 principios que reflejan las mejores prácticas de Gestión de la Calidad, y fueron elaborados como directrices para que la dirección pudiese conducir a su organización hacia mejoras del desempeño. Estos principios son:

- Enfoque al cliente: las organizaciones deberían comprender las necesidades de sus clientes para así satisfacer sus expectativas.
- Liderazgo: los jefes de la organización deben orientar a la empresa y ayudar a que sus colaboradores participen activamente en lograr los objetivos de la empresa.
- Compromiso: comprometerse a dirigir y apoyar a las personas a la contribución de la eficacia del sistema de gestión de calidad, como también promover la mejora.
- Enfoque a los procesos: ayuda a aumentar, implementar y progresar en la eficacia del sistema de gestión de calidad, de esta forma se incrementa la satisfacción del cliente.
- Mejora continua: la empresa tiene que tener como objetivo el ir mejorando permanentemente sus productos y servicios, reparar, evitar y reducir



aquellos efectos no deseados, mejorar el cumplimiento y eficacia del sistema de gestión de calidad y no solo conformarse con aplicar un sistema de gestión de calidad que no le servirá al pasar el tiempo.

- Toma de decisiones: las decisiones se basan en el análisis de la información.
- Gestión de las relaciones: la organización y el proveedor se benefician mutuamente, así que debe haber un trato bueno y cordial con el mismo.

La ISO 9001:2015 abarca una herramienta de mejora que es ciclo PHVA de Deming. (Camisón, C., Cruz, S., & González, T., 2006).

### **Ciclo PHVA de Deming.**

Esta herramienta fue planteada por Shewhart y perfeccionada por Deming. Deming fue el primero que dio a conocer el “Ciclo Shewhart”, fue considerado como un experto en calidad y fue él quien enseñó “calidad” a los Japoneses basado en una investigación científica, y se conoció por los logros que realizó como: los 14 puntos de Deming y el ciclo Shewhart o también conocido como “PHVA” (planificar, hacer, verificar y actuar).

El ciclo PHVA consiste en 4 elementos que son:

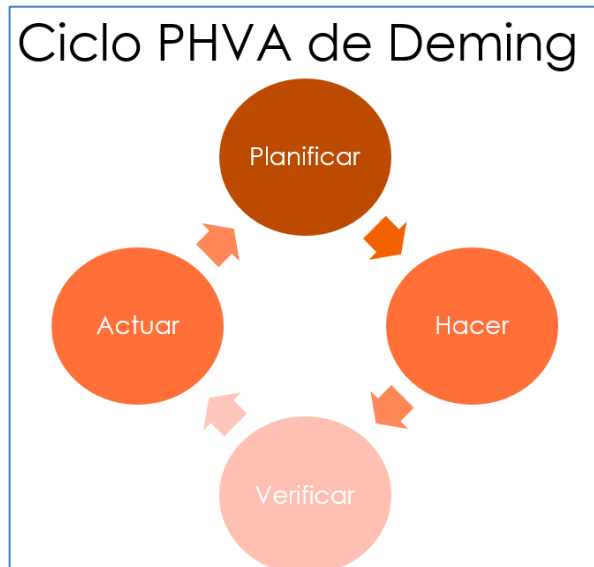
Planificar: se refiere a establecer metas, objetivos, métodos para alcanzar los mismos y qué medios vamos a necesitar para conseguirlo.

Hacer: aquí se ejecutan las actividades propuestas, así como se capacita al personal seleccionado.

Verificar: se evalúa si las actividades se han resuelto bien y los resultados obtenidos se corresponden con los objetivos.



Actuar: aplicar los resultados para identificar nuevas mejoras y corregir los aspectos negativos obtenidos. (Álvarez, J., Álvarez, I., & Bullon, J., 2006)



**Ilustración 1:** Ciclo de mejora continua PHVA de Deming  
**Fuente:** (Alcalde San Miguel, 2009).

### 1.2.4.3 El Modelo Malcolm Baldrige

El modelo Malcolm Baldrige es un modelo estadounidense que tiene como propósito la autoevaluación de la organización y la retroalimentación de los clientes. Este modelo surge por la amenaza de las empresas japonesas de ocupar el mercado nacional e internacional. Este modelo tiene tres pilares para reforzar la competitividad empresarial, las cuales son las siguientes:

1. Refuerza su destreza de gestión, capacidad y rendimiento.
2. Permite una buena comunicación e intercambio de información acerca de mejores prácticas.
3. Sirve como herramienta operacional para entender y gestionar el cumplimiento, planificación y la oportunidad de aprendizaje.



La evaluación del modelo se basa en el resultado y mejora de siete áreas, siendo los siete criterios presentados a continuación:

1. Liderazgo: analiza a los líderes de la organización, siendo ellos quienes deben guiar y reforzar la organización. También ejecuta las responsabilidades legales, su ética y su apoyo a la comunidad.
2. Planificación estratégica: analiza cómo la organización desarrolla su planificación y su intervención estratégica, como fomenta sus planes, cómo los cambiaría en caso de ser necesario, como los mediría y como sostendrá sus logros alcanzados. Se considera como una estrategia la sostenibilidad y al entorno competitivo.
3. Orientación en el cliente y en el mercado: como una organización interpreta las necesidades de los clientes y del mercado. Se considera a la buena comunicación como una base para la satisfacción con los clientes y la satisfacción de los clientes para conocer al mercado.
4. Medición, análisis y gestión del conocimiento: analiza si la organización elabora una gestión, utilización efectiva, análisis y un mejoramiento de los datos e información que ayuda a los procesos y al sistema de gestión de la organización. Así se puede constatar que las operaciones han logrado los objetivos de la organización, esto permitirá un incremento en la productividad.
5. Orientación en el recurso humano: se orienta en conocer como el recurso humano gestiona el aprendizaje, desarrolla sus habilidades y cómo se enfocan en cumplir con los objetivos que tiene la organización.
6. Gestión de procesos: analiza los elementos clave para el desarrollo de la producción, proceso de soporte y el servicio de la organización. Como se plantean los procesos, como se dirige y como lo mejoran.
7. Resultado: analiza el cumplimiento de la organización y las áreas de negocio como la práctica financiera, productividad del mercado, satisfacción





a los clientes, recurso humano y proveedores. Además, analiza su funcionamiento frente a la competencia. (Ferrando & Granero, 2012)

#### **1.2.4.4 El Modelo de Excelencia Europea EFQM**

La Fundación Europea para la gestión de la calidad llamada EFQM fue fundada en 1988, por 14 organizaciones líderes en su sector, su principal objetivo fue ayudar a las empresas a ser más competitivas en el mercado, tanto nacional como internacional. Este modelo EFQM surgió de la mano con el modelo Malcolm Baldrige y el ciclo de Deming como base para otorgar el premio Europeo de Calidad. Este modelo está constituido por un conjunto de criterios relacionados entre sí y define a una empresa excelente. (Maderuelo, Fernández. 2002).

En 1992, se presenta el Modelo Europeo de Gestión de Calidad de autoevaluación, siendo el reconocimiento de los logros uno de los rasgos de la política desarrollada por la EFQM, y en el 2003 se actualizó este modelo de excelencia.

El Modelo de Excelencia EFQM está conformado por 9 criterios que se dividen en dos grupos, el primer grupo llamado “Agentes Facilitadores” que se refiere a lo que la empresa hace y cómo lo hace, el segundo son los criterios “Resultados” aquí se obtiene los resultados obtenidos sobre todos los grupos de interés (stakeholders).

Agentes Facilitadores:

- Liderazgo: cómo los líderes desarrollan y facilitan la consecución de la misión y la visión, desarrollan los valores necesarios para lograr el éxito a largo plazo e implantan todo ello en la organización mediante las acciones y los comportamientos adecuados.



- Personas: cómo gestiona, desarrolla y aprovecha la organización el conocimiento y todo el potencial de las personas que la componen, tanto a nivel individual, como de equipos o de la organización en su conjunto; y cómo planifica estas actividades en apoyo de su política y estrategia y del eficaz funcionamiento de sus procesos.
- Política y Estrategia: cómo implanta la organización su misión y visión mediante una estrategia claramente centrada en todos los grupos de interés y apoyada por políticas, planes, objetivos, metas y procesos relevantes.
- Alianzas y Recursos: cómo planifica y gestiona la organización sus alianzas externas y sus recursos internos en apoyo de su política y estrategia y del eficaz funcionamiento de sus procesos.
- Procesos: cómo diseña, gestiona y mejora la organización sus procesos para apoyar su política y estrategia y para satisfacer plenamente, generando cada vez mayor valor, a sus clientes y otros grupos de interés

Resultados:

- Resultados en personas: qué logros está alcanzando la organización en relación con las personas que la integran.
- Resultados en clientes: qué logros está alcanzando la organización en relación con sus clientes externos.
- Resultado en la sociedad: definición: qué logros está alcanzando la organización en la sociedad.
- Resultados clave: qué logros está alcanzando la organización con relación al rendimiento planificado

Para que la aplicación de este modelo obtenga los mejores resultados, los conceptos fundamentales de excelencia deben ser asumidos completamente por los directivos de las empresas que se describen a continuación:



- Orientación hacia los resultados.
- Orientación al cliente.
- Liderazgo y constancia en los objetivos.
- Gestión por procesos y hechos.
- Desarrollo e implicación de las personas.
- Aprendizaje, innovación y mejora continuos.
- Desarrollo de alianzas.
- Responsabilidad social.

Autoevaluación mediante el Modelo EFQM de excelencia.

Se pueden realizar autoevaluaciones a la empresa para ver en qué situación se encuentra y saber cuáles son los puntos fuertes y las debilidades de nuestra organización, mediante las siguientes opciones, todas válidas:

- Enfoque de Cuestionario de autoevaluación.
- Enfoque de autoevaluación mediante “Matriz de Mejora”
- Enfoque de autoevaluación mediante reuniones de trabajo
- Autoevaluación por formulario
- Enfoque de evaluación por simulación de presentación al premio. (Modelo EFQM de calidad y excelencia, 2019).

#### **1.2.4.5 Esquema Lógico de REDER**

Básicamente es un esquema de puntuación que tiene la finalidad fundamental de conocer el lugar que ocupa nuestra organización en lo referente a excelencia. El sistema Reder considera 4 puntos que la organización necesita realizar que son: Enfoque, Despliegue, Evaluación y Revisión.



El "Enfoque" evalúa en qué medida la planificación realizada por la organización responde a las necesidades de los stakeholders o grupos de interés.

El "Despliegue" considera lo que hace la organización para llevar a cabo lo que ha planificado.

La "Evaluación y Revisión" se refieren a las actividades de evaluación contempladas por la organización, a la periodicidad de su aplicación, y la utilización de los resultados obtenidos para emprender acciones de mejora. (Maderuelo, Fernández. 2002).

Se destaca el modelo ServQual, al ser un modelo adaptable a una institución de salud y se utiliza para medir la calidad de servicio que brinda una empresa, siendo uno de los modelos más efectivos ya que abarca las 5 dimensiones y en cada una se plantean preguntas específicas sobre cada dimensión. Con el modelo ServQual se dará a conocer la percepción de calidad directamente de los usuarios, ayudando a una mejora continua.

### **1.3 Satisfacción al cliente**

#### **1.3.1 Definición de satisfacción al cliente**

La satisfacción del cliente está relacionada entre la percepción del cliente sobre el servicio y el costo con relación a las expectativas que tiene.

La satisfacción se determina por la experiencia que tiene el consumidor después de una compra, las mismas son el resultado de la diferencia entre las percepciones y las expectativas de los clientes, a mayor satisfacción, mayor probabilidad de que el cliente regrese a consumir los productos que ofrece la empresa. Setó (2004) considera que “tener un cliente satisfecho es fundamental para la empresa puesto que se afirma que es más sencillo vender a un cliente habitual que adquirir un nuevo cliente” (p.54).



Entonces podemos decir que la satisfacción se consigue cuando la empresa u organización elabora productos o servicios de calidad, los cuales son distribuidos con una buena atención hacia sus clientes.

### **1.3.2 Importancia de satisfacción al cliente**

La satisfacción al cliente es importante, porque nos ayuda a saber si el cliente realizará otra compra, si el cliente está satisfecho con nuestro producto es un elemento que nos diferencia de nuestra competencia, también es importante porque logramos fidelizar a nuestros clientes y nos ayuda a diferenciarnos con recomendaciones positivas de nuestro servicio a diferentes personas en el entorno este sistema se llama “boca a boca”.

El contar con un cliente satisfecho es de suma importancia para una organización ya que ayuda a que el cliente vuelva a realizar más compras, obteniendo su lealtad, transmite a otros posibles clientes su experiencia de compra y un cliente satisfecho deja de comprar a la competencia ya la empresa logró fidelizar al cliente (Thompson, 2006).

La satisfacción del cliente, en este caso la satisfacción del paciente depende de un factor específico que es la percepción del mismo, para algunos pacientes el servicio puede ser excelente pero también para otros pacientes el servicio puede ser deficiente.

Con la presente investigación se pretende determinar lo que el paciente percibe del hospital y que es lo que los pacientes desean obtener del hospital, para mejores resultados acerca de la calidad de servicio que brinda el hospital se ha utilizado el modelo ServQual, el cual ayuda a comprender la opinión que tienen los usuarios acerca del servicio recibido, para ello se realizará encuestas y con el resultado se obtendrá el índice de satisfacción de los pacientes.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La opinión de los pacientes es la primera fuente de información y ayuda al hospital a una mejora de la organización, teniendo en cuenta que el recurso humano es el factor clave para otorgar una satisfacción al paciente, a su vez, permite al hospital mejorar la calidad de su servicio.

### 1.4 Hospital Homero Castanier Crespo

#### 1.4.1 Historia del hospital



**Ilustración 2:** Hospital Tres de noviembre  
**Fuente:** (Pérez & Sarmiento, 2015, pág.50)

A inicios del siglo XX en la ciudad de Azogues no existía un hospital público o privado, por tal motivo las personas enfermas debían ser atendidas en sus hogares y en casos de extrema gravedad eran trasladados al Hospital San Vicente de Paúl en Cuenca. En el año de 1915, por iniciativa del gobernador Don Dositeo González se inicia la construcción del hospital con materiales de la zona como madera, adobe, teja y bahareque.

En 1922 culminó la construcción bajo el nombre de Tres de Noviembre e inaugurada con la presencia de autoridades civiles, militares y eclesiásticas, pero en el año de 1970 el hospital sufre un incendio dejando la muerte de aproximadamente veinte personas y afectando una gran parte las instalaciones.

En un principio el hospital abarcaba una capacidad de 40 camas, sin embargo, tenía muchas limitaciones en cuanto al mobiliario, los recursos y un equipamiento



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

básico. El funcionamiento del hospital se daba gracias a un presupuesto estatal y a los donativos que otorgaba la iglesia.

En 1967 se designa como director del hospital al Doctor Homero Castanier Crespo, considerado como uno de los mejores médicos, logrando un mejor desarrollo local y regional. En el año 1975 el hospital es nombrado como Homero Castanier Crespo en honor al Doctor Homero Castanier.

La construcción del nuevo hospital inició en el año de 1977 como hospital base en el sector La Playa, el proyecto culminó tres años después con un costo aproximado de ciento setenta y cinco millones de sucres. El 28 de mayo de 1982 fue inaugurado el hospital quedando como Director el Doctor Víctor Miguel Crespo. (Pérez & Sarmiento, 2015, pág.51)



**Ilustración 3:** Hospital Homero Castanier Crespo  
**Fuente:** (Castillo & Vega, 2011, pág.2)



## 1.4.2 Información del hospital



**Ilustración 4:** Ubicación Hospital Homero Castanier Crespo  
**Fuente:** Google Maps

El hospital se encuentra ubicado en la Av. Andrés F. Córdova y Luis Manuel González en la ciudad de Azogues perteneciente a la provincia de Cañar. Este es un hospital público por lo que depende del Ministerio de Salud Pública y se sujeta a lo establecido en la constitución política del Ecuador.

La constitución política de la República del Ecuador en su artículo 42 menciona: “El Estado garantizará el derecho a la salud, su promoción y protección, por medio del desarrollo de la seguridad alimentaria, la provisión de agua potable y saneamiento básico, el fomento de ambientes saludables en lo familiar, laboral y comunitario, y la posibilidad de acceso permanente e ininterrumpido a servicios de salud, conforme a los principios de equidad, universalidad, solidaridad, calidad y eficiencia”.





El hospital cuenta con los servicios de hospitalización, consulta externa y emergencia las 24 horas. El hospital es de cuarto nivel, esto quiere decir que brinda una atención especializada y su cobertura es a nivel provincial, además el servicio que ofrece el hospital es de calidad, por tal motivo se le considera como uno de los mejores hospitales del país.

### **1.4.3 Misión del hospital**

Su misión es “trabajar en equipo para una atención de salud integral segura y de calidad para el paciente”.

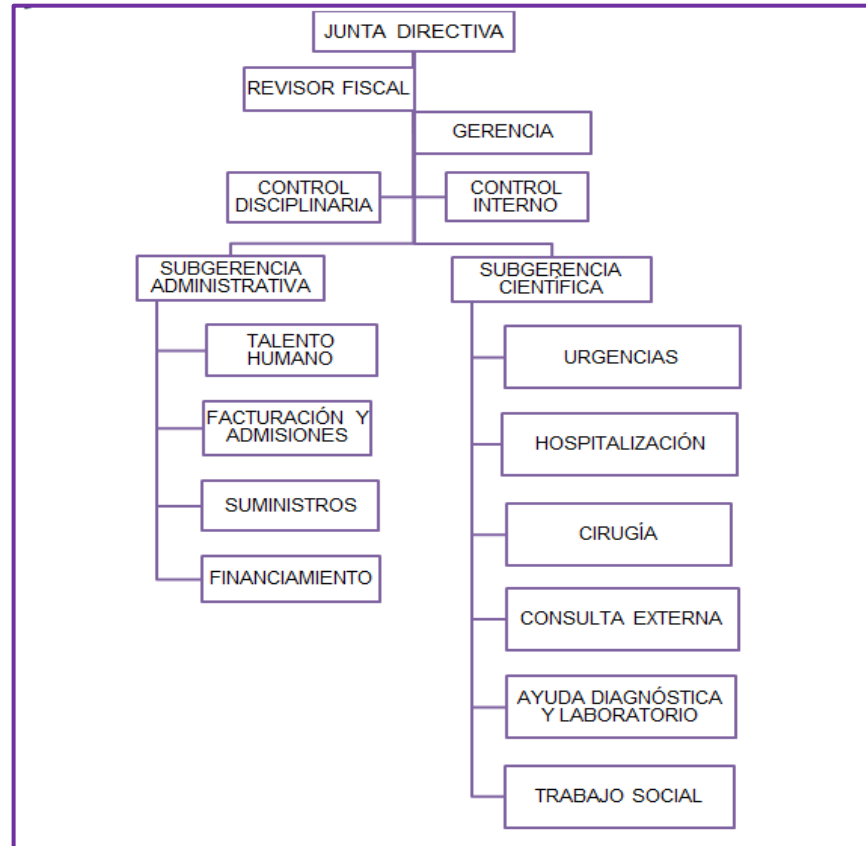
### **1.4.4 Visión del hospital**

Su visión es “Nuestra casa de salud acreditada ofertando servicios de acorde al modelo de atención integral con equipos multidisciplinarios capacitados, aplicando prácticas y tecnología de atención seguras para la satisfacción de todos sus usuarios”.

Sus valores son: calidad, compromiso, eficacia, eficiencia, honestidad, respeto, integridad, inclusión, equidad, justicia, lealtad, trabajo en equipo.

### **1.4.5 Organigrama del hospital**

El Hospital mantiene un sistema lineal y funcional, en el cual tiene un nivel jerárquico vertical y descendiente.



**Ilustración 5:** Organigrama del Hospital "Homero Castanier Crespo"  
**Fuente:** (Cabrera, 2015, pág.19)

#### 1.4.6 Servicios del que ofrece el hospital

##### 1. SERVICIOS DE CONSULTA EXTERNA

- Medicina Interna
- Cirugía General
- Cirugía Plástica
- Neurocirugía
- Pediatría
- Reumatología
- Geriatría



- Nefrología
- Infectología
- Hematología
- Gastroenterología
- Otorrinolaringología
- Urología
- Traumatología
- Gineco - Obstetricia
- Psiquiatría
- Psicología Clínica
- Cardiología
- Audiología
- Nutrición

## **2. SERVICIOS DE ODONTOLOGÍA**

- Profilaxis
- Obturación
- Exodoncias

## **3. SERVICIOS DE LABORATORIO**

- Laboratorio Clínico y Bacteriológico
- Servicio de Medicina Transfusional
- Laboratorio de Anatomía Patológica
- Hemodiálisis



#### **4. SERVICIOS DE IMAGENOLOGÍA**

- Ecografía
- Rectoscopia
- Colonoscopia
- Mamografía
- Endoscopia
- Radiografía Convencional
- Tomografía Axial Computarizada

#### **5. SERVICIOS DE REHABILITACIÓN Y FISIATRÍA**

- Maso terapia
- Electroterapia
- Terapia Física
- Nutrición y Dietética
- Terapia Respiratoria
- Terapia de Lenguaje

#### **6. SERVICIOS DE HOSPITALIZACIÓN**

- Pediatría
- Clínica Medicina Interna
- Neonatología
- Cuidados intensivos
- Ginecología - Obstetricia
- Cirugía



## **7. SERVICIOS DE EMERGENCIA**

- Sala Crítica
- Cirugía Menor
- Triage
- Sala Primera Acogida
- Sala de Observación
- Consultorio Pediátrico
- Sala de Emergencia
- Consultorio - Gine - obstétrico
- Consultorios Generales

## **8. SERVICIOS DE CIRUGÍA**

- Cirugía General
- Cirugía Plástica
- Neurología

## **9. PROGRAMAS EMBLEMÁTICAS**

- Programa control tuberculosis PCT
- Clínica de VIH / SIDA\_ SIDA\_ ITS N° 27

## **10. FARMACIA**

El hospital Homero Castanier Crespo, tiene una alta demanda de los servicios que brinda, ya que es accesible para toda la población especialmente para las personas de bajos recursos económicos. Además, el hospital cuenta con el Departamento de Trabajo Social quienes ayudan a buscar una solución a los problemas económicos de las personas de bajos recursos que asisten al hospital.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El Hospital Homero Castanier Crespo es uno de los más representativos de la ciudad de Azogues, ya que cuenta con varias especialidades y varios servicios es por eso que se vio la necesidad de realizar un análisis de la calidad que brinda el hospital a sus usuarios y así también plantear recomendaciones con las que se puede mejorar la calidad.



## CAPÍTULO 2.

### EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL HOSPITAL HOMERO CASTANIER CRESPO

#### 2.1 Metodología ServQual

##### 2.2.1 Historia de la metodología ServQual

En el año 1985 los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry tras varios estudios cuantitativos y cualitativos dan comienzo a la escala ServQual. Esta escala ayuda a medir la calidad de servicio que ofrece una empresa mediante las expectativas y percepciones que tienen los consumidores. La calidad de servicio es determinada desde la perspectiva del cliente, también examina aspectos cualitativos y cuantitativos de los consumidores.

El modelo ServQual, también es conocido como PZB debido al apellido de sus creadores, nos indica que existen 5 dimensiones (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles) en las que se puede valorar la calidad, por lo tanto la calidad percibida por los usuarios es multidimensional, siendo estas dimensiones comunes a los juicios sobre cualquier tipo de servicio. (Miranda, Chamorri & Rubio, 2007).

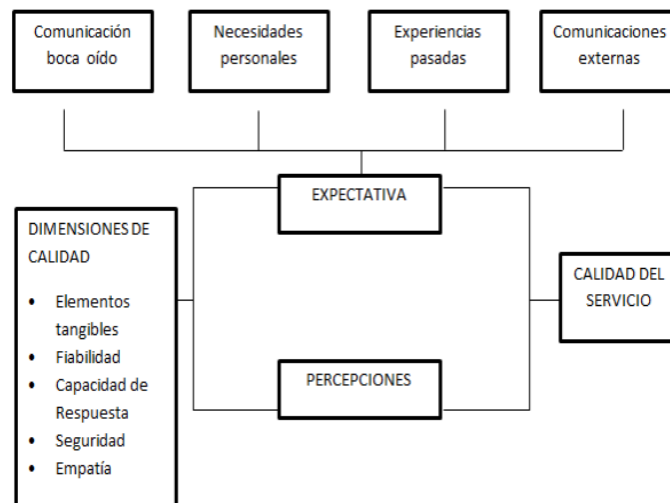
El objetivo del modelo es evaluar la calidad del servicio, también sirve para analizar sus propiedades y los usos potenciales. Los autores deseaban responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es la calidad de servicio?
- ¿Cuál es el origen de los problemas en la calidad de servicio?
- ¿Qué deben hacer las organizaciones para solucionar los problemas y mejorarlos?



También los autores examinan que las expectativas que determinan la calidad esperada dependen de los siguientes factores:

- La comunicación boca - oído.
- Las exigencias o necesidades personales.
- Las experiencias anteriores que han tenido del consumo de servicio.
- La comunicación externa (propagandas y promociones) de los distribuidores del servicio.



**Ilustración 6:** Significado de las dimensiones del modelo ServQual  
**Fuente:** (Lozano & Fuentes, 2013)

(Medina, 2000) menciona que los autores del modelo ServQual, elaboraron la escala en base a varias pruebas de validación a juicio de los numerosos observadores que participaron en el establecimiento de las cinco dimensiones.

El modelo facilita una información detallada de las opiniones del servicio que recibe el cliente, críticas y sugerencias de las áreas que se puede mejorar. También ayuda al mejoramiento continuo y a la comparación frente a otras organizaciones (Medina Tornero, 2000).





Las cinco dimensiones importantes que son utilizados para medir la calidad del servicio son las siguientes:

1. Fiabilidad.
2. Capacidad de respuesta.
3. Empatía.
4. Seguridad.
5. Elementos tangibles (Medina, 2000).

Si la valoración de las percepciones es igual o supera a las expectativas, el servicio es apreciado como de buena calidad, pero si la valoración de las percepciones es inferior al de las expectativas el servicio muestra insuficiencia de calidad (Matsumoto, 2014).

### **2.1.2 Expectativa**

Las expectativas del cliente son situaciones que el cliente espera encontrar al momento de recibir un servicio de una empresa u organización, también se puede decir que las expectativas son puntos de referencia de lo que quiere el cliente y mediante eso el cliente puede juzgar la prestación del servicio si es bueno o malo, si superó o no sus expectativas.

Algunas de estas expectativas tendrán un carácter estratégico, es decir, que son producto de una evaluación y un proceso de información detallado, mientras que otras serán más emocionales. (Martinez, 2019).



### 2.1.3 Percepción

Las percepciones de los clientes son fundamentales para comprar o no un objeto o para, utilizar un servicio, las percepciones de los usuarios son subjetivas y muy variadas, esto quiere decir que no todas las personas tienen la misma percepción de un elemento o un servicio, por ejemplo: a una persona le puede parecer que el servicio de una determinada empresa es excelente, mientras a otra persona le puede parecer que el servicio de la misma empresa es muy malo. (Lareki, 2007) pág. 96

En el ámbito de la salud pasa exactamente lo mismo, algunos usuarios tienen una buena percepción en cuanto al trato del personal de salud, la infraestructura, limpieza, entre otros, mientras otros usuarios tienen una mala percepción de los mismos.

## 2.2 Dimensiones del modelo ServQual

Matsumoto, menciona que “el modelo ServQual evalúa la calidad del servicio a través de las expectativas y percepciones de los clientes, basado en cinco dimensiones, las cuales son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles”. (2014).

**2.2.1 Fiabilidad:** capacidad de entregar el servicio prometido de manera honesta y cuidadosa. Esto se refiere a que la organización cumple con las promesas, en cuanto a sus entregas, abastecimiento, resolución de problemas y consolidación del precio.

La fiabilidad está basada en la percepción del usuario acerca de la capacidad de efectuar un servicio de forma adecuada y en un plazo establecido, para ello es necesario contar con un personal especializado. En el momento en que es baja la fiabilidad se encuentra



con un peligro de pérdida de seguridad de los clientes y un elevado valor de reparación (Ruiz & Grande, 2006).

A continuación, se muestran unos conceptos relacionados a la dimensión de “Fiabilidad”.

<b>Fiabilidad</b>	Valor recibido
	Asistencia al usuario en los problemas
	Prestar el servicio sin errores
	Durabilidad
	Disponibilidad
	Calidad

**Ilustración 7:** Conceptos relacionados a la dimensión de “Fiabilidad”

**Fuente:** (Izquierdo & Moreno, 2014, pág.16).

**2.2.2 Capacidad de respuesta:** es la capacidad de ayudar a los clientes prestando un servicio rápido y oportuno. Otorgando una rapidez en solucionar problemas, contestar las preguntas, escuchar las quejas o reclamos de los clientes y cómo solucionarlos.

No es suficiente el contar con los medios necesarios para prestar un servicio, sino que debe de ser prestado cuando lo requiere el usuario. La capacidad de respuesta se compromete a la rapidez de respuesta ante la demanda y la rapidez de la resolución (Ruiz & Grande, 2006).

A continuación, se muestran unos conceptos relacionados a la dimensión “Capacidad de respuesta”.

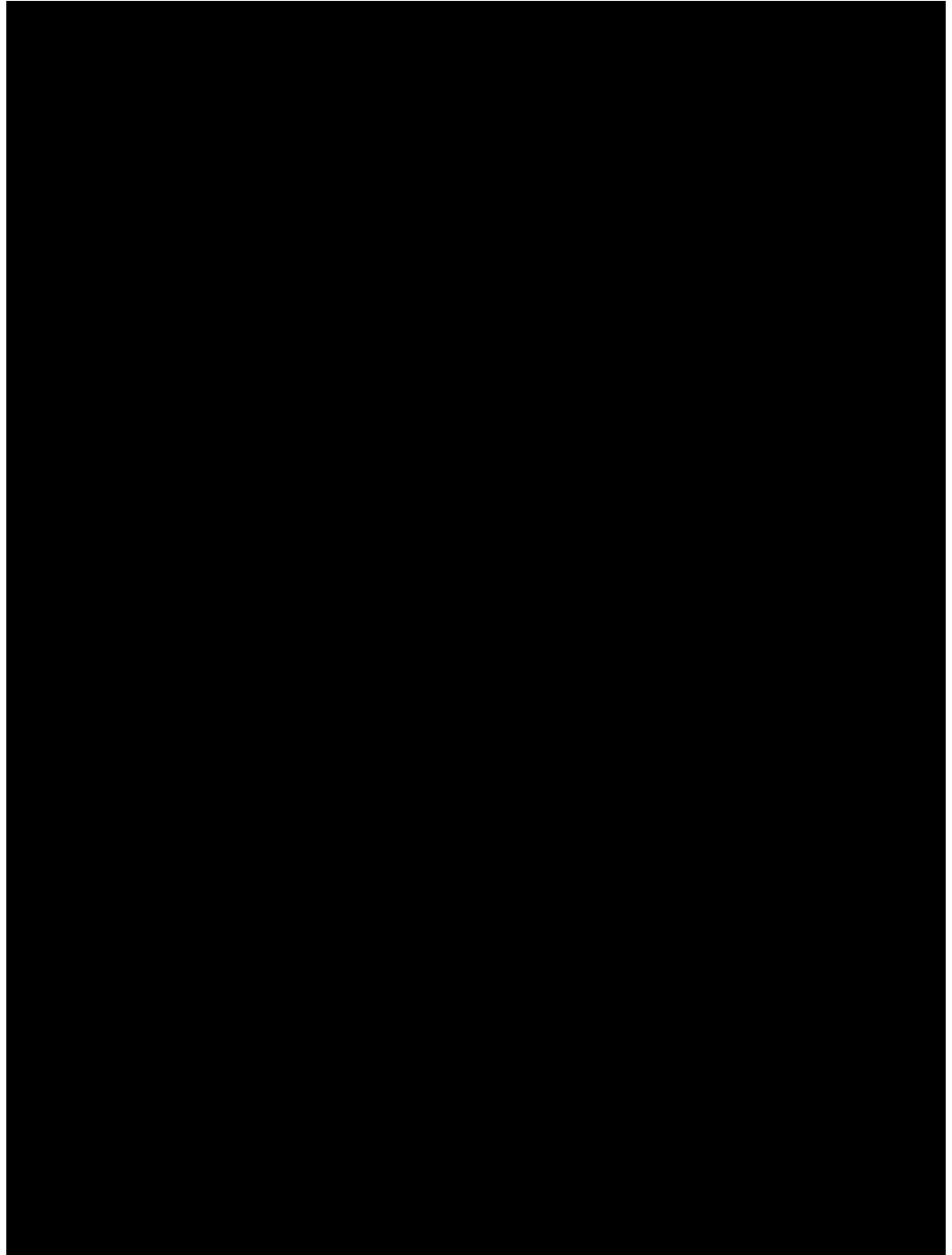


Capacidad de respuesta	Rapidez
	Puntualidad
	Tiempo de espera
	Entrega dentro del plazo comprometido
	Disponibilidad de los productos

**Ilustración 8:** Conceptos relacionados a la dimensión “Capacidad de respuesta”.  
**Fuente:** (Izquierdo & Moreno, 2014, pág.17).

**2.2.3 Empatía:** es la atención especial que la empresa ofrece a sus clientes, esta se transmite por un servicio apto a los gustos del cliente. El servicio se basa en la relación entre las personas y la calidad no es sólo la cortesía, también es comprender y solucionar las necesidades que el cliente consume de un determinado servicio (Ruiz & Grande, 2006).

A continuación, se muestran unos conceptos relacionados a la dimensión “Empatía”.



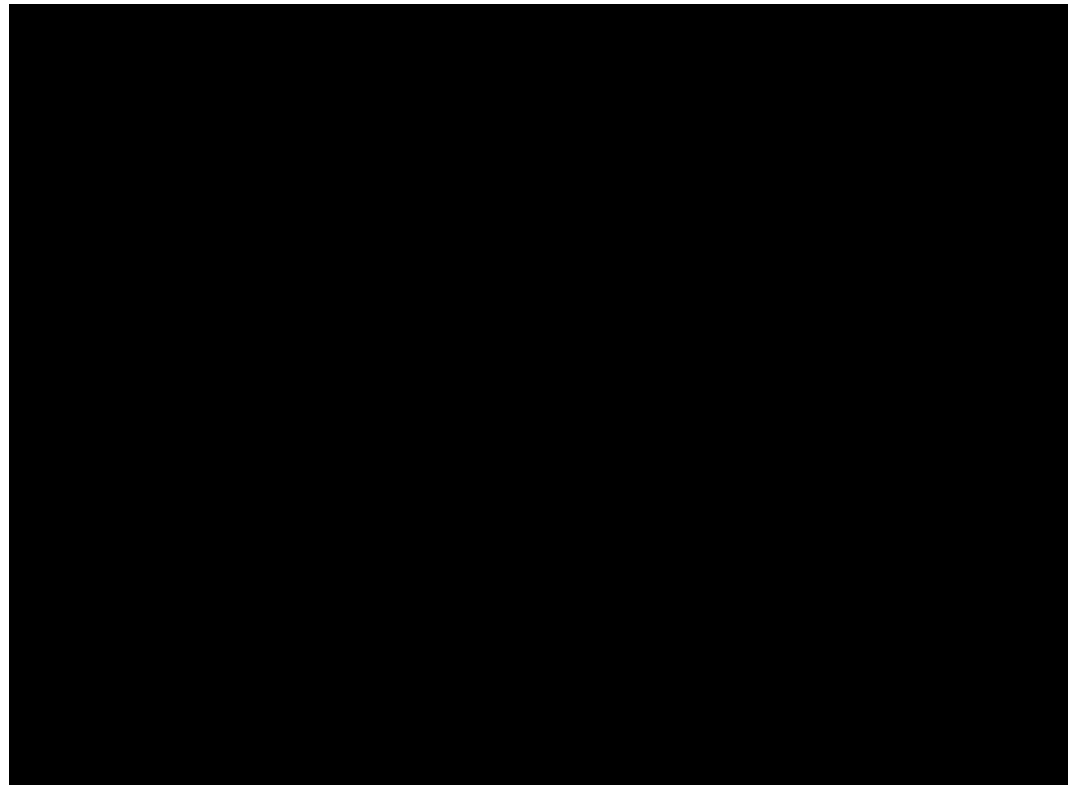
**Ilustración 9:** Conceptos relacionados a la dimensión “Empatía”.  
**Fuente:** (Izquierdo & Moreno, 2014, pág.18).



**2.2.4 Seguridad:** es la capacidad de conocimiento y la atención que brindan los empleados de la empresa, además de la capacidad de inspirar seguridad y credibilidad.

El profesionalismo del personal que está en contacto directo con los clientes es una fuente de confianza, evidenciando una capacidad de destreza en el desarrollo de un servicio adecuado o acordado (Ruiz & Grande, 2006).

A continuación, se muestran unos conceptos relacionados a la dimensión “Seguridad”.

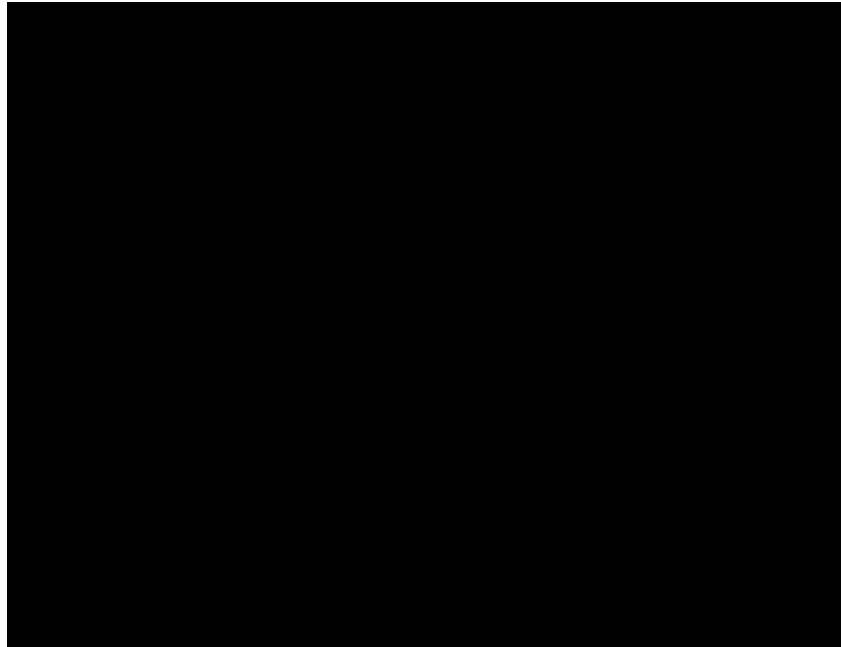


**Ilustración 10:** Conceptos relacionados a la dimensión “Seguridad”.  
**Fuente:** (Izquierdo & Moreno, 2014, pág.17).



**2.2.5 Elementos tangibles:** hace referencia al aspecto físico, instalación, infraestructura, equipamiento y el personal (Ruiz & Grande, 2006).

A continuación, se muestran unos conceptos relacionados a la dimensión “Elementos tangibles”.



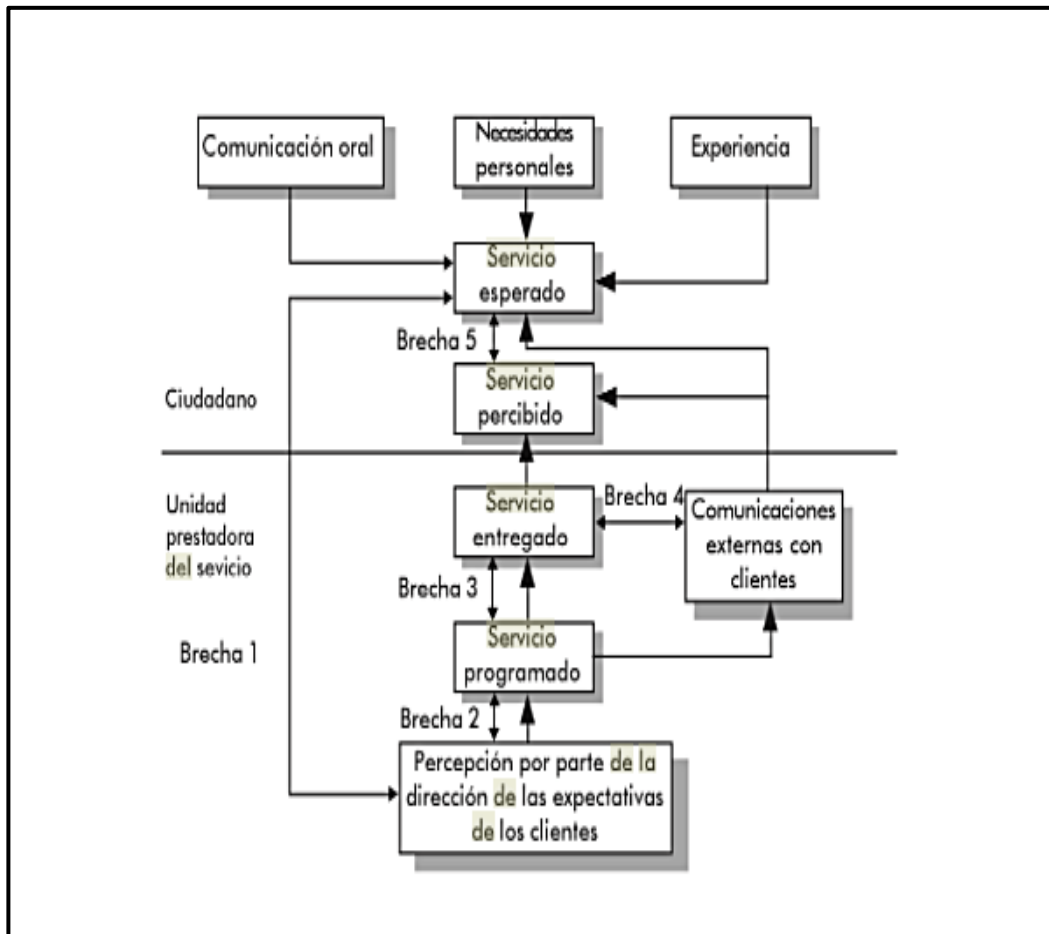
**Ilustración 11:** Conceptos relacionados a la dimensión “Elementos tangibles”  
**Fuente:** (Izquierdo & Moreno, 2014, pág.19).

En conclusión, se podría decir que las dimensiones del modelo ServQual, nos sirven como indicadores para medir las percepciones que tienen los clientes, en nuestro caso los pacientes, en cuanto al servicio que brinda el hospital, siendo el principal objetivo encontrar las falencias que existen dentro de la prestación del servicio por parte del personal de salud y así poder brindar sugerencias y recomendaciones para la mejora de la calidad del servicio.



### 2.3 Modelo de las brechas

El modelo de las brechas, señala las diferencias que existen entre las expectativas del usuario o el servicio esperado y las percepciones del usuario o servicio recibido. También son llamadas discrepancias y gracias a este modelo se puede analizar las dimensiones del modelo ServQual en las que existen más discrepancias y así poder establecer recomendaciones para su mejora continua. (Parasuram, 1988).



**Ilustración 12:** Modelo de las cinco brechas de la calidad del servicio  
**Fuente:** (Valencia, 2015, pág.26).





El modelo de las brechas determina la calidad en el servicio y la satisfacción de las expectativas del consumidor. Es decir, que una organización tiene que saber qué es lo que espera el consumidor. Este modelo está unido a la mercadotecnia, basada en el consumidor.

### **2.3.1 Diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa.**

La primera brecha determina las discrepancias entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos sobre las expectativas de los clientes. Esto se debe a que el directivo de la empresa cree saber cuáles son las necesidades de sus clientes y no se preocupan por investigar sus deseos, ya que a veces no se comprenden qué particularidades del servicio son esenciales para satisfacer las necesidades de los clientes.

### **2.3.2 Diferencia entre las percepciones de los directivos de la empresa y las especificaciones de las normas de calidad.**

La segunda brecha determina las discrepancias entre las percepciones de los directivos sobre las expectativas de los clientes y las normas de calidad en cuanto al servicio. El elemento más importante es el compromiso que tienen los directivos en crear normas de servicio o procesos que garanticen la satisfacción de los clientes.

### **2.3.3 Diferencia entre las normas de calidad del servicio y el servicio ofrecido.**

La tercera brecha determina las discrepancias entre las normas de calidad de servicio y el servicio ofrecido. Se produce por una falta de cuidado en las normas de calidad, también se da por la falta de interés del personal que está en contacto



directo con los clientes, otro motivo es el exceso de trabajo que tienen los empleados.

#### **2.3.4 Discrepancia entre la prestación del servicio y lo que se comunica al cliente sobre el mismo.**

La cuarta brecha determina la discrepancia entre el servicio ofrecido y lo que informa al cliente sobre el mismo. La comunicación es primordial para hacerse conocer y comprender la diferencia del servicio que una empresa brinda frente a la de los competidores. Hay empresas que promocionan un servicio exagerado de lo que pueden ofrecer, esto puede ser un factor negativo ya que los clientes esperan recibir un cierto nivel de servicio, pero reciben otro diferente al que la empresa prometió.

#### **2.3.5 Diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones que ellos reciben.**

Finalmente se asocia a la discrepancia entre el servicio esperado y el servicio recibido (Izaguirre, 2015).

González (2006) menciona que este modelo se basa en la diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente, las expectativas evidencian la experiencia del cliente y las percepciones evidencia la manera en la que el cliente recibe el servicio. Las organizaciones pretenden cerrar la brecha entre lo que espera y lo que el cliente.

Aquí se puede evidenciar si existe satisfacción o insatisfacción por parte de los usuarios que han percibido el servicio.

Percepción  $\geq$  Expectativa = **SATISFACCIÓN**

Percepción  $<$  Expectativa = **INSATISFACCIÓN**



## 2.4 Encuesta de la metodología ServQual

El modelo ServQual se basa en una encuesta, la cual se divide en veinte y dos preguntas, la encuesta se puede aplicar a cualquier tipo de empresa que busca alcanzar la calidad de servicio. Mediante la encuesta se puede obtener información del cliente de cada una de las dimensiones

Las veinte y dos preguntas se encuentran divididas de la siguiente forma:

- Fiabilidad (5 ítems)
- Capacidad de respuesta (4 ítems)
- Seguridad (4 ítems)
- Empatía (5 ítems)
- Elementos tangibles (4 ítems)

Para el análisis propuesto, se vio la necesidad de adaptar el cuestionario ServQual al Hospital. A continuación, se muestra el cuestionario ServQual en general.



EXPECTATIVAS	PERCEPCIONES
1.- Una organización de servicio ideal tiene equipos de apariencia moderna.	1.- La organización de servicio objeto del estudio tiene equipos de apariencia moderna.
2.- Las instalaciones físicas de una organización de servicio ideal son visualmente atractivas.	2.- Las instalaciones físicas de la organización de servicio objeto de estudio son visualmente atractivas.
3.- Los empleados de los servicios ideales tienen apariencia pulcra.	3.- Los empleados de los servicios ideales tienen apariencia pulcra.
4.- En un servicio ideal, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.	4.- En la organización de servicios de objeto, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.
5.- Cuando las organizaciones de servicio ideales prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	5.- Cuando la organización de servicio objeto de estudio prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.
6.- Cuando el cliente tiene un problema, la organización de servicio ideal muestra un sincero interés en solucionarlo.	6.- Cuando el cliente tiene un problema, la organización de servicio objeto de estudio muestra un sincero interés en solucionarlo.
7.- Las organizaciones de servicios ideales realizan bien el servicio la primera vez	7.- La organización de servicio objeto de estudio realizan bien el servicio la primera vez
8.- Las organizaciones de servicios ideales concluyen el servicio en el tiempo prometido.	8.- Las organizaciones de servicios objeto de estudio concluyen el servicio en el tiempo prometido.
9.- Las organizaciones de servicios ideales no cometen errores.	9.- La organización de servicios objeto de estudio no cometen errores.
10.- Las organizaciones de servicios ideales comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	10.- La organización de servicios objeto de estudio comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.
11.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	11.- En la organización de servicios objeto de estudio, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.
12.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.	12.- En la organización de servicios objeto de estudio, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.
13.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	13.- En la organización de servicios objeto de estudio, los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.
14.- El comportamiento de los empleados de las organizaciones de servicios ideales transmiten confianza a los clientes.	14.- El comportamiento de los empleados de la organización de servicios objeto de estudio transmiten confianza a los clientes.
15.- Los clientes de las organizaciones de servicios ideales se sienten seguros en su relación con ellos.	15.- Los clientes de la organización de servicios objeto de estudio se sienten seguros en su relación con ellos.
16.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados siempre son amables con los clientes.	16.- En la organización de servicios objeto de estudio, los empleados siempre son amables con los clientes.
17.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.	17.- En la organización de servicios objeto de estudio, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.
18.- Las organizaciones de servicios ideales dan a sus clientes atención individualizada	18.- La organización de servicios objeto de estudio dan a sus clientes atención individualizada
19.- Las organizaciones de servicios ideales tienen horarios de trabajo convenientes para los clientes.	19.- La organización de servicios objeto de estudio tienen horarios de trabajo convenientes para los clientes.
20.- Las organizaciones de servicios ideales tienen empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	20.- La organización de servicios objeto de estudio tienen empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.
21.- Las organizaciones de servicios ideales se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	21.- La organización de servicios objeto de estudio se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.
22.- Los empleados de las organizaciones de servicios ideales comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	22.- Los empleados de la organización de servicios objeto de estudio comprenden las necesidades específicas de sus clientes.

**Ilustración 13:** Encuesta ServQual  
**Fuente:** (Miranda, Chamorri & Rubio, 2007).

### 1.1. Diseño de la encuesta adaptado al hospital

La encuesta es una herramienta que nos ayuda a obtener el nivel de satisfacción de los usuarios de un establecimiento, en nuestro caso es el Hospital Homero Castanier Crespo. El cuestionario ServQual contiene una lista de preguntas de lo que piensa acerca del establecimiento, esté a su vez se encuentra dividido en cinco dimensiones que contiene las veinte y dos preguntas. Cada pregunta utiliza una escala de Likert del 1 al 5, donde el 1 interpreta el puntaje



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

más bajo, es decir, que el usuario está en disconformidad, y 5 interpreta el puntaje más alto, es decir, que el usuario está en total acuerdo.

Para que exista satisfacción y calidad se necesita que la percepción sea igual a la expectativa (Percepción = Expectativa).

Si la percepción supera a la expectativa significa que existe satisfacción y que el usuario valora el servicio recibido como un servicio de alta calidad. Por el contrario, si la percepción no supera a la expectativa significa que existe insatisfacción y el usuario considerará al servicio recibido como un servicio de baja calidad.

A continuación, se presenta el cuestionario de la metodología ServQual adaptado al hospital (Expectativa)

UNIVERSIDAD DE CUENCA											
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD											
"Análisis de la calidad en los servicios de Hospitalización del Hospital Homero Castanier Crespo de la Ciudad de Azogues".											
Género		Nivel de Estudios		Ocupación			ESCALA LIKERT				
Masculino		Escuela		Empleado		Desempleado	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Femenino		Colegio		Empleador		Ama de Casa					
		Universidad		Estudiante		Informal					
Edad		Ninguno		Jubilado							
Ítems de evaluación por dimensión (EXPECTATIVA)											
Elementos Tangibles- ET							1	2	3	4	5
1. Usted piensa que los equipos del hospital tendrán una apariencia moderna.											
2. Usted piensa que las instalaciones físicas del Hospital tendrán una apariencia moderna											
3. Usted piensa que los empleados del hospital cumplirán las normas de higiene.											
4. Usted piensa que los elementos materiales y equipos médicos dentro del hospital serán visualmente atractivos.											
Fiabilidad- F							1	2	3	4	5
5. Usted piensa que si el personal médico prometiera hacer algo en cierto tiempo, lo haría.											
6. Usted piensa que el personal de salud mostraría interés si usted tuviera algún problema, y ayudaría a solucionarlo.											
7. Usted piensa que el personal de salud brindará un correcto servicio desde la primera vez.											
8. Usted piensa que el personal de salud es muy cuidadoso con los registros de sus pacientes.											



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

9. Usted piensa que el personal de salud concluirá el servicio en el tiempo estipulado.					
<b>Capacidad de Respuesta- CR</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
10. Usted piensa que el personal de salud comunicará a sus pacientes cuando concluirá el servicio					
11. Usted piensa que el personal de salud ofrece un servicio rápido.					
12. Usted piensa que el personal de salud está dispuesto a ayudar a sus pacientes.					
13. Usted piensa que el personal de salud responde correctamente las inquietudes de sus pacientes.					
<b>Seguridad- S</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
14. Usted piensa que el comportamiento del personal de salud transmite confianza.					
15. Usted se sentiría seguro con el servicio que presta el personal médico.					
16. Usted piensa que el personal de salud es amable.					
17. Usted piensa que el personal de la salud está capacitado para despejar las dudas de sus pacientes.					
<b>Empatía - E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
18. Usted piensa que el personal da a los pacientes una atención individualizada.					
19. Usted piensa que el personal de la salud tiene horarios acorde al de sus pacientes.					
20. Usted piensa que el hospital tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a su paciente					
21. Usted piensa que el hospital se preocupa por los mejores intereses de sus pacientes.					
22. Usted piensa que el personal de salud comprende las necesidades específicas de sus pacientes.					

**Elaborado:** por las autoras

También, se presenta el cuestionario de la metodología ServQual adaptado al hospital (Percepción).

UNIVERSIDAD DE CUENCA								
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD								
"Análisis de la calidad en los servicios de Hospitalización del Hospital Homero Castanier Crespo de la Ciudad de Azogues".								
Género	Nivel de Estudios	Ocupación		ESCALA LIKERT				
Masculino	Escuela	Empleado	Desempleado	Nunca	Siempre			
Femenino	Colegio	Empleado	Ama de Casa					
	Universidad	Estudiante	Informal					
<b>Edad</b>	Ninguno	Jubilado						
<b>Ítems de evaluación por dimensión (PERCEPCIÓN)</b>								
<b>Elementos Tangibles- ET</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. Durante su hospitalización los instrumentos del personal médico y equipos en la habitación se observaron modernos.								
2. Durante su hospitalización observó que las instalaciones físicas del Hospital tenían una apariencia moderna.								
3. Durante su hospitalización los empleados del hospital mantuvieron buenas medidas de higiene.								



4. Durante su hospitalización observó que los materiales y equipos médicos eran visualmente atractivos.					
<b>Fiabilidad- F</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
5. Durante su hospitalización el personal médico cumplió todo lo prometido al paciente.					
6. Durante su hospitalización el personal de salud le mostró interés y le ayudó a resolver algún problema.					
7. El personal de salud le brindó un correcto servicio desde la primera vez que ingresó al hospital.					
8. El personal de salud fue muy cuidadoso con sus registros de ingreso.					
9. El personal de salud concluyó el servicio en el tiempo estipulado.					
<b>Capacidad de Respuesta- CR</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
10. El personal de salud comunicó al paciente cuando concluiría el servicio.					
11. Durante su hospitalización el personal de salud le ofreció un servicio rápido.					
12. Durante su hospitalización el personal de salud estuvo dispuesto a ayudarlo.					
13. Durante su hospitalización el personal de salud respondió correctamente todas sus inquietudes.					
<b>Seguridad- S</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
14. Durante su hospitalización el comportamiento del personal de salud le transmitió confianza.					
15. Durante su hospitalización se sintió seguro con el servicio que prestó el personal médico					
16. Durante su hospitalización el personal de salud fue amable con usted.					
17. Durante su hospitalización usted noto que el personal de salud estaba capacitado para despejar las dudas de sus pacientes.					
<b>Empatía - E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
18. Durante su hospitalización el personal de salud le brindó una atención individualizada.					
19. Usted piensa que el personal de salud tuvo un horario acorde a su disponibilidad.					
20. Durante su hospitalización el hospital tuvo empleados que le ofrecieron una atención personalizada.					
21. Durante su hospitalización el hospital se preocupó por sus intereses.					
22. Durante su hospitalización el personal de salud comprendió sus necesidades específicas.					

**Elaborado:** por las autoras

## 1.2. Muestra

La muestra que se tomó en cuenta es únicamente del área de Hospitalización, ya que en esta área la calidad del personal de salud se hace más evidente ya que están en contacto directo con los pacientes. Esta área es una de las más importantes del hospital ya que se evidencia el trato y la calidad que el hospital brinda a sus usuarios.



Para obtener la población de estudio el hospital nos brindó información estadística de los pacientes hospitalizados entre los meses de enero a julio del año 2020. Los mismos que suman un total de 3 546 pacientes hospitalizados, quienes se encuentran divididos de la siguiente forma:

**Tabla 1**  
**Población**

<b>Datos de los pacientes en hospitalización desde el mes Enero a Julio del 2020</b>							
	Medicina Interna	Traumatología	Cirugía	Pediatría	Neonatología	Ginecología	Total
Enero	148	56	162	125	36	223	750
Febrero	132	46	152	130	40	213	713
Marzo	105	43	127	100	42	203	620
Abril	56	0	62	21	24	126	289
Mayo	64	10	55	26	26	129	310
Junio	82	17	63	41	27	164	394
Julio	108	32	94	38	32	166	470
<b>TOTAL GENERAL</b>							<b>3546</b>

**Fuente:** Estadística del Hospital Homero Castanier Crespo, 2020.

**Realizado por:** las autoras

En base a estos datos se procedió a sacar la muestra, para calcular la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

En donde: N= tamaño de la muestra

$$Z\alpha = 1,96^2$$

p= proporción esperada (5%)

$$q = 1 - p \quad (1 - 0,05 = 0,95)$$

d= precisión (5%)





Seguridad=95%

Precisión= 0.021% (Trespalcios Gutiérrez, Vásquez Casielles, & Bello Acebron, 2005).

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$
$$n = \frac{3546 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,05^2(3546 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$n = 346,60 = 347$  encuestas

Entonces, la muestra de la investigación tiene un total de 347 encuestas dirigidas a los pacientes que se encuentran en hospitalización.

### 1.3. Sistema de recolección de datos

Debido a la situación actual de la pandemia del coronavirus las encuestas se realizaron a los familiares de los pacientes que se encuentran en hospitalización, siendo con el fin, de determinar el nivel de satisfacción que brinda el hospital a los usuarios.

Previo a la aplicación de la encuesta se empleó el consentimiento informado a cada usuario, en el cual se le informa cual es el fin de la encuesta.



## 1.4. Análisis de las dimensiones de la metodología ServQual.

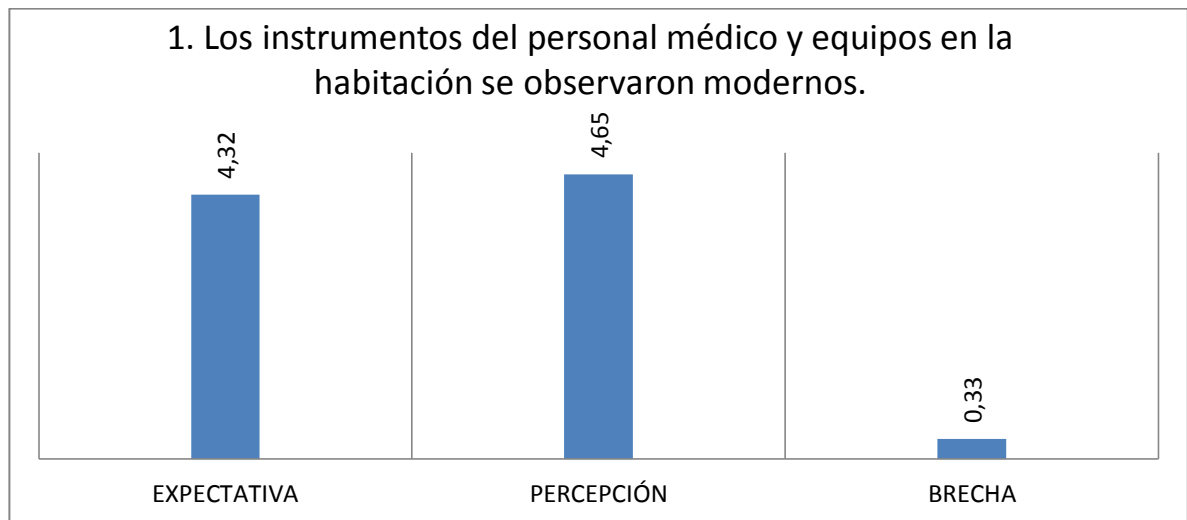
### 1.4.1. Elementos tangibles.

Como ya se mencionó para obtener nuestra brecha tenemos que restar el resultado de percepción con el de expectativa, entonces si el resultado:

Percepción  $\geq$  Expectativa = Satisfacción

Percepción  $\leq$  Expectativa = Insatisfacción

#### Pregunta 1.



**Ilustración 14:** Pregunta 1 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

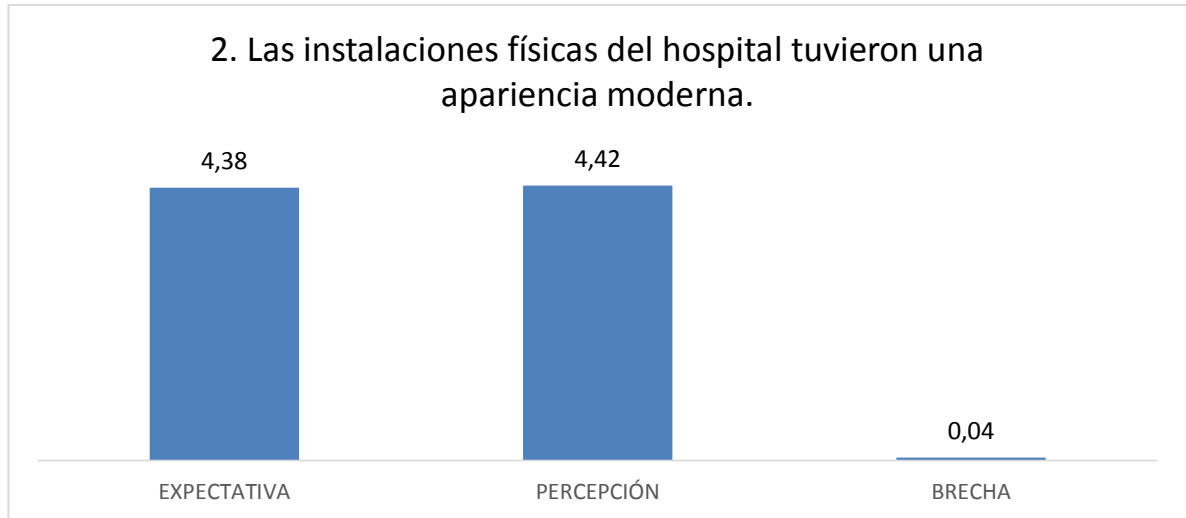
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa más baja (4,32) en relación a la percepción (4,65) que tuvieron cuando recibieron el servicio.

Utilizando la fórmula se puede concluir que existe satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 1, ya que nos da como resultado una brecha de 0,33.



**Pregunta 2.**



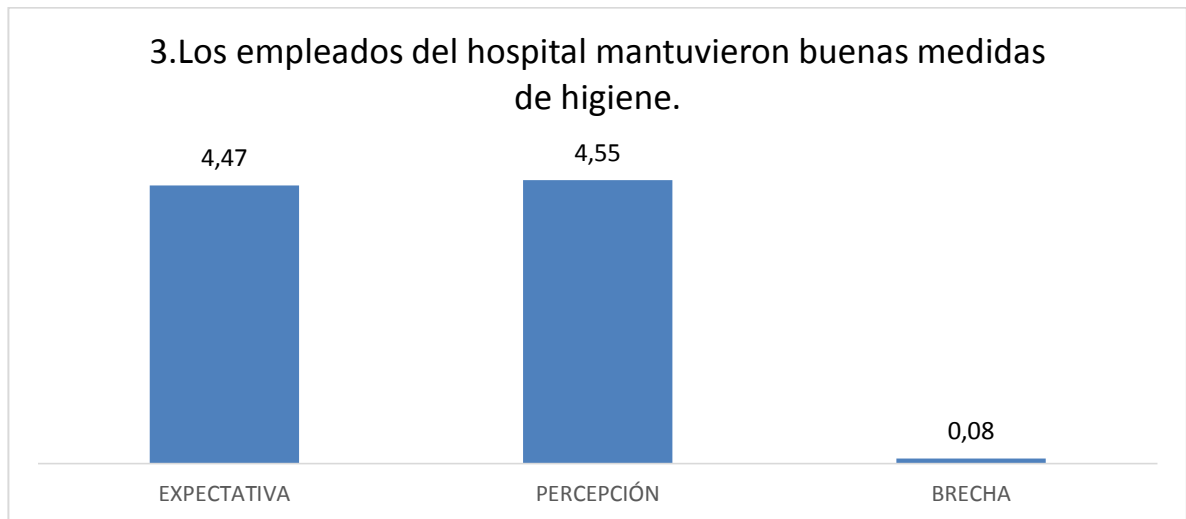
**Ilustración 15:** Pregunta 2 de la encuesta  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,38 en relación a la percepción de 4,42 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,04, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 2.



**Pregunta 3.**



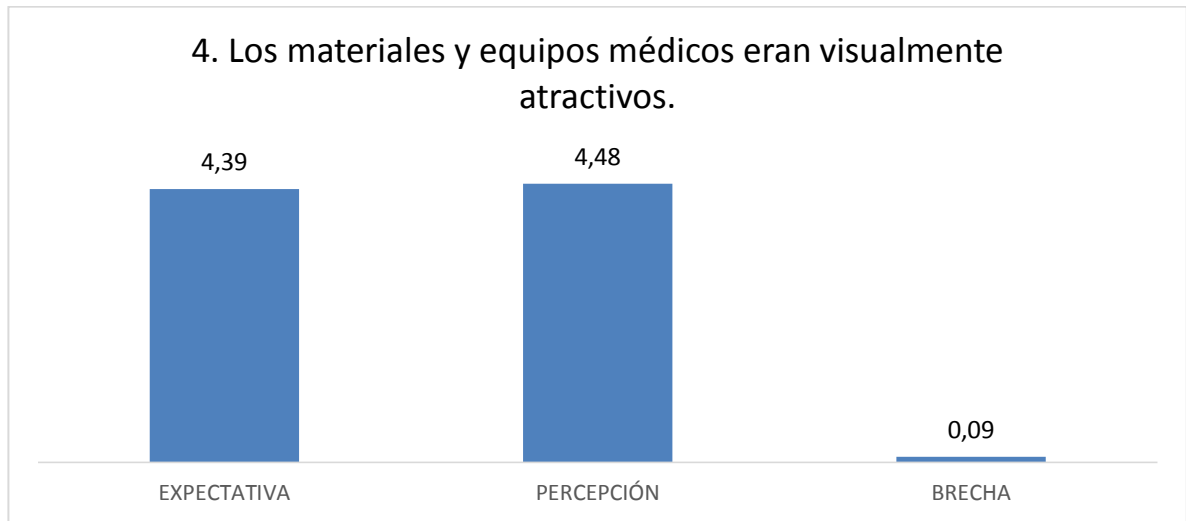
**Ilustración 16:** Pregunta 3 de la encuesta  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,47 en relación a la percepción de 4,55 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,08, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 3.



**Pregunta 4.**



**Ilustración 17:** Pregunta 4 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,39 en relación a la percepción de 4,48 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

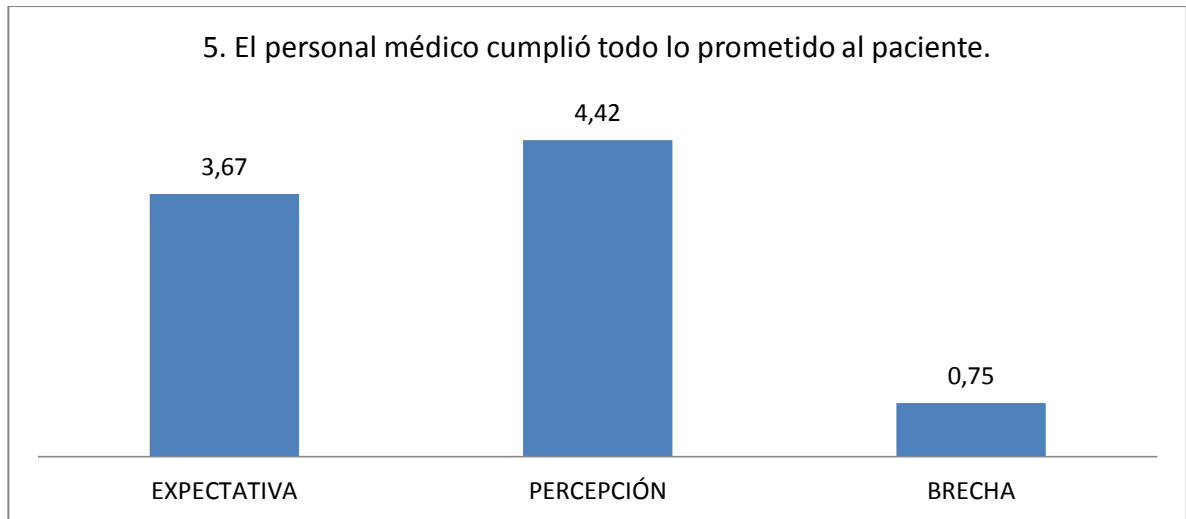
Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,09, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 4.

**Conclusión:** se pudo analizar que en la dimensión de los elementos tangibles los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio prestado por parte de los profesionales de la salud del hospital, con una expectativa promedio de 4,39 y una percepción promedio de 4,52.



### 1.4.2. Fiabilidad

#### Pregunta 5.



**Ilustración 18:** Pregunta 5 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,67 en relación a la percepción de 4,42 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,75, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 5.



**Pregunta 6.**



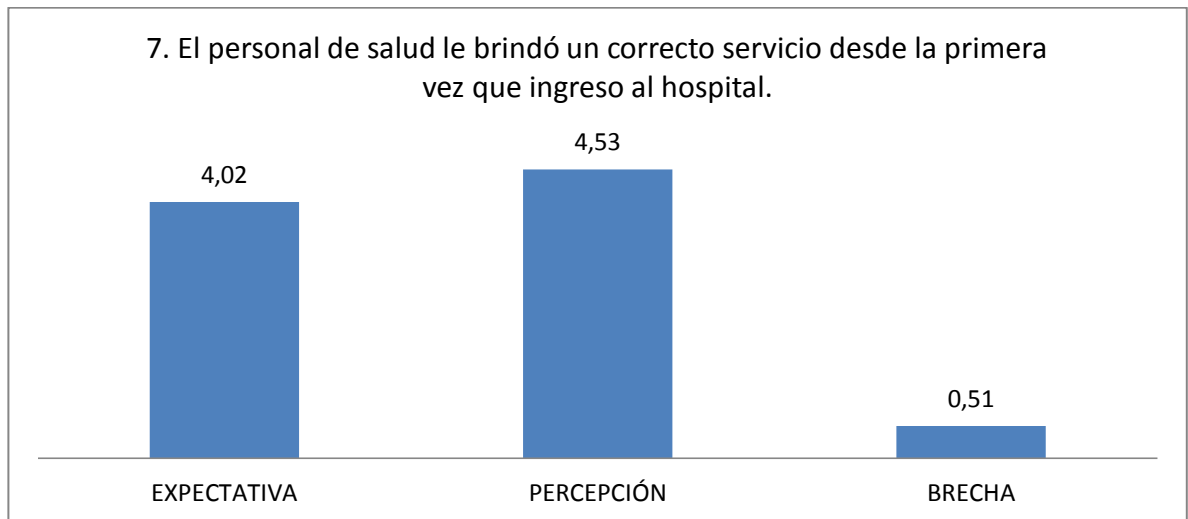
**Ilustración 19:** Pregunta 6 de la encuesta  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,56 en relación a la percepción de 4,51 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,95, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 6.



**Pregunta 7.**



**Ilustración 20:** Pregunta 7 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

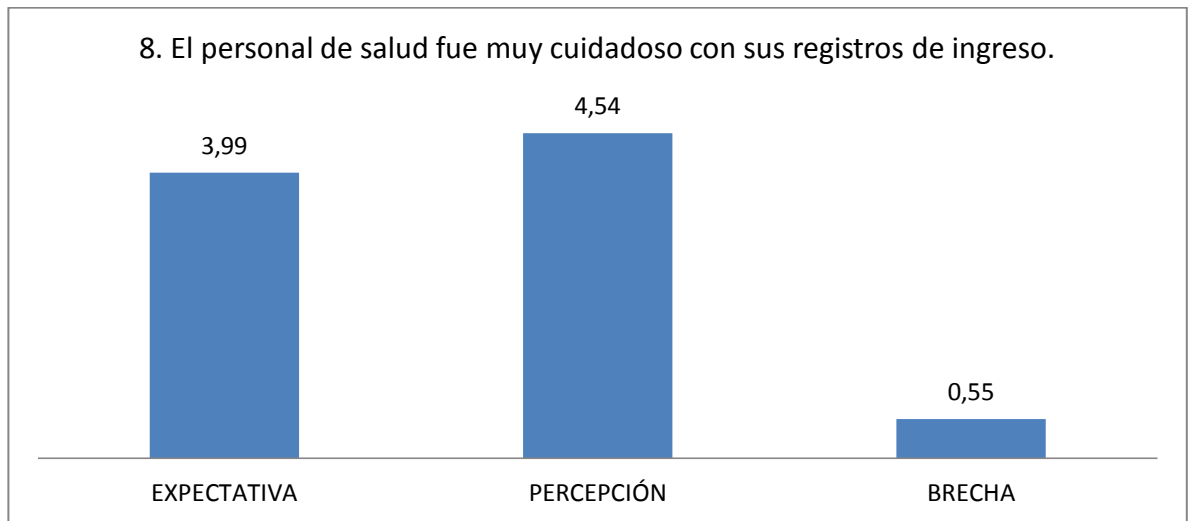
En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,02 en relación a la percepción de 4,53 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,51, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 7.





**Pregunta 8.**



**Ilustración 21:** Pregunta 8 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

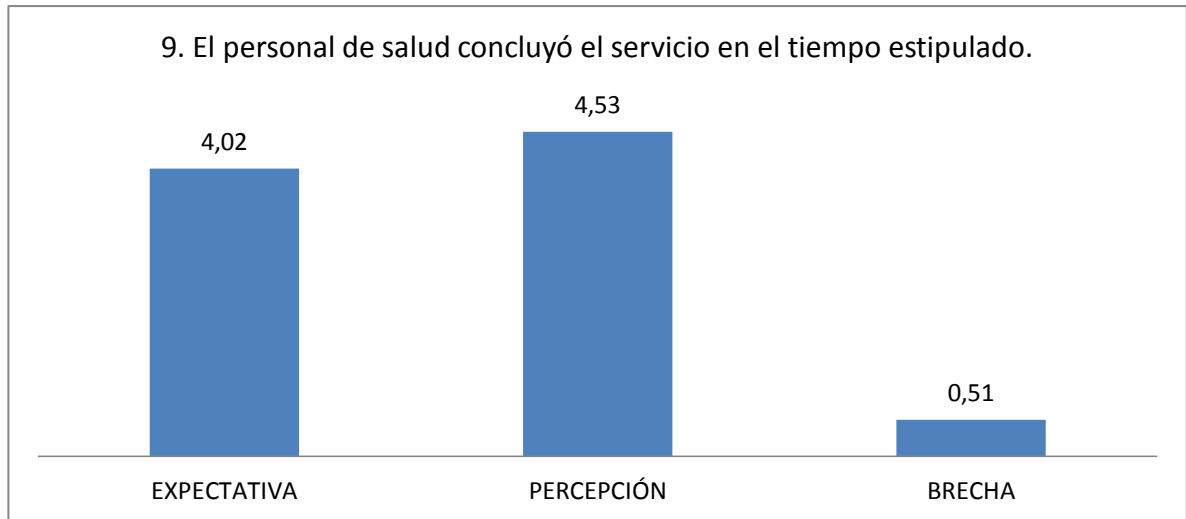
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,99 en relación a la percepción de 4,54 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,75, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 8.



**Pregunta 9.**



**Ilustración 22:** Pregunta 9 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,02 en relación a la percepción de 4,53 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

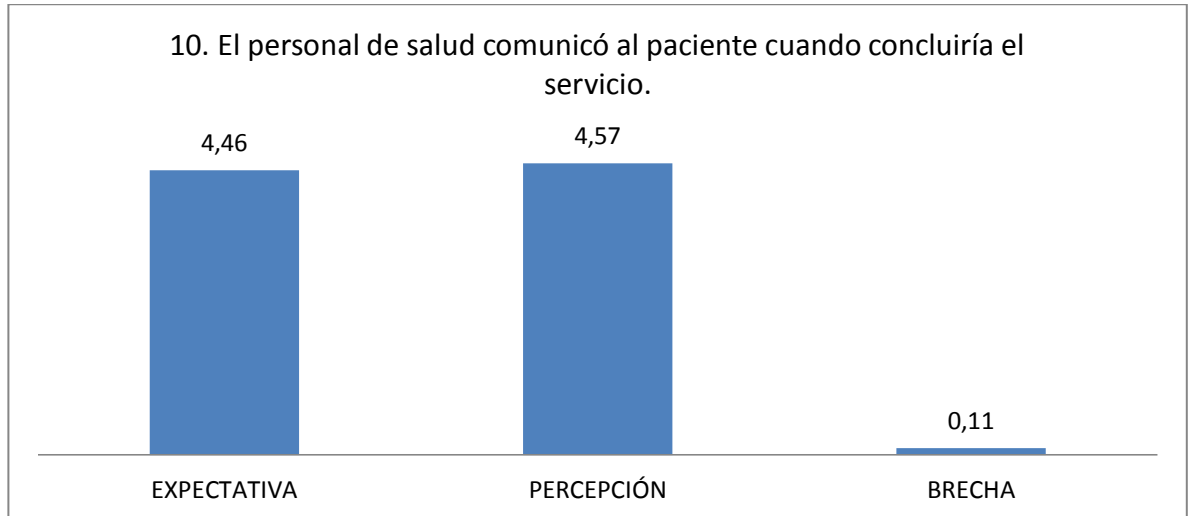
Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,51, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 9.

**Conclusión:** se pudo analizar que en la dimensión de fiabilidad los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio prestado por parte de los profesionales de la salud del hospital, con una expectativa promedio de 3,85 y una percepción promedio de 4,50.



### 1.4.3. Capacidad de respuesta.

#### Pregunta 10.



**Ilustración 23:** Pregunta 10 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

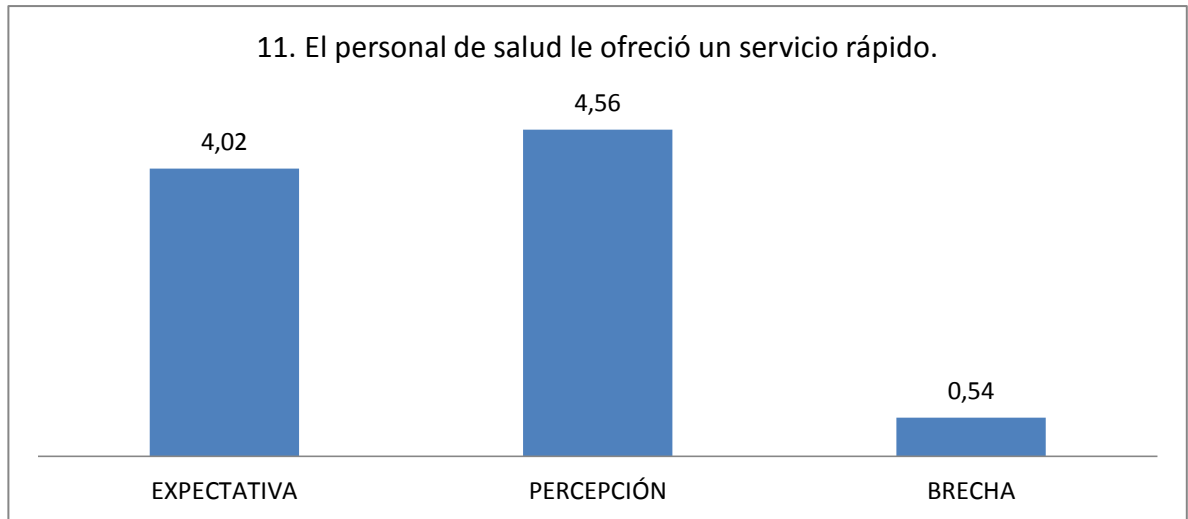
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,46 en relación a la percepción de 4,57 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,11, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 10.



**Pregunta 11.**



**Ilustración 24:** Pregunta 11 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

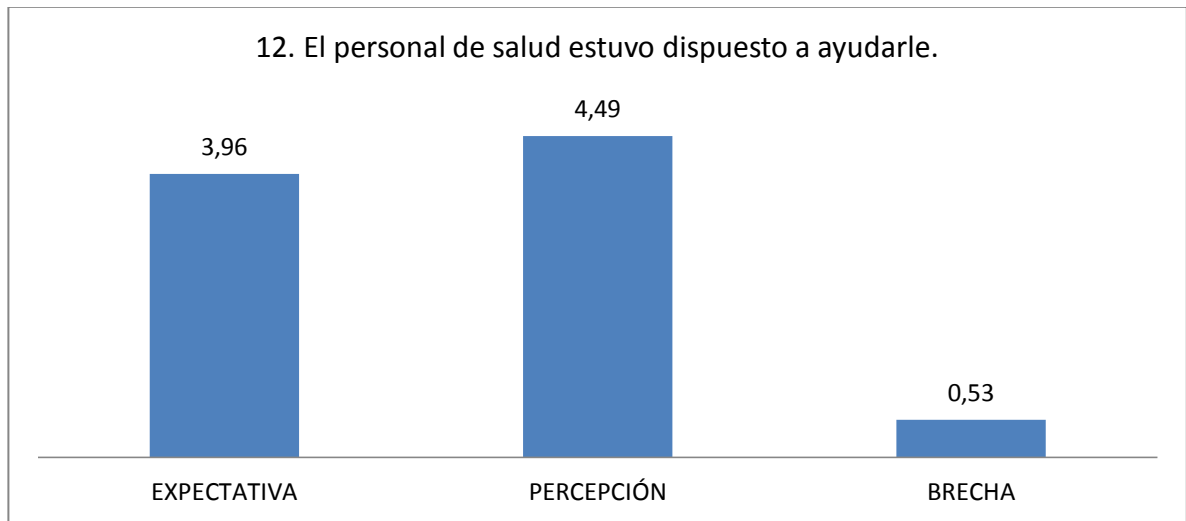
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,02 en relación a la percepción de 4,56 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,54, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 11.



**Pregunta 12.**



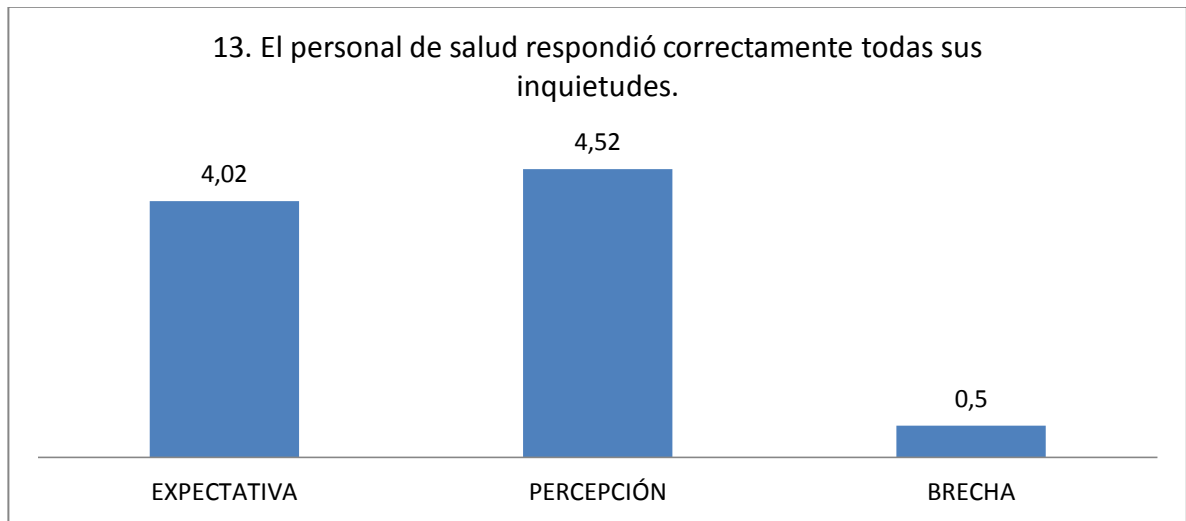
**Ilustración 25:** Pregunta 12 de la encuesta  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,96 en relación a la percepción de 4,49 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,53, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 12.



**Pregunta 13.**



**Ilustración 26:** Pregunta 13 de la encuesta  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,02 en relación a la percepción de 4,52 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

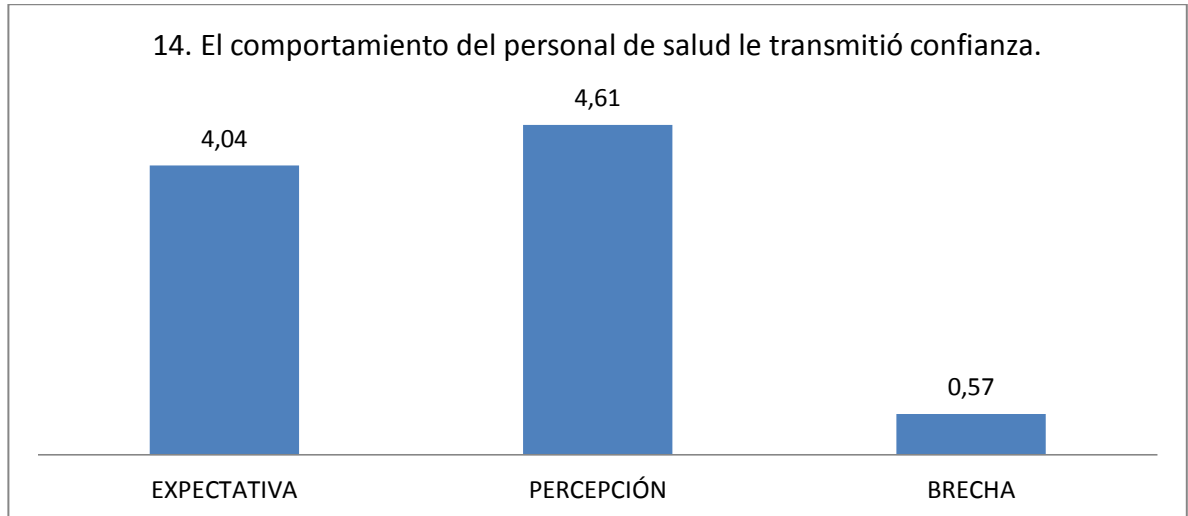
Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,5, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 13.

**Conclusión:** se pudo analizar que en la dimensión capacidad de respuesta los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio prestado por parte de los profesionales de la salud del hospital, con una expectativa promedio de 4,11 y una percepción promedio de 4,53.



### 1.4.4. Seguridad.

#### Pregunta 14.



**Ilustración 27:** pregunta 14 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

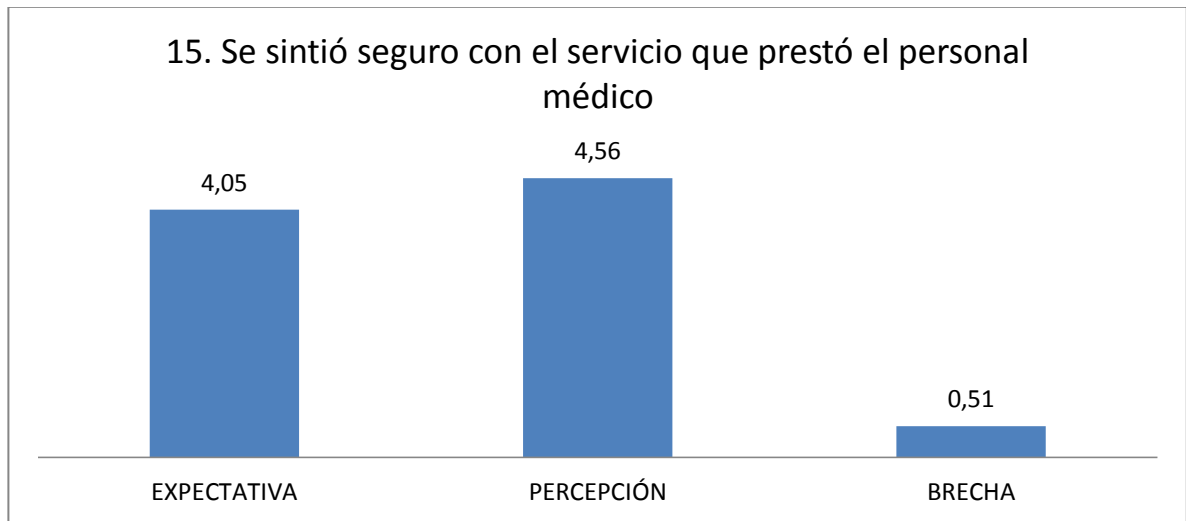
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,04 en relación a la percepción de 4,61 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,57, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 14.



**Pregunta 15.**



**Ilustración 28:** Pregunta 15 de la encuesta  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

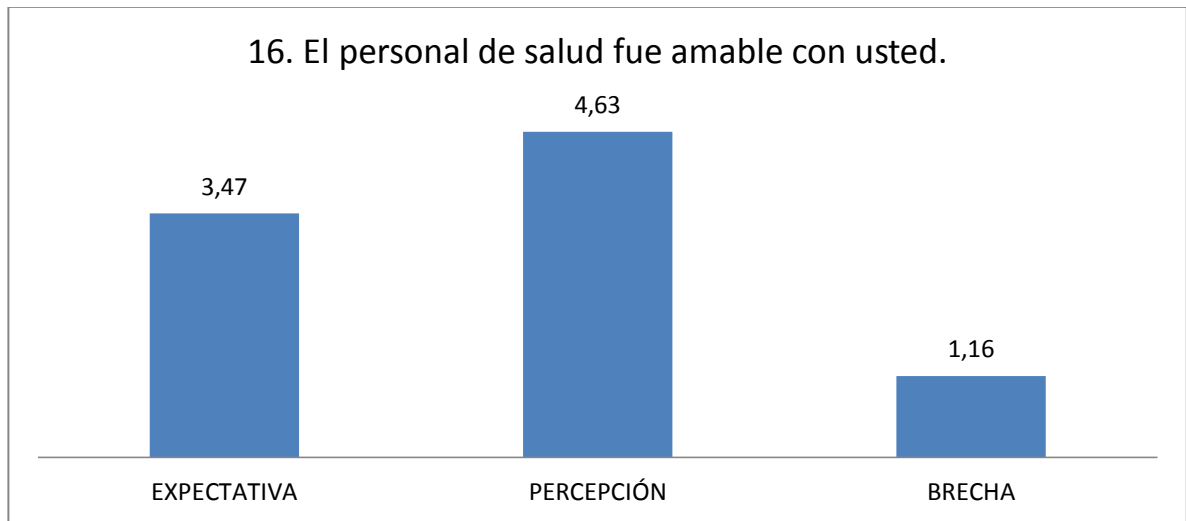
En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,05 en relación a la percepción de 4,56 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,51, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 15.





**Pregunta 16.**



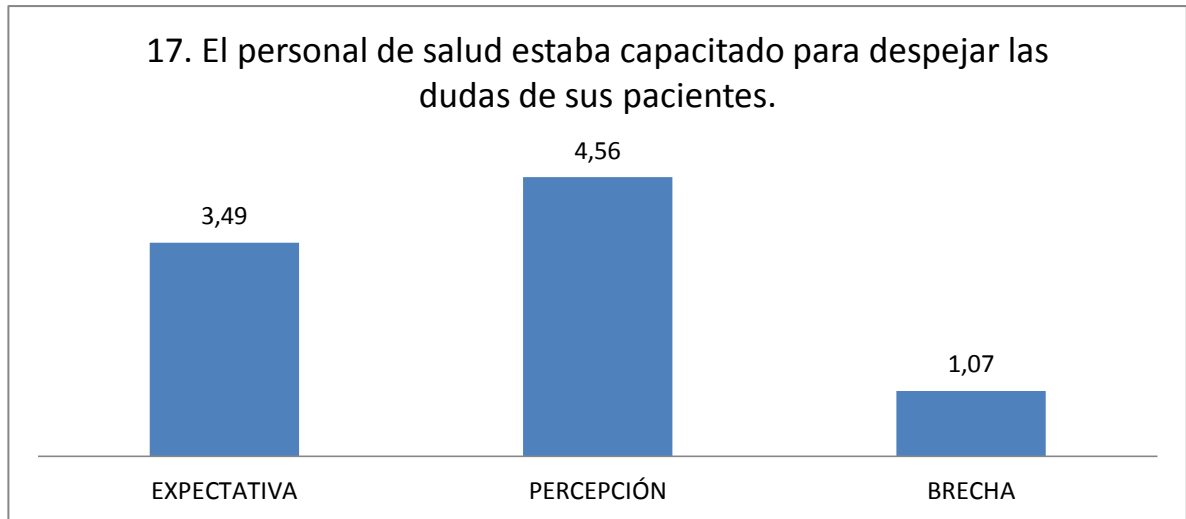
**Ilustración 29:** Pregunta 16 de la encuesta  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que la mayoría de los usuarios pensaron que el personal de salud no iba a ser amable, puesto que su expectativa fue de 3,47 en relación a la percepción de 4,63 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 1,16, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 16.



**Pregunta 17.**



**Ilustración 30:** Pregunta 17 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,49 en relación a la percepción de 4,56 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 1,07, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 17.

**Conclusión:** se pudo analizar que en la dimensión de seguridad los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio prestado por parte de los profesionales de la salud del hospital, con una expectativa promedio de 3,76 y una percepción promedio de 4,59.



### 1.4.5. Empatía

#### Pregunta 18.



**Ilustración 31:** Pregunta 18 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

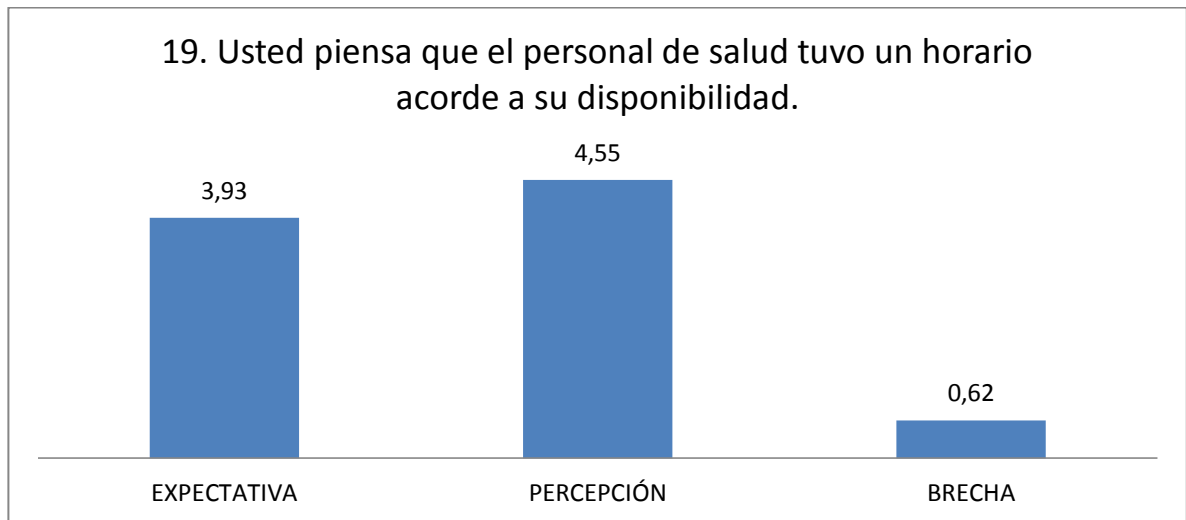
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,98 en relación a la percepción de 4,53 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,55, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 18.



**Pregunta 19.**



**Ilustración 32:** Pregunta 19 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

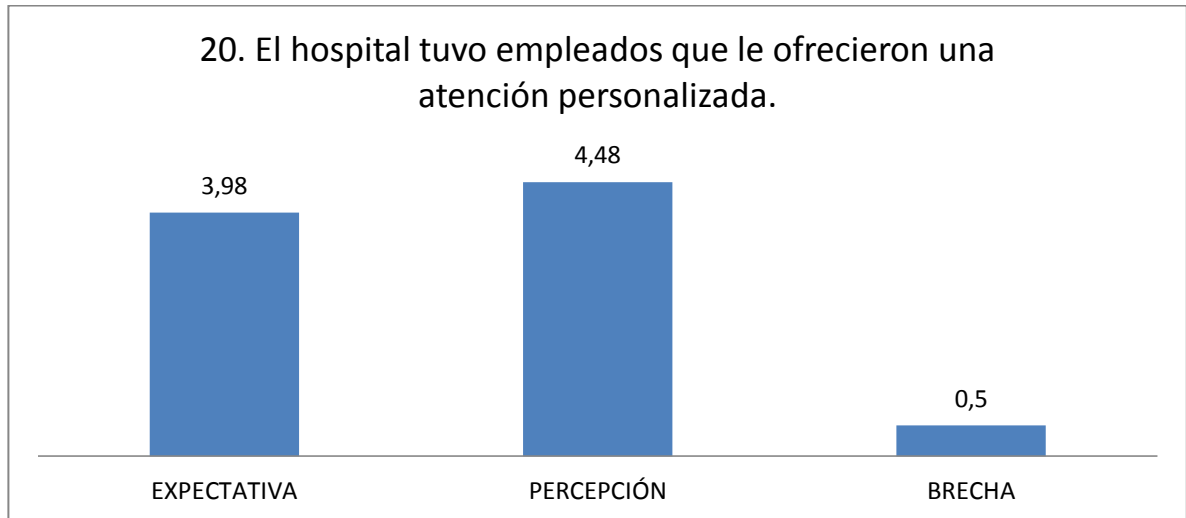
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,93 en relación a la percepción de 4,55 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,62, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 19.



**Pregunta 20.**



**Ilustración 33:** Pregunta 20 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

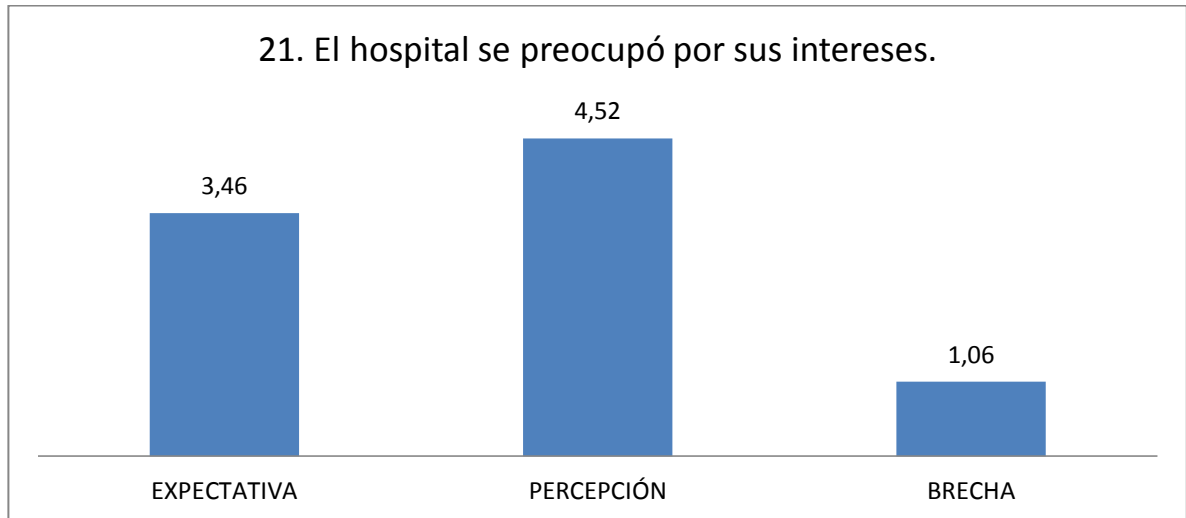
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,98 en relación a la percepción de 4,48 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 0,5, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 20.



**Pregunta 21.**



**Ilustración 34:** Pregunta 21 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

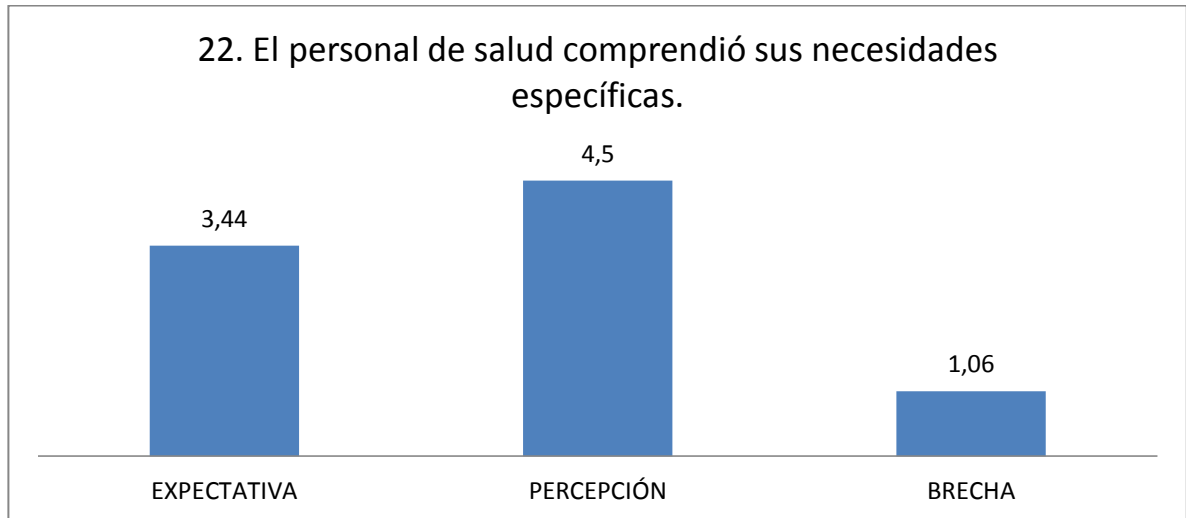
**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,46 en relación a la percepción de 4,52 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 1,06, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 21.



**Pregunta 22.**



**Ilustración 35:** Pregunta 22 de la encuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

En el gráfico se puede analizar que los usuarios tuvieron una expectativa de 3,44 en relación a la percepción de 4,5 que tuvieron cuando recibieron el servicio. Es decir, los servicios prestados por el personal de salud superó las expectativas de los usuarios y hubo satisfacción.

Utilizamos la fórmula  $GAP = P - E$ , nos da como resultado una brecha de 1,06, esto nos indica que existe Satisfacción por parte del usuario con respecto a la pregunta 22.

**Conclusión:** se pudo analizar que en la dimensión de empatía los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio prestado por parte de los profesionales de la salud del hospital, con una expectativa promedio de 3,75 y una percepción promedio de 4,51.



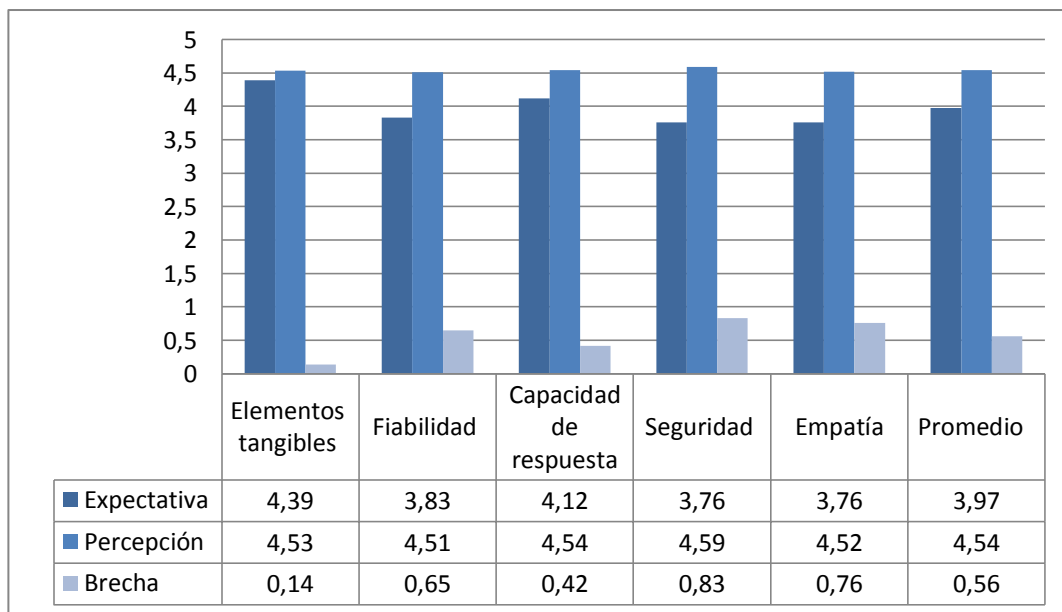
**Resumen general de las expectativas y percepciones**

**Tabla 2**

**Expectativa y percepción**

Dimensión	Expectativa	Percepción	Brecha
<b>Elementos tangibles</b>	4,39	4,53	0,14
<b>Fiabilidad</b>	3,83	4,51	0,65
<b>Capacidad de respuesta</b>	4,12	4,54	0,42
<b>Seguridad</b>	3,76	4,59	0,83
<b>Empatía</b>	3,76	4,52	0,76
<b>Promedio</b>	<b>3,97</b>	<b>4,54</b>	<b>0,56</b>

Fuente: encuesta  
Realizado por: las autoras



**Ilustración 36:** Resultados de la expectativa y la percepción

Fuente: encuesta  
Realizado por: las autoras

**Análisis:** como se puede observar el promedio general de la percepción es de un 4,54 superando a la expectativa de 3,97 que tuvieron los familiares de los pacientes respecto al servicio que brinda el hospital, dando por concluido que existe satisfacción por parte de los usuarios.





### CAPÍTULO 3.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS, PROPUESTA DE MEJORA Y RECOMENDACIONES.

### 3.1 Interpretación de los resultados obtenidos mediante el sistema de recolección de datos.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los familiares de los usuarios del hospital.

#### Género de la población

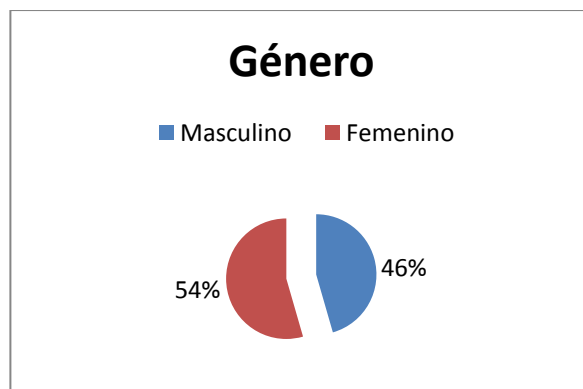
**Tabla 3**

#### Género

Género		
Masculino	158	46%
Femenino	189	54%
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Realizado por: las autoras



**Ilustración 37:** Género de los encuestados

Fuente: encuesta

Realizado por: las autoras



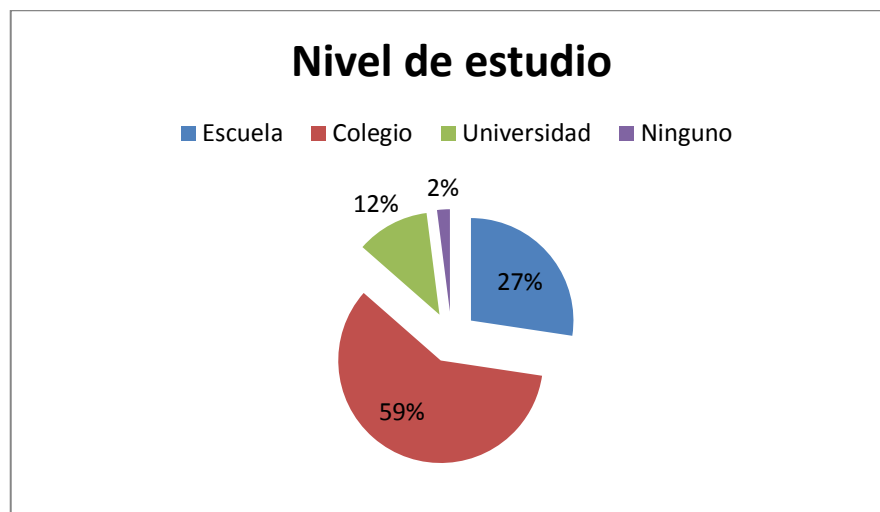
**Análisis:** Como se puede observar de los 347 encuestados la mayoría corresponde al género femenino con un 54%, dando por entendido que son las mujeres el género que más acuden al hospital, mientras que el 46% corresponde al género masculino.

### Nivel de estudios

**Tabla 4**  
**Nivel de estudios**

Nivel de estudios		
Escuela	95	27%
Colegio	205	59%
Universidad	40	12%
Ninguno	7	2%
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta  
Realizado por: las autoras



**Ilustración 38:** Nivel de estudio  
Fuente: encuesta  
Realizado por: las autoras



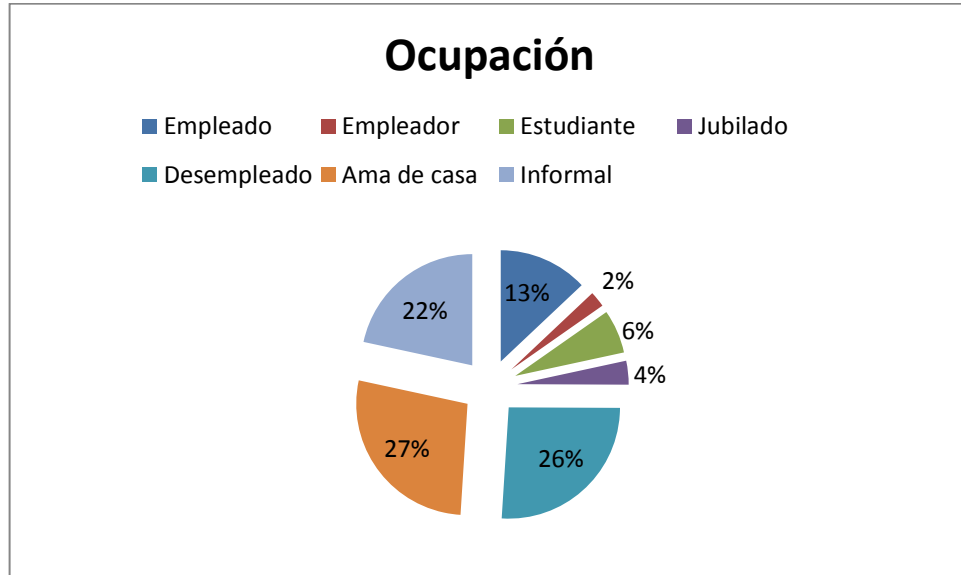
**Análisis:** Como se puede observar, el nivel de estudio de los pacientes que más acuden al hospital en su mayoría ha cursado el colegio con un 59%, concluyendo que esta puede ser la razón de que sean menos exigentes con el servicio hospitalario, seguido del nivel primaria con un 27%, en tercer lugar está el nivel superior (universidad) con un 12%, y en último lugar están los pacientes que no tienen formación académica en un 2%.

## Ocupación

**Tabla 5**  
**Ocupación**

<b>Ocupación</b>		
Empleado	45	13%
Empleador	8	2%
Estudiante	22	6%
Jubilado	12	3%
Desempleado	90	26%
Ama de casa	95	27%
Informal	75	22%
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta  
Realizado por: las autoras



**Ilustración 39:** Ocupación  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

**Análisis:** Como se puede observar, la ocupación con mayor porcentaje (27%) corresponde a la de ama de casa, lo que nos indica que la mayoría de los encuestados son mujeres que se dedican a los quehaceres del hogar, pudiendo ser otra razón por la que son menos exigentes con el servicio, también se observa que un 26 % de los encuestados se encuentran desempleados y un 22% de los encuestados se dedican al trabajo informal, cabe recalcar que existe un nivel alto de desempleo por lo que algunos de los encuestados optan por el trabajo informal.



**Edad**

**Tabla 6**

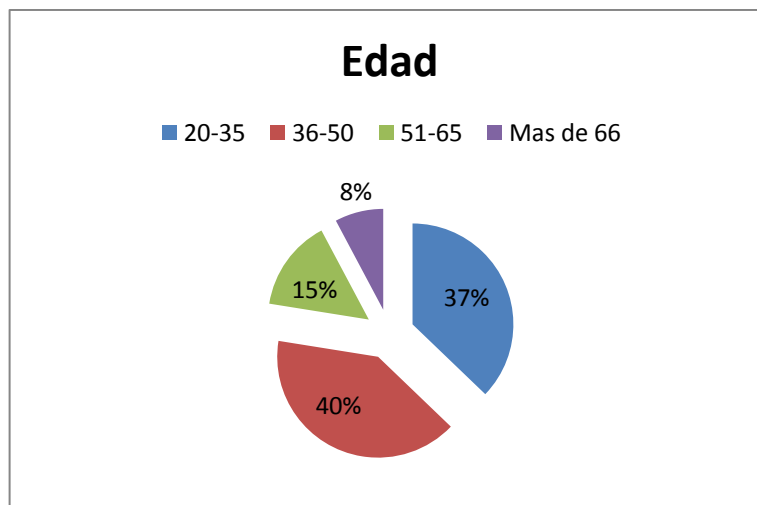
**Edad**

Edad		
20-35	129	37%
36-50	140	40%
51-65	51	15%
Más de 66	27	8%

**Total 347 100%**

Fuente: encuesta

Realizado por: las autoras



**Ilustración 40: Edad**

Fuente: encuesta

Realizado por: las autoras

**Análisis:** Como se puede observar, el rango de edad de las personas que más acuden al hospital está entre los 36 a los 50 años, se puede decir que en este grupo son las personas que se encuentran laborando por lo que necesitan estar en óptimas condiciones de salud y en un 37% se encuentran las personas de entre 20 a los 35 años.



**Resultados de las encuestas por dimensión.**

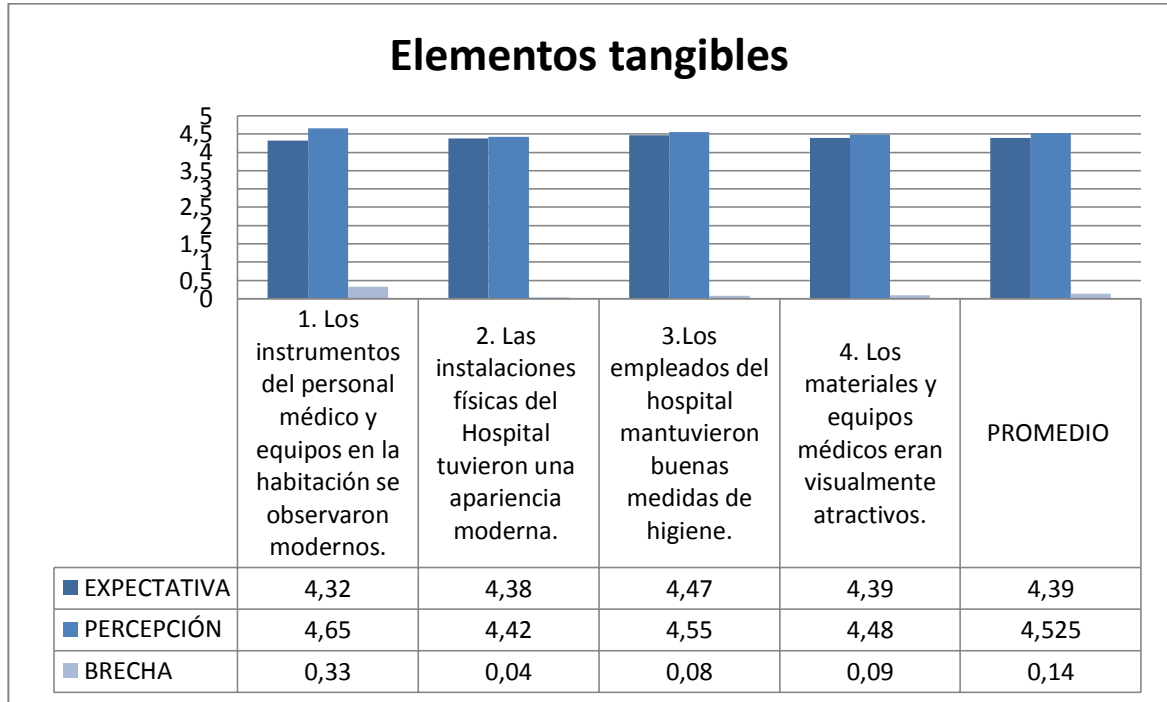
**Tabla 7**

**DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES**

<b>PREGUNTA</b>	<b>EXPECTATIVA</b>	<b>PERCEPCIÓN</b>	<b>BRECHA</b>
1. Los instrumentos del personal médico y equipos en la habitación se observaron modernos.	4,32	4,65	0,33
2. Las instalaciones físicas del Hospital tuvieron una apariencia moderna.	4,38	4,42	0,04
3. Los empleados del hospital mantuvieron buenas medidas de higiene.	4,47	4,55	0,08
4. Los materiales y equipos médicos eran visualmente atractivos.	4,39	4,48	0,09
<b>PROMEDIO</b>	4,39	4,525	0,14
<b>VALOR MÁXIMO</b>	4,47	4,65	0,33
<b>VALOR MÍNIMO</b>	4,32	4,42	0,04
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	0,06	0,10	0,13

**Fuente:** encuesta

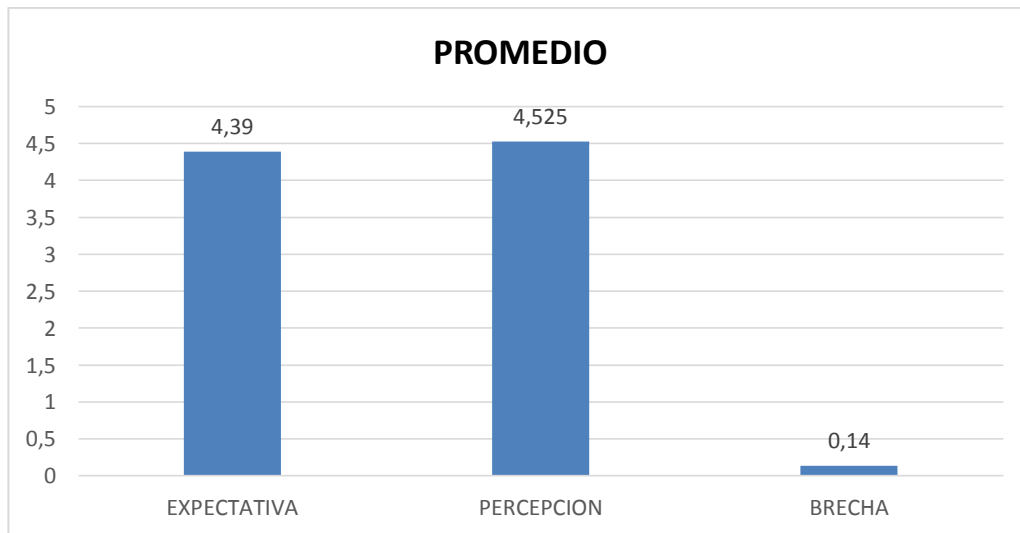
**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 41:** Resultados de la dimensión elementos tangibles

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 42:** Promedio dimensión elementos tangibles

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



**Análisis:** lo que corresponde a la dimensión de elementos tangibles se puede concluir que los usuarios tuvieron una expectativa de 4,32 en relación a la percepción de 4,65 que tuvieron después de recibir el servicio. Por lo tanto, el hospital ha superado las expectativas de los usuarios y los mismos han quedado satisfechos con respecto a que el hospital cuenta con una apariencia moderna, equipos modernos, normas de higiene, elementos materiales y equipos médicos atractivos.

**Tabla 8**

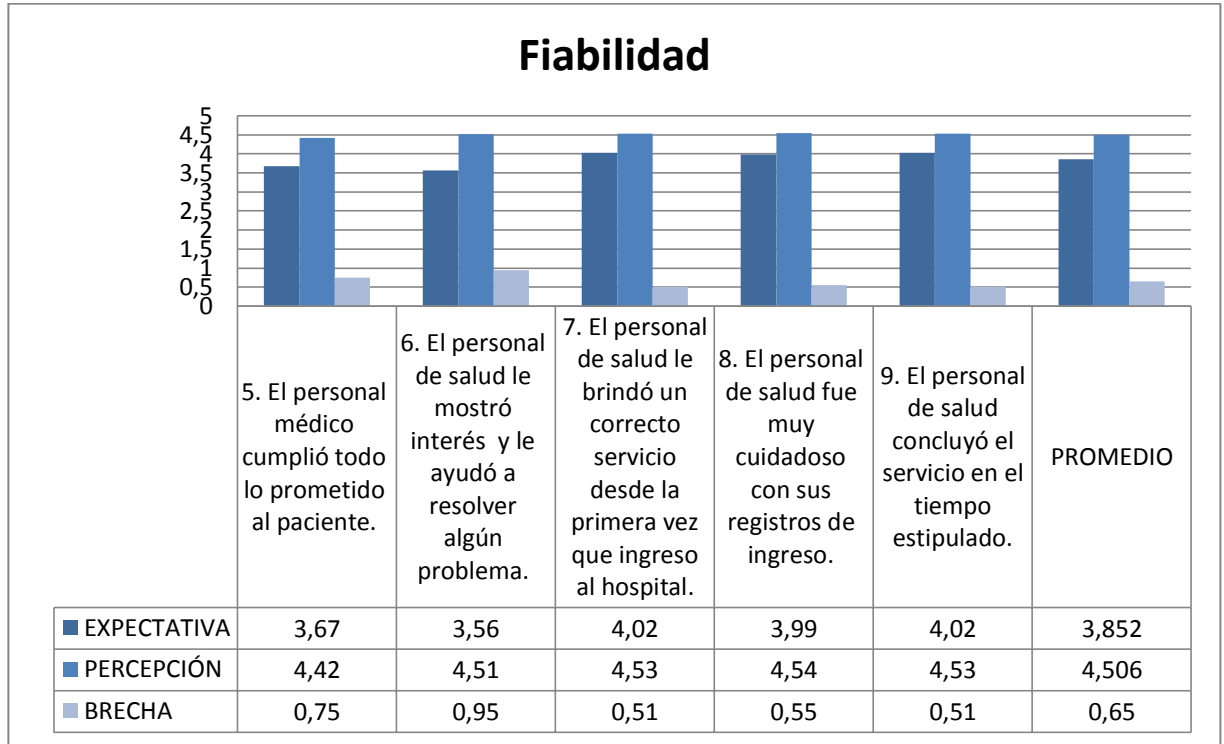
**DIMENSIÓN FIABILIDAD**

<b>PREGUNTA</b>	<b>EXPECTATIVA</b>	<b>PERCEPCIÓN</b>	<b>BRECHA</b>
5. El personal médico cumplió todo lo prometido al paciente.	3,67	4,42	0,75
6. El personal de salud le mostró interés y le ayudó a resolver algún problema.	3,56	4,51	0,95
7. El personal de salud le brindó un correcto servicio desde la primera vez que ingresó al hospital.	4,02	4,53	0,51
8. El personal de salud fue muy cuidadoso con sus registros de ingreso.	3,99	4,54	0,55
9. El personal de salud concluyó el servicio en el tiempo estipulado.	4,02	4,53	0,51
<b>PROMEDIO</b>	3,852	4,506	0,65
<b>VALOR MÁXIMO</b>	4,02	4,54	0,95
<b>VALOR MÍNIMO</b>	3,56	4,42	0,51
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	0,22	0,04	0,19

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

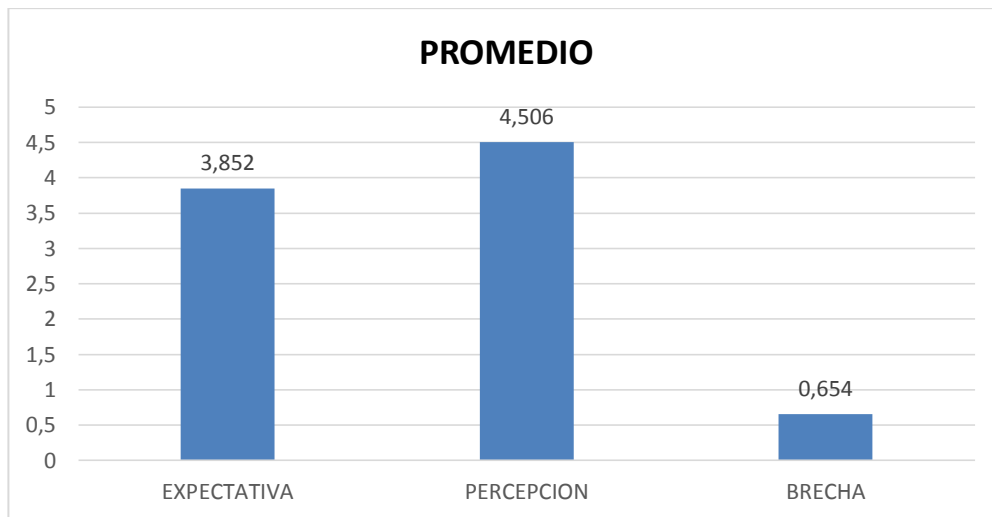




**Ilustración 43:** Resultados de la dimensión fiabilidad

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 44:** Promedio dimensión fiabilidad

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



**Análisis:** lo que corresponde a la dimensión de fiabilidad se puede concluir que los usuarios tuvieron una baja expectativa de 3,56 en relación a la percepción que tuvieron después de recibir el servicio siendo de 4,54. Por lo tanto, el personal de salud del hospital ha superado las expectativas de los usuarios y los mismos han quedado satisfechos con respecto a la solución de problemas, correcto servicio, cuidado con los registros y concluir el servicio en el tiempo establecido.

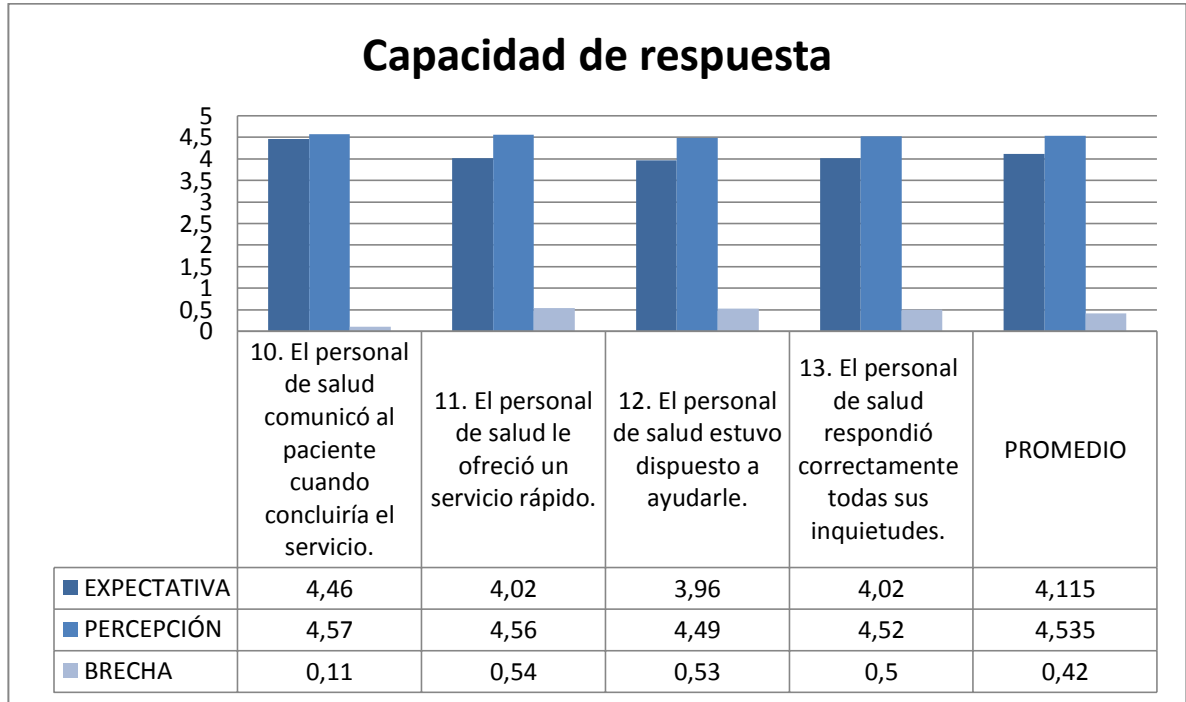
**Tabla 9**

**DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA**

<b>PREGUNTA</b>	<b>EXPECTATIVA</b>	<b>PERCEPCIÓN</b>	<b>BRECHA</b>
10. El personal de salud comunicó al paciente cuando concluiría el servicio.	4,46	4,57	0,11
11. El personal de salud le ofreció un servicio rápido.	4,02	4,56	0,54
12. El personal de salud estuvo dispuesto a ayudarlo.	3,96	4,49	0,53
13. El personal de salud respondió correctamente todas sus inquietudes.	4,02	4,52	0,5
<b>PROMEDIO</b>	4,11	4,53	0,42
<b>VALOR MÁXIMO</b>	4,46	4,57	0,54
<b>VALOR MÍNIMO</b>	3,96	4,49	0,11
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	0,23	0,03	0,21

**Fuente:** encuesta

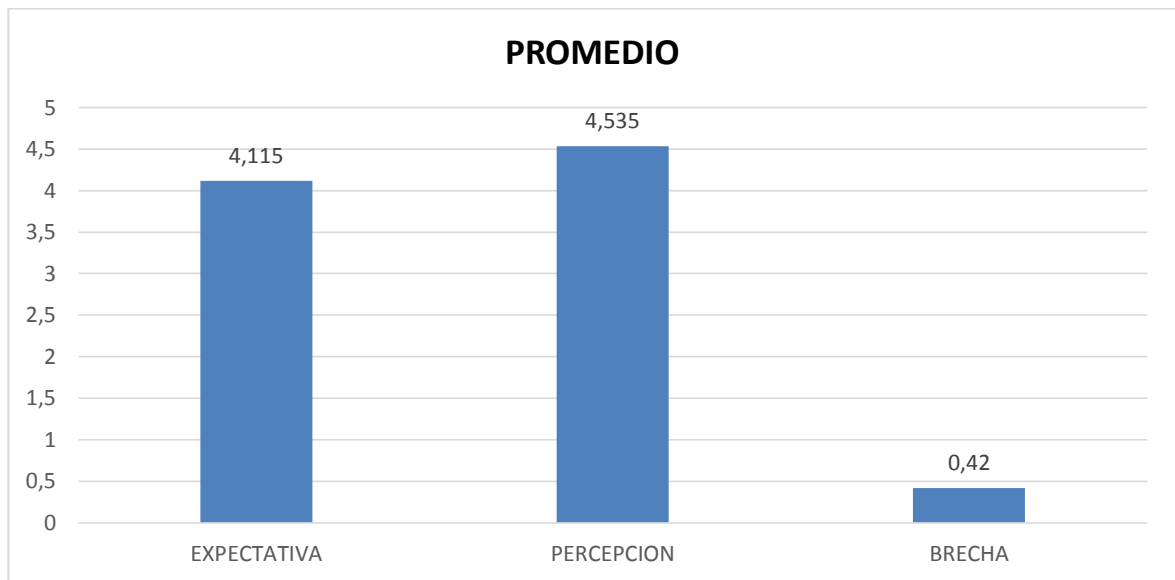
**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 45:** Resultados de la dimensión capacidad de respuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 46:** Promedio dimensión capacidad de respuesta

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

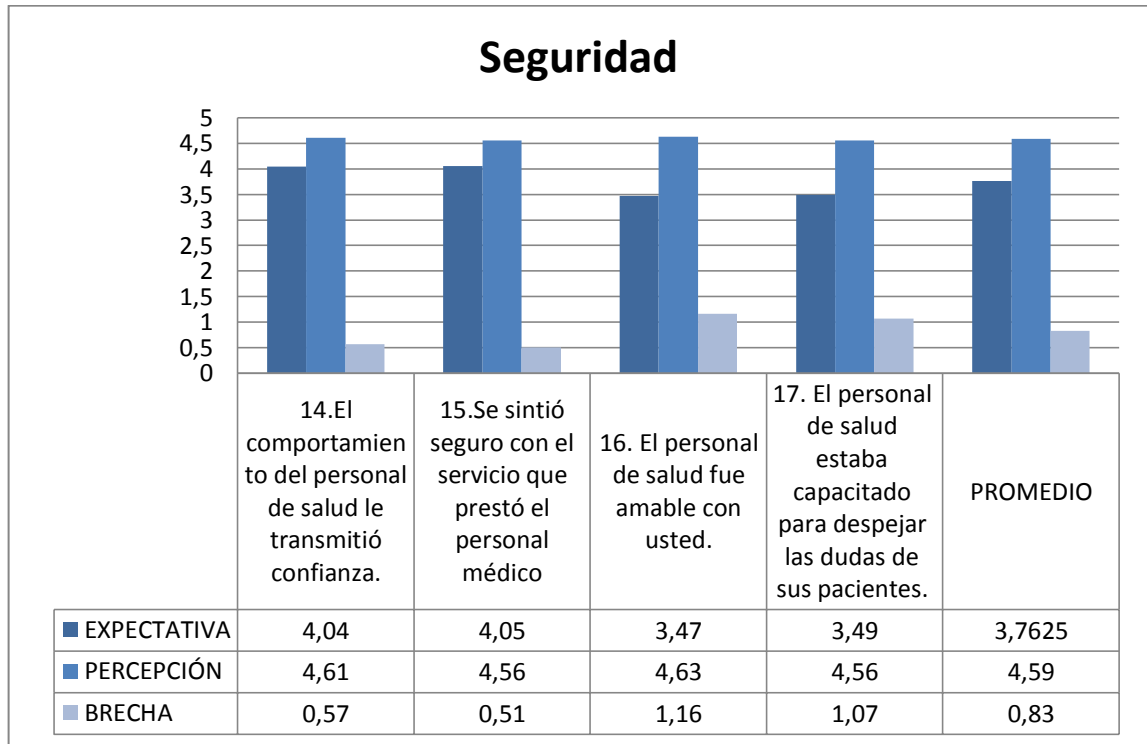


**Análisis:** lo que corresponde a la dimensión de capacidad de respuesta se puede concluir que los usuarios tuvieron una baja expectativa de 3,96 en relación a la percepción que tuvieron después de recibir el servicio siendo 4,56. Por lo tanto, el personal de salud del hospital ha superado las expectativas de los usuarios y los mismos han quedado satisfechos con respecto a la buena comunicación, servicio rápido, compromiso y solución de problemas.

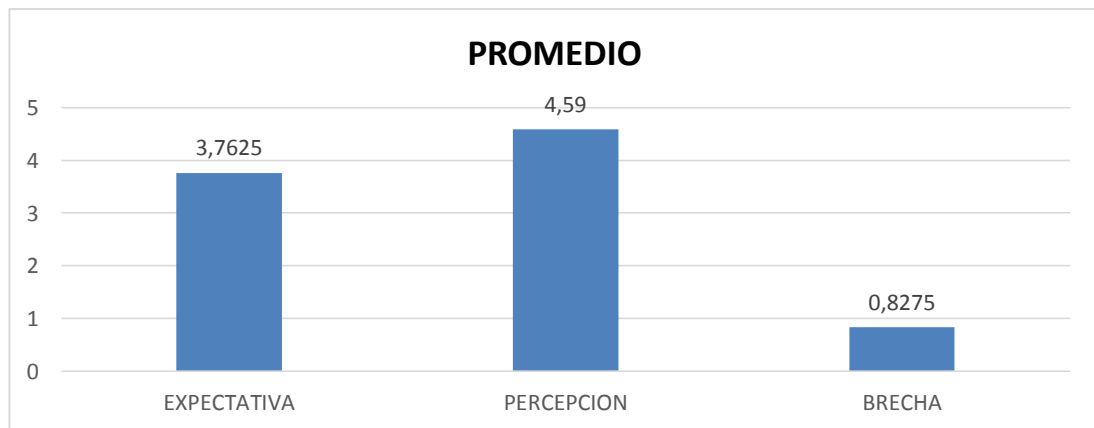
**Tabla 10**  
**DIMENSIÓN SEGURIDAD**

PREGUNTA	EXPECTATIVA	PERCEPCIÓN	BRECHA
14. El comportamiento del personal de salud le transmitió confianza.	4,04	4,61	0,57
15. Se sintió seguro con el servicio que prestó el personal médico	4,05	4,56	0,51
16. El personal de salud fue amable con usted.	3,47	4,63	1,16
17. El personal de salud estaba capacitado para despejar las dudas de sus pacientes.	3,49	4,56	1,07
<b>PROMEDIO</b>	3,76	4,59	0,83
<b>VALOR MÁXIMO</b>	4,04	4,61	1,16
<b>VALOR MÍNIMO</b>	3,47	4,56	0,51
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	0,32	0,04	0,34

**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 47:** Resultados de la dimensión seguridad  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 48:** Promedio dimensión seguridad  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras

**Análisis:** lo que corresponde a la dimensión de seguridad se puede concluir que los usuarios tuvieron una baja expectativa de 3,47 en relación a la percepción



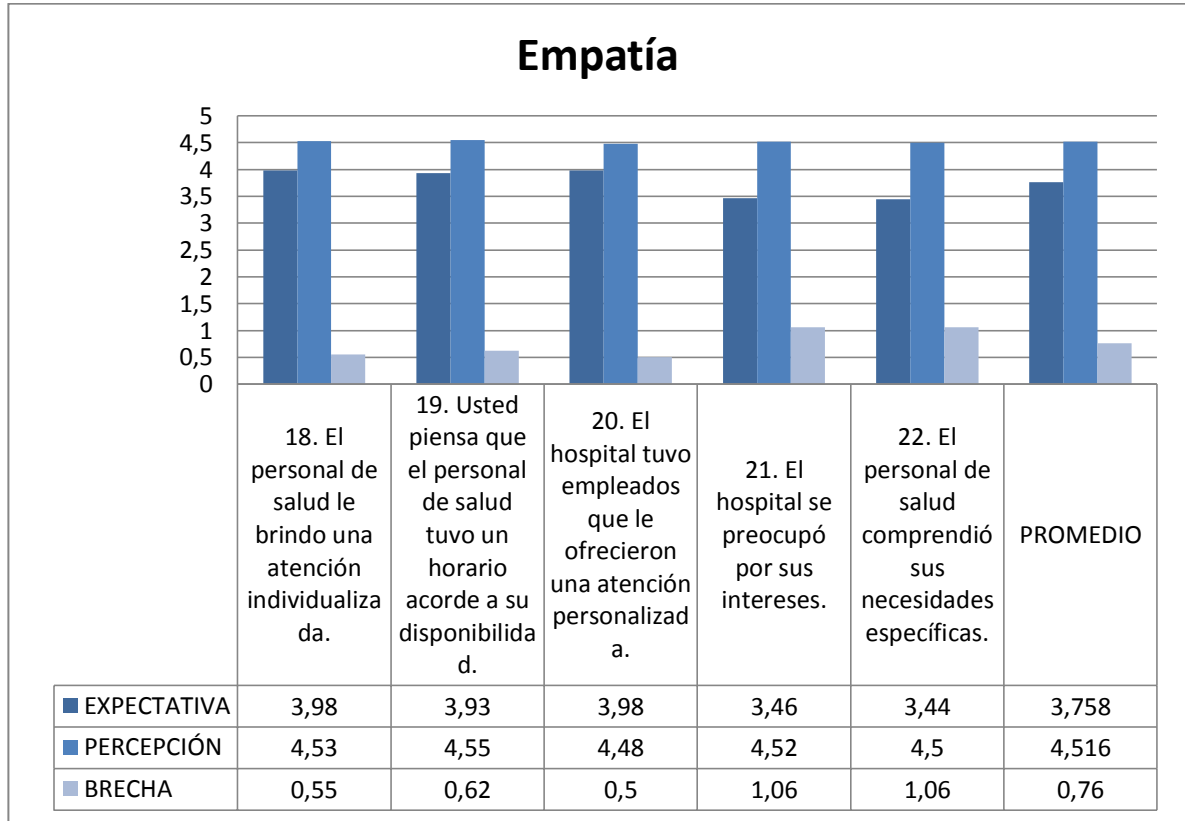
que tuvieron después de recibir el servicio siendo 4,63. Por lo tanto, el personal de salud del hospital ha superado las expectativas de los usuarios y los mismos han quedado satisfechos ya que el personal les transmitió confianza, seguridad, amabilidad y consideran ser un personal capacitado.

**Tabla 11**  
**DIMENSIÓN EMPATÍA**

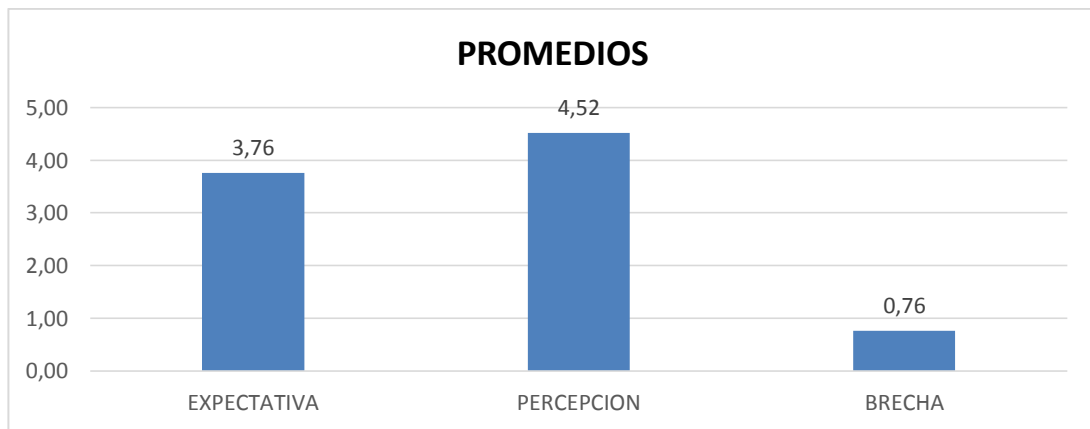
<b>PREGUNTA</b>	<b>EXPECTATIVA</b>	<b>PERCEPCIÓN</b>	<b>BRECHA</b>
18. El personal de salud le brindó una atención individualizada.	3,98	4,53	0,55
19. Usted piensa que el personal de salud tuvo un horario acorde a su disponibilidad.	3,93	4,55	0,62
20. El hospital tuvo empleados que le ofrecieron una atención personalizada.	3,98	4,48	0,5
21. El hospital se preocupó por sus intereses.	3,46	4,52	1,06
22. El personal de salud comprendió sus necesidades específicas.	3,44	4,5	1,06
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,75</b>	<b>4,51</b>	<b>0,76</b>
<b>VALOR MÁXIMO</b>	<b>3,98</b>	<b>4,55</b>	<b>1,06</b>
<b>VALOR MÍNIMO</b>	<b>3,44</b>	<b>4,48</b>	<b>0,5</b>
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	<b>0,28</b>	<b>0,02</b>	<b>0,28</b>

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 49:** Resultados de la dimensión empatía  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 50:** Promedio dimensión empatía  
**Fuente:** encuesta  
**Realizado por:** las autoras



**Análisis:** lo que corresponde a la dimensión de empatía se puede concluir que los usuarios tuvieron una baja expectativa de 3,44 en relación a la percepción que tuvieron después de recibir el servicio siendo la más alta de 4,55. Por lo tanto, el personal de salud del hospital ha superado las expectativas de los usuarios y los mismos han quedado satisfechos ya que han considerado que el personal brinda una atención individualizada y personalizada, se preocupa por sus intereses y comprenden sus necesidades.

### **Análisis general de los resultados obtenidos de las encuestas**

A continuación se dará a conocer los resultados generales obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios del hospital Homero Castanier Crespo.

Según el gráfico se representa de forma general los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los familiares de los pacientes del área de hospitalización.

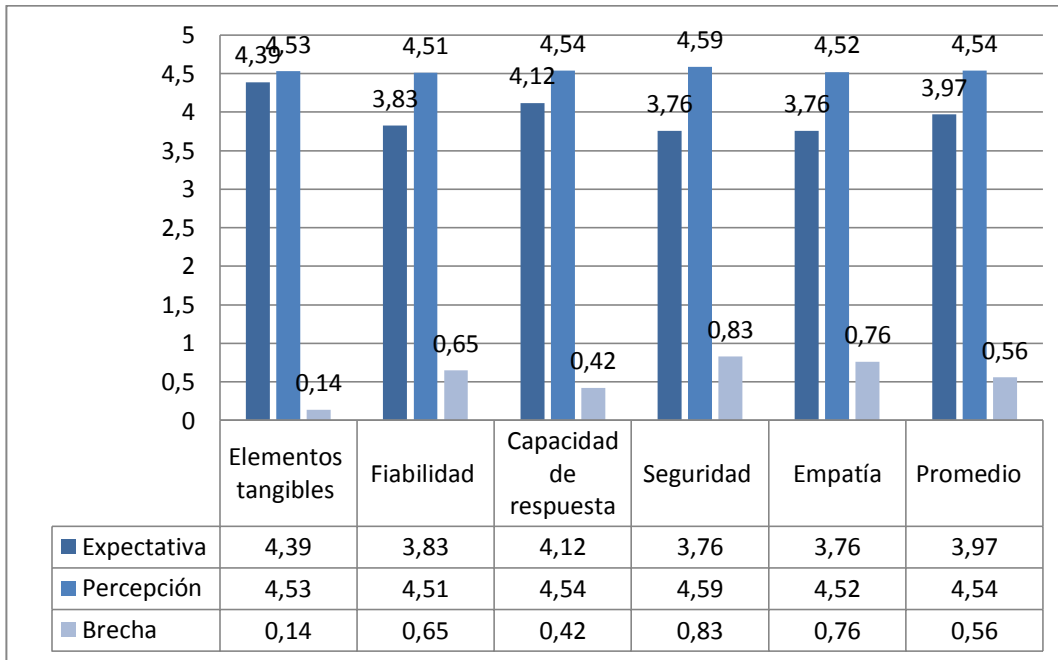
**Tabla 12**  
**Resultados generales**

Dimensión	Expectativa	Percepción	Brecha
<b>Elementos tangibles</b>	4,39	4,53	0,14
<b>Fiabilidad</b>	3,83	4,51	0,65
<b>Capacidad de respuesta</b>	4,12	4,54	0,42
<b>Seguridad</b>	3,76	4,59	0,83
<b>Empatía</b>	3,76	4,52	0,76
Promedio	<b>3,97</b>	<b>4,54</b>	<b>0,56</b>

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras

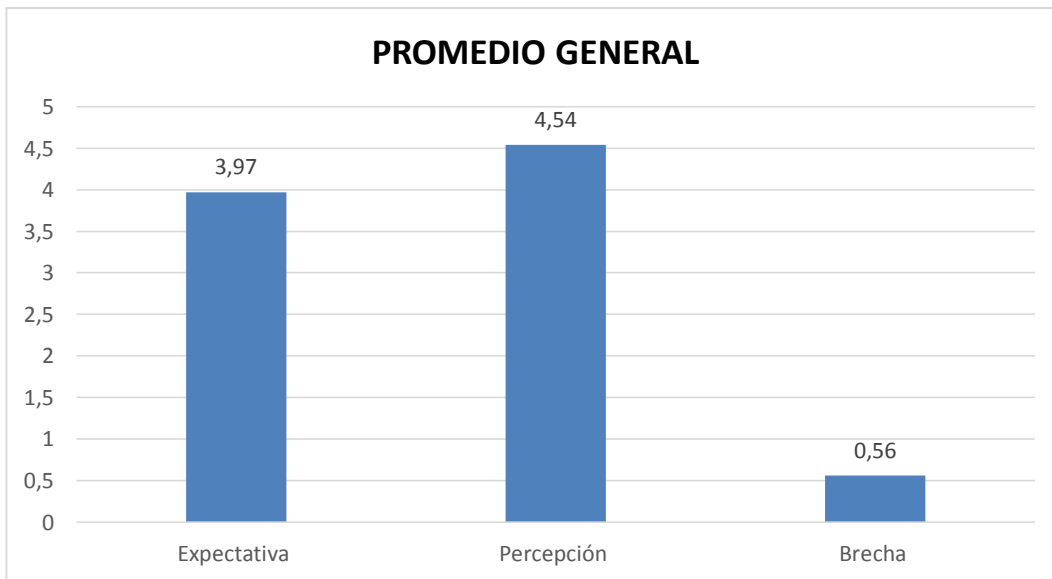




**Ilustración 51:** Resultados generales

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



**Ilustración 52:** Promedio general

**Fuente:** encuesta

**Realizado por:** las autoras



Se concluye de forma general que la dimensión de seguridad es la que tiene un mayor puntaje de percepción (4,59) frente a las otras dimensiones, entonces se puede decir que los usuarios consideran al personal de confianza, seguros del servicio que prestan, amables y capacitados para ayudar a los usuarios.

Como también se puede observar que no existe satisfacción total por parte de los usuarios del hospital, sin embargo el hospital tiene todas las capacidades para poder llegar a nivel de satisfacción total.

### **3.2 Matriz de recomendaciones dirigida al área de Servicios de Hospitalización basado en las dimensiones del modelo ServQual.**

#### **Matrices de recomendaciones dirigidas al departamento de hospitalización del hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de Azogues.**

Las siguientes matrices de recomendaciones son propuestas en base al análisis de las encuestas realizadas en el Hospital Homero Castanier Crespo, las mismas que pretenden mejorar la calidad del servicio prestado por el personal de salud hacia los usuarios, las siguientes recomendaciones propuestas serán evaluadas por los directivos del hospital y las mismas podrán ser aplicadas dentro del hospital si los directivos lo deciden.

#### **Objetivo General.**

Incrementar la satisfacción del usuario al momento de recibir el servicio en el área de hospitalización del Hospital Homero Castanier Crespo.

Para proponer recomendaciones de mejora se vio la necesidad de incluir a otros departamentos del hospital, ya que todos necesitan trabajar en equipo para



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

una atención de calidad y eficaz hacia el usuario. Los siguientes departamentos que se va a tomar en cuenta para asignar responsabilidades son los siguientes:

- Departamento de Mantenimiento
- Departamento de Talento humano
- Departamento de Calidad

Para cada uno de estos departamentos existe un responsable que ayudará a cumplir con las recomendaciones propuestas.

El hospital al ser una sola organización en busca de un objetivo en común todos los departamentos tienen que tener el mismo enfoque. Los departamentos que van a colaborar con la mejora del servicio son los siguientes:

**Departamento de Mantenimiento:** deberá de ayudar con la planificación del mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones del hospital, supervisar las instalaciones para detectar posibles fallos, mantener en óptimas condiciones los equipos e instalaciones del hospital. Esto garantizará la seguridad de los usuarios, dar una atención de calidad y ayudará a reducir los altos costos de operación.

**Departamento de Recursos Humanos:** ayudará al momento de contratar a servidores de la salud a verificar el perfil de los mismos y exigirá contratar a los que cumplan con los requerimientos de la organización y que tengan un enfoque en servir al usuario de la mejor manera. De igual manera plantear charlas y reuniones para informar al personal sobre las medidas tomadas en la organización y plantear nuevos enfoques para mejorar la calidad de servicio al usuario por parte del personal de salud.

**Departamento Financiero:** ayudará a proyectar los costos que se podría tener al momento de poner en marcha el proyecto como los costos de los equipos de salud y su mantenimiento.



**Departamento de Alimentos y Bebidas:** este departamento tendrá el objetivo de brindar a los pacientes del área de hospitalización alimentos saludables, atractivos para el consumidor y que aporte con los nutrientes adecuados, brindando productos y servicios de calidad al paciente con calidez y empatía.

### **Dimensión elementos tangibles**

Según el cuadro presentado antes, se demostró que la percepción promedio de los usuarios fue de un 4,53/5, siendo el objetivo el incrementar la satisfacción del usuario a 5 es decir a un 100%. Para lograrlo se propone lo siguiente:

**Tabla 13**

### **Recomendaciones de la dimensión elementos tangibles**

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
Renovar paulatinamente los equipos médicos del área de hospitalización.	Incrementa la productividad del hospital, generando un mayor nivel de confianza en los usuarios.	Departamento de Calidad a cargo de la Dr. Verónica León	Cada 6 meses
Dar mantenimiento preventivo a los equipos que se encuentran en el área de hospitalización.	Los usuarios del hospital pueden observar equipos médicos atractivos y en buen estado, y que les genere seguridad al	Departamento de mantenimiento a cargo del Ing. Jorge Villareal	Cada 6 meses



	momento de su utilización.		
--	----------------------------	--	--

Realizado por: las autoras

### Cronograma

**Tabla 14**

**Cronograma de la dimensión elementos tangibles**

CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Renovar equipos médicos paulatinamente.					X						X	
Dar mantenimiento preventivo a los equipos médicos.						X						X

Realizado por: las autoras

### Dimensión fiabilidad

Según el cuadro presentado antes, se demostró que la percepción promedio de los usuarios fue de un 4,51/5, siendo el objetivo el incrementar la satisfacción del usuario a 5 es decir a un 100%. Para lograrlo se propone lo siguiente:



**Tabla 15**  
**Recomendaciones de la dimensión fiabilidad**

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
Ofrecer el servicio prometido de forma correcta y oportuna, así se genera un mayor nivel de confianza en el usuario.	Cumplir con lo prometido otorga un mayor nivel de confianza en el usuario, siendo la confianza uno de los factores más importantes para un servicio de calidad	Departamento de Calidad a cargo de la Dr. Verónica León	Durante la estancia del usuario
Implementar un código de atención a los usuarios.	El personal médico tenga empatía al momento de tratar con el usuario, ya que es fundamental para que el usuario se sienta satisfecho con el servicio.	Departamento de Calidad a cargo de la Dr. Verónica León	Capacitaciones cada 6 meses o anuales.
Ordenar de mejor manera los registros de los pacientes mediante los	Evitar los errores de ingreso con los pacientes.	Departamento de Calidad a cargo de la Dr. Verónica León	Acción inmediata.



<p>sistemas más utilizados que pueden ser el Quipux o Zimbra, ya que son sistemas que permiten el registro de documentos digitales. También es recomendable tener los registros de forma física, ya que en caso de pérdida se tendrían respaldos.</p>			
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

**Realizado por:** las autoras



**Cronograma**

**Tabla 16**  
**Cronograma de la dimensión fiabilidad**

**CRONOGRAMA**

ACTIVIDAD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Ofrecer el servicio prometido.</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Implementar un protocolo de atención al usuario.</b>						X						X
<b>Ordenar de mejor manera los registros de los pacientes.</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Realizado por: las autoras

**Dimensión capacidad de respuesta**

Según el cuadro presentado antes, se demostró que la percepción promedio de los usuarios fue de un 4,54/5, siendo el objetivo el incrementar la satisfacción del usuario a 5 es decir a un 100%. Para lograrlo se propone lo siguiente:





Tabla 17

Recomendaciones de la dimensión capacidad de respuesta

Actividad	Objetivo	Responsable	Tiempo
Capacitaciones sobre la comunicación que debería existir entre el personal de salud y el paciente y/o usuario.	Ayudar al personal de salud a tener una mejor comunicación con sus pacientes y despejar todas sus dudas e inquietudes de una manera cordial y efectiva.	Departamento de Calidad a cargo de la Dr. Verónica León	Cada 6 meses o anualmente.
Agilizar los procesos y protocolos de atención por parte del personal médico.	Los pacientes y/o usuarios tengan una pronta atención por parte del personal de salud.	Departamento de Calidad a cargo de la Dr. Verónica León	Acción Inmediata

Realizado por: las autoras



**Cronograma**

**Tabla 18**  
**Cronograma de la dimensión capacidad de respuesta**

**CRONOGRAMA**

ACTIVIDAD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Capacitaciones sobre la mejora de la comunicación.					X						x	
Agilizar los procesos de atención.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Realizado por: las autoras

**Dimensión seguridad**

Según el cuadro presentado antes, se demostró que la percepción promedio de los usuarios fue de un 4,59/5, siendo el objetivo el incrementar la satisfacción del usuario a 5 es decir a un 100%. Para lograrlo se propone lo siguiente:



**Tabla 19**  
**Recomendaciones de la dimensión seguridad**

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
Motivar al personal	Un empleado motivado brindará un mejor servicio, así se mejorará la calidad de servicio.	Departamento de Talento humano a cargo del Mg. Édison Ortiz	Cada seis meses o un año
Capacitación y actualización de conocimientos al personal de salud en atención al usuario.	Crea actitudes más positivas, mejora la comunicación y mejora el desempeño del personal, así se logrará conseguir una mejor imagen del hospital	Departamento de Talento humano a cargo del Mg. Édison Ortiz	Anualmente

**Realizado por:** las autoras



## Cronograma

**Tabla 20**  
**Cronograma de la dimensión seguridad**

CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Motivar al personal.				X						X		
Capacitación y actualización de conocimientos al personal de salud.											X	

Realizado por: las autoras

### Dimensión empatía

Según el cuadro presentado antes, se demostró que la percepción promedio de los usuarios fue de un 4,52/5, siendo el objetivo el incrementar la satisfacción del usuario a 5 es decir a un 100%. Para lograrlo se propone lo siguiente:



**Tabla 21**  
**Recomendaciones de la dimensión empatía**

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
Mejorar la atención hacia los usuarios	El usuario sentirá que se le está tratando en las mejores condiciones y con los equipos adecuados.	Departamento de Calidad	Diariamente
Influir positivamente al personal de salud mediante reconocimientos y estrategias de motivación.	Un empleado motivado y feliz en su puesto de trabajo siempre brindará un mejor servicio hacia sus pacientes.	Departamento de Calidad	Mensualmente

**Realizado por:** las autoras



### Cronograma

**Tabla 22**  
**Cronograma de la dimensión empatía**

CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Mejorar la presentación del personal de salud	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacitación y actualización de conocimientos al personal de salud.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Realizado por: las autoras

El hospital Homero Castanier Crespo es uno de los mejores hospitales referentes a la calidad en el servicio que prestan en el área de Hospitalización, ya que cuentan con un departamento de Calidad que le ha ayudado a cumplir sus objetivos. Como se pudo observar en el estudio realizado todas las dimensiones del modelo ServQual han logrado superar la satisfacción y van en camino a la calidad, es decir en ninguna dimensión el usuario ha demostrado estar insatisfecho con el servicio recibido, es más existen brechas positivas que superan la satisfacción y que nos indican que los servicios pueden mejorar para así obtener una satisfacción total (100%), y esto se lo puedo lograr con las recomendaciones antes propuestas.



## Conclusión

Una vez aplicado el modelo ServQual se concluye que en el área de hospitalización del Hospital Homero Castanier Crespo existe satisfacción por parte de los usuarios al momento de recibir el servicio.

Los servicios brindados en el área de hospitalización del hospital tienen un alto porcentaje de satisfacción y con algunas mejoras alcanzaría el máximo de 5 puntos que según el modelo ServQual significaría calidad.

Se ha determinado que los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio que brinda el hospital, siendo el nivel de satisfacción de 4,53/5 superando al de la expectativa con un puntaje de 3,98/5.

Mediante la aplicación de la encuesta se pudo determinar que la dimensión de seguridad es la que obtuvo mayor porcentaje de percepción con un 4,59/5, en segundo lugar se encuentra la dimensión de capacidad de respuesta con 4,54/5, en tercer lugar se encuentra la dimensión de empatía con 4,52/5, en cuarto lugar se encuentra la dimensión de fiabilidad con 4,51/5 y por último se encuentra la dimensión de elementos tangibles con 4,48/5.

La mayor población de encuestados corresponde al género femenino en un 54% y un 46% corresponde al género masculino, siendo el género femenino el que en mayor porcentaje se preocupa por su salud o por el de su familia.

Analizada el área de hospitalización se determina que la siguiente investigación tendrá un impacto social, ya que esta ayudará a mejorar la calidad de servicio hacia los pacientes y a los usuarios que acuden a este centro de salud.



## Recomendaciones

Realizar una valoración de la calidad de servicio no solo en el área de hospitalización sino en todos los departamentos que conforman el hospital y plantear planes de mejora para que estos puedan lograr una sistematización en el aspecto de brindar un buen servicio al paciente en todo el hospital.

Mantener a todo el personal de hospital en constante capacitación referente a la buena atención al usuario y así mejorar la calidad de servicio no solo en el área de hospitalización sino también en las demás áreas del hospital.

El departamento de calidad del hospital Homero Castanier Crespo debería revisar periódicamente los documentos de quejas y sugerencias. A su vez, actuar de forma inmediata sobre las causas o hechos que no satisfacen a los usuarios.

Debido a que el nivel de satisfacción de los usuarios no es del 100% se sugiere realizar encuestas de satisfacción al usuario de forma periódica, así se puede lograr un mayor nivel de satisfacción, otorgándole al hospital un mayor prestigio.

Se recomienda utilizar el modelo ServQual en otros hospitales, de esta forma se puede analizar el nivel de satisfacción de los usuarios, logrando aumentar el nivel de calidad en los servicios que brinda el hospital, a su vez se lograra mayor satisfacción por parte de los usuarios.





## Bibliografía

Álvarez, J., Álvarez, I., & Bullon, J. (2006). *Introducción a la calidad. Aproximación a los Sistemas de Gestión y Herramientas de Calidad*. España: Editorial Ideaspropias. Primera edición.

Bartlett, Karla. (1997) Análisis de las Prácticas Hoteleras que se utilizan en Hospitales Privados con más de 60 camas localizados en la ciudad de Guatemala. Recuperado de <http://www.tesis.ufm.edu/pdf/2441.pdf>

Cabrera, M. (2015). Diagnóstico de clima laboral y plan de mejoramiento al personal administrativo en el Hospital Homero Castanier Crespo en la ciudad de Azogues. Tesis de Psicología Organizacional. Cuenca, Azuay, Ecuador: UDA. Recuperado el 4 de Marzo de 2020 de, <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4321/1/10878.pdf>

Cordero, J. (2003). *Planeación estratégica de MARKETING XXI para destinos turísticos*. Baja California, México: Universidad Autónoma de Baja California.

Cubino, Rafael. (2009). *Modelos de Gestión de Calidad*. Recuperado de <http://www.jesuitasleon.es/calidad/Modelos%20de%20gestion%20de%20calidad.pdf>

Ferrando, M., & Granero, J. (2012). *Calidad total: Modelo EFQM de excelencia*. España: Editorial Fundación Confemetal. Segunda edición.

Gómez, F., Vilar, J., & Tejero, M. (2000). *Seis Sigma*. España: Editorial Fundación Confemetal. Segunda edición.

González, M. (2006). *Atención de quejas y reclamaciones*. España: INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN. S.L.



Izaguirre, M. (2015). *Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros*. Colombia: Editorial Ecoe. Segunda edición.

Lareki, Felix. (2007). *55 preguntas a respuestas claves en ventas*. Madrid: Editorial ESIC. pag.96

López, S. (2006). *Implementación de un sistema de calidad*. España: Editorial Ideaspropias. Primera edición.

Lozano, M. & Fuentes, F. (27 de 09 de 2013). *Biblioteca Virtual eumed. net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/clg-ffm/11c.htm>

Maderuelo, J. A. (2002). *Gestión de Calidad Total. El Modelo EFQM de excelencia*. *Scielo*, 12(10).

Malagón, Gustavo, Galán Ricardo & Pontón Gabriel. (2008). *Administración Hospitalaria*. Bogotá, Editorial Médica Internacional.

Martínez, Homero. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Ecuador, Gráficas Cobos.

Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. *Perspectivas*. Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005)

Medina, M. (2000). *Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio*. Murcia: Servicio de publicaciones Universitarias.

Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. España. Editorial DELTA. Primera Edición. pág. 250

Modelo EFQM. (2019). *Modelo EFQM de la Calidad y Excelencia*. Recuperado de <https://www.arnaut.es/wp-content/uploads/2014/08/ader-modelo-efqm.pdf>

Molera, L. (2019). HubSpot. *Expectativas del cliente. 8 consejos claves para gestionarlas*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/service/gestionar-las-expectativas-del-cliente>

Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España: Editorial Ideaspropias. Primera edición.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ruiz, S., & Grande, I. (2006). *Comportamientos de compra del consumidor*. España: Editorial ESIC.

Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. España: Editorial ESIC. Primera edición.

International Organization for Standardization. (2005). *Norma Internacional ISO 9001*. Recuperado el 28 de febrero de 2020, de <https://www.normas-iso.com/iso-9001/>

Thompson, I. (2006). *La satisfacción del cliente*. Pronegocio. Recuperado de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/52648624/Lectura\\_1.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa Satisfaccion del Cliente.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/52648624/Lectura_1.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa+Satisfaccion+del+Cliente.pdf)

Trespalacios Gutiérrez, J., Vázquez Casielles, R., & Bello Acebron, L. (2005). *Investigación de mercado, método de recogida u análisis de la información para la toma de decisiones en Marketing*. España. Thomson.