



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
Escuela de Posgrado

**Gestión de calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios de la
Microred Salud Viru 2022**

Tesis

Para optar el Grado Académico de Maestra en Gerencia de Servicios de Salud

Autora

Lucia Mayra Mendez Guerra

Asesora

Dra. Betty Martha Palacios Rodriguez

Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Indicar nombre de la Facultad/Escuela o Escuela de Posgrado

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Mendez Guerra, Lucia Mayra	76743908	05 – 09 – 2024
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Palacios Rodriguez Betty Martha	15619147	0000-0002-2675-7701
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CODIGO ORCID
Solano Armas, Timoteo	15605375	0000-0003-4380-4909
Sanchez Garcia, Elvis Richar	15736456	0000-0003-0397-5420
Alarcon Alva, Jorge Alberto	15728889	0000-0002-0115-0380

GESTIÓN DE CALIDAD DE ATENCIÓN Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MICRORED SALUD VIRU 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

2%

★ Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion

Trabajo del estudiante

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Apagado

**GESTIÓN DE CALIDAD DE ATENCIÓN Y SU RELACIÓN CON LA
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MICRORED SALUD
VIRU 2022**

LUCIA MAYRA MENDEZ GUERRA

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: Dra. BETTY MARTHA PALACIOS RODRIGUEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRO EN GERENCIA DE SERVICIOS DE SALUD
HUACHO**

2023

DEDICATORIA

Estoy profundamente agradecido con mis padres quienes me enseñaron los conceptos básicos del trabajo duro, la dedicación y la honestidad. Su sacrificio y compromiso son la base de toda una vida de oportunidades para usted. Tu amor y guía fluyen a través de cada logro que he logrado, y tu felicidad y orgullo son mi mayor satisfacción.

Lucia Mayra Mendez Guerra

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por sus constantes bendiciones y por guiarme a través de los obstáculos que enfrento. Eres mi fuerza y apoyo en cada paso de este viaje. Mi confianza en ti es mi refugio y luz en mis momentos más difíciles. Del mismo modo me sentiría mejor reconociendo a mi alma mater, la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, donde crecí, por brindarme el privilegio de extender mis perspectivas, examinar nuevos pensamientos y realizar actividades y destrezas.

LUCIA MAYRA MENDEZ GUERRA

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	12
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 Problema general	14
1.2.2 Problemas específicos	14
1.3 Objetivos de la investigación	14
1.3.1 Objetivo general	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4 Justificación de la investigación	15
1.5 Delimitaciones del estudio	16
1.6 Viabilidad del estudio	16

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación	17
2.1.1 Investigaciones internacionales	17
2.1.2 Investigaciones nacionales	20
2.2 Bases teóricas	23
2.2. Bases filosóficas	33
2.3 Definición de términos básicos	34
2.4 Hipótesis de investigación	36
2.4.1 Hipótesis general	36
2.4.2 Hipótesis específicas	36
2.5 Operacionalización de variables	37

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico	39
-------------------------	----

3.2 Población y muestra	40
3.2.1 Población	40
3.2.2 Muestra	40
3.3 Técnicas de recolección de datos	41
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	41
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS	
4.1 Análisis de resultados	44
4.2 Contrastación de hipótesis	52
CAPÍTULO V	
DISCUSIÓN	
5.1 Discusión de resultados	58
CAPÍTULO VI	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1 Conclusiones	60
2.2 6.2 Recomendaciones	61
REFERENCIAS	
7.1 Fuentes Documental	62
7.2 Fuentes bibliográficas	66
7.3 Fuentes hemerográficas	67

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Gestión de calidad de atención</i>	44
Tabla 2 <i>Eficiencia</i>	45
Tabla 3 <i>Efectividad</i>	46
Tabla 4 <i>Enfoque centrado en el usuario</i>	47
Tabla 5 <i>Satisfacción de los usuarios</i>	48
Tabla 6 <i>Calidad del servicio</i>	49
Tabla 7 <i>Nivel de satisfacción</i>	50
Tabla 8 <i>Experiencia del Usuario</i>	51
Tabla 9 <i>Prueba normalidad de la variable gestión de calidad de atención</i>	52
Tabla 10 <i>Prueba normalidad de la variable satisfacción de los usuarios</i>	53
Tabla 11 <i>La gestión de calidad de atención y la satisfacción de los usuarios</i>	54
Tabla 12 <i>La eficiencia y la satisfacción de los usuarios</i>	55
Tabla 13 <i>La efectividad y la satisfacción de los usuarios</i>	56
Tabla 14 <i>El enfoque centrado en el usuario y la satisfacción de los usuarios</i>	57

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Gestión de calidad de atención	44
<i>Figura 2.</i> Eficiencia.....	45
<i>Figura 3.</i> Efectividad.....	46
<i>Figura 4.</i> Enfoque centrado en el usuario	47
<i>Figura 5.</i> Satisfacción de los usuarios.....	48
<i>Figura 6.</i> Calidad del servicio	49
<i>Figura 7.</i> Nivel de satisfacción.....	50
<i>Figura 8.</i> Experiencia del Usuario	51

RESUMEN

El presente trabajo de investigación estudió: Gestión de calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru 2022. Metodología: El tipo de investigación fue básica, acreditada como pura o primordial, el grado categorico de investigación fue descriptiva, el método de estudio que se aprovechó fue el método científico, es decir, el intelectual medito de manera razonable, haciendo uso del método deducción, para manifestar la problemática planteada y tiene como principal columna, la observación. Hipótesis: La gestión de calidad de atención se vincula significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022. Muestra: Estuvo instituido por 175 usuarios de la Microred Salud Virú. El procesos de recolección de datos empleadas en esta actividad fue la encuesta. Las técnicas que se presentaron fueron fue una lista de interrogatorios, Para finiquitar, las estadísticas que se desplegaron fueron el paquete estadístico SPSS 25.0 para esta investigación, ilustrando una variable de datos, esquemas y representaciones estadísticas. El trabajo tiene agregado un estructuración de contenidos equivalente a 6 capítulos con sus desenlace en subcapítulos y derivaciones, verificando así la veracidad de la investigación.

Palabras clave: Cumplimiento, competencia, calidad, respuesta

ABSTRACT

The present **research work studies**: Management of quality of care and its relationship with the satisfaction of the users of the Viru 2022 Health Microred. **Methodology**: The type of research was basic, known as pure or fundamental, the level of research was descriptive, The study method that was used was the scientific method, that is, the researcher meditated in a reasoned way, using the deductive method, to respond to the problems raised and has observation as its main support. **Hypothesis**: The quality of care management is significantly related to the satisfaction of the users of the Viru Health Microred, 2022. **Sample**: It consisted of 175 users of the Virú Health Microred. The data collection technique used in this work was the survey. The instruments that were applied was the questionnaire of questions. Finally, for the statistics, the statistical package SPSS 25.0 was used for the investigation and the interpretation of data, tables and statistical figures is taken into account. The study has been structured in an organized body of contents of six chapters with their respective subchapters or components, thus demonstrating the research with sufficient statistical evidence.

Keywords: Compliance, competition, quality, response.

INTRODUCCIÓN

La investigación de este trabajo experimentó gestión de calidad de atención y su proporción con la satisfacción de los beneficiarios de la Microred Salud Viru 2022. La Gestión de Propiedad es un enfoque holístico y estratégico que se concentra en la creación de valor para los clientes y el progreso continuo en los procesos y resultados organizacionales. Se presenta como actividad primordial en todos los sujetos de la organización y se apoya en instrumentales y técnicas como el control estadístico de procesos, el análisis de datos y la gestión por procesos (Ahire, Dreyfus, y Lotto 2020). Así mismo sobre satisfacción al cliente según Fornell, Mithas, Morgeson, y Krishnan (2022) mencionaron que es la respuesta emocional y cognitiva de los usuarios después de estilizarse un producto o servicio. Implica la evaluación de aspectos como la calidad percibida, la facilidad de uso, la fiabilidad, la eficiencia y la atención al cliente, y tiene un impacto directo en la lealtad y la recomendación hacia la marca o empresa (p. 115). Demostrando la estructuración en los siguientes capítulos demostradas en esta investigación:

El primer capítulo es la formulación del problema, cabe resaltar que, la descripción de la situación del problema, la combinación de problemas, el propósito del estudio, el razonamiento, la enunciación y la viabilidad de la exposición. Capítulo 2 Marco teórico para comprender la lógica del estudio, las bases teóricas y filosóficas del protocolo específico de la teoría para cada variable a analizar, el concepto de términos básicos, la operacionalización de hipótesis y variables de investigación. El Capítulo 3, Métodos de investigación, analiza el paradigma y esquema de encuestas, la segmentación y el muestreo, los métodos de recopilación de datos y los métodos de diseño de investigaciones. El Capítulo 4 presenta las derivaciones del estudio y tablas y datos relacionados. El Capítulo V trata de la altercado de derivados. En el Capítulo VI, las conclusiones e ideas, que son la utilidad final de la investigación, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y sus apéndices, que confirman la evidencia de la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La gestión de calidad de atención se refiere a los procesos y prácticas implementadas por una distribución para asegurar que las transacciones que brinda cumplan con altos esquemas de calidad. Esto implica garantizar que los empleados estén capacitados adecuadamente, que se sigan protocolos y procedimientos establecidos, y que se preste atención y cuidado a cada usuario de manera individualizada.

La satisfacción de los usuarios, por otro lado, es la categoría en que las expectativas y necesidades de los usuarios son consideradas o prevalecidas por la atención recibida. La complacencia de los beneficiarios es un marcador resaltante que la calidad de los servicios, teniendo un soporte significativo en la reputación y superación de una organización.

En todo el mundo, la gestión de calidad de atención y la complacencia de los beneficiarios son temas relevantes en diversos sectores, como la salud, los servicios financieros, el esmero al cliente, entre otros. La realidad problemática a nivel mundial incluye desafíos similares a los mencionados anteriormente, como la falta de personal capacitado, la comunicación deficiente, la capacidad de espera y la falta de personalización. Las expectativas de los usuarios han aumentado en los últimos años, debido en parte a la creciente digitalización y acceso a la información. Los usuarios esperan respuestas rápidas y soluciones efectivas a sus necesidades, y la calidad de atención es un factor determinante en su satisfacción. Las organizaciones a nivel

mundial se enfrentan al desafío de mejorar continuamente sus servicios para cumplir con estas expectativas y garantizar altos niveles de satisfacción.

En América Latina, la realidad problemática de la gestión de calidad de atención y el contentamiento de los consumidores puede verse agravada por diversos factores. Algunos de estos desafíos incluyen la falta de presupuesto y financiamiento en algunos sectores, la poca importancia de estandarización en las etapas de atención, la diversidad cultural y lingüística, y la brecha digital en ciertas áreas. La calidad de atención puede variar significativamente de un país a otro y de una organización a otra. Algunos países han implementado regulaciones y estándares para optimizar la calidad de atención en sectores clave, como la salud. Sin embargo, persisten desafíos en la implementación efectiva de estas regulaciones y en la garantía de una atención de calidad en todas las áreas.

En Perú, la gestión de calidad de atención y el deleite de los usuarios también presentan desafíos específicos. El acceso equitativo a servicios de calidad puede ser un desafío en algunas zonas rurales y áreas remotas. Además, la falta de coordinación y continuidad en la atención puede generar insatisfacción entre los usuarios. En estos tiempos actuales, se han generado programas en el país para optimizar la calidad de atención en segmentos como la salud y los servicios populares. Se han implementado programas de capacitación para el personal, se han reconocido estándares y se ha promovido la participación ciudadana en la estimación por la calidad de los servicios. Sin embargo, aún existen desafíos en la implementación efectiva de estas medidas y en la garantía de una atención de calidad en todas las instituciones y sectores.

Actualmente, la Microred Salud Virú enfrenta desafíos en términos de calidad de atención y satisfacción del consumidor. Los tiempos de espera son prolongados, lo que genera frustración en los pacientes y afecta su apreciación de la calidad del servicio. Además, se equipararon deficiencias en la comunicación entre los colaboradores de salud y los beneficiarios, lo que demuestra una falta de información clara y una baja participación del usuario en la toma de disposiciones sobre su atención médica.

La poca participación y falta de capacitación y la insuficiente disponibilidad de recursos también limitan la vigencia de un beneficio en el servicios de atención. Esto se traduce en demoras en los procedimientos médicos y dificultades para acceder a citas médicas, lo que afecta negativamente la experiencia del usuario.

En resumen, la gestión de la calidad y la complacencia del usuario enfrentan desafíos comunes a nivel global, latinoamericano y peruano, como la falta de personal capacitado, mala comunicación y largos tiempos de espera. Sin embargo, cada situación tiene sus propias condiciones específicas y desafíos adicionales que deben emprender para reconocer el valor de la atención y el agrado entre colaborador y usuarios.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo la Gestión de calidad de atención se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?

1.2.2 Problemas específicos

1. ¿Cómo la eficiencia se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?
2. ¿Cómo la efectividad se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?
3. ¿Cómo el enfoque centrado en el usuario se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Conocer la gestión de calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Determinar la eficiencia y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

2. Determinar la efectividad y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.
3. Determinar el enfoque centrado en usuarios y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación práctica

La variable gestión de la calidad de enfermería es importante en la práctica porque afecta directamente la satisfacción del cliente o usuario y por tanto su retención. Es más probable que los clientes o usuarios que reciben comportamiento buenos y leales a la organización, lo que a su vez puede generar mayores ingresos y ganancias a largo plazo. Además, una gestión eficaz de la calidad de la atención puede ayudar a una entidad a construir su reputación y mejorar su imagen de marca, atrayendo así a más clientes o usuarios.

Por otro lado, la variable de bienestar en distintos usuarios es importante en la práctica porque los clientes o usuarios insatisfechos pueden dañar la reputación de la organización a través de reseñas negativas, quejas y comentarios en línea. Esto puede disuadir a otros clientes potenciales de utilizar los servicios de formación, lo que puede tener un posicionamiento negativo en los ingresos y el crecimiento de la organización.

Justificación teórica:

La variable de gestión de calidad de atención está respaldada por el principio de gestión de calidad total (TQM, por sus siglas en inglés), centralizando en la satisfacción del cliente como el objetivo final de cualquier organización. TQM se orienta en la continuidad positiva de los procesos y la atención al cliente como medio para obtener la perfección en calidad de los servicios. La calidad en gestión de atención es fundamental en la implementación de los elementos de TQM y en la complacencia para nuestros clientes.

Reconociendo también que, la variable satisfacción del usuario se basa en la teoría de la satisfacción del cliente y se representa al cargo dentro de una organización

desarrolla o supera las perspectivas del cliente. Esta teoría sugiere que la satisfacción del cliente es un factor clave en la lealtad y salvaguardia a largo término del cliente.

Además, la satisfacción del cliente puede autenticar al usuario con la imagen de marca y el crecimiento organizacional.

1.5 Delimitaciones del estudio

a. Delimitación temporal

Esta investigación es de ámbito moderno, por eso subrayamos la Gestión de calidad de atención y la satisfacción de los usuarios es reinante.

b. Delimitación espacial

Esta investigación estuvo segmentada dentro de la Región La Libertad, Provincia de Viru, que serán los colaboradores de la Microred Viru.

c. Delimitación cuantitativa

Esta investigación se pudo verificar un ejemplar no probabilística y el proceso estadígrafo proporcionado.

d. Delimitación conceptual

Esta investigación abarcó ambas nociones fundamentales: Gestión de calidad de atención y la satisfacción de los usuarios.

1.6 Viabilidad del estudio

El presente trabajo de investigación es viable gracias al presupuesto autofinanciado del investigador, la fuente teórica que sustenta la investigación, así como el respaldo de orientadores en cuestión y la investigación, como investigadores, monitores de la materia, estadísticos y especialistas. En la investigación trabajaron juntos expertos en lingüística y expertos en el rubro informática.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Saavedra (2018) en su tesis titulada: “Planeación del Sistema de Gestión de la Calidad de la facultad de Ingeniería de la universidad católica de Colombia de acuerdo con los requisitos de la Ntc ISO 9001:2015”, la institución que le resguardó fue la Uniersidad Católica de Colombia, el objetivo fue proyectar el Procedimiento de Gestión de la Calidad de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Católica de Colombia de compromiso con los exigencias de la NTC ISO 9001:2015 (p. 19). La investigación fue de tipo representativo e inductiva, enfoque cualitativa diseño no experimental, las conclusiones fueron una secuela demostrativa por el diagnóstico principal de la Facultad de Ingeniería de la Univiersidad Católica de Colombia comprueba que no plasma con gran parte de los requerimientos reivindicados por la Norma ISO 9001:2015, esto se debe a que no se ha perfeccionado planes con el propósito de descubrir la planeación e culminación del SGC puesto que la Facultad ha puesto todo su enfasis en autorizar su programación de crecimiento profesional.

Valverde (2019) en su tesis titulada: “Influencia del Clima Laboral en la Satisfacción del Cliente. Caso de Analisis Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador”, la institución que le respaldó fue la Universidad Técnica del Norte, el objetivo fue demostrar la atribución del clima laboral en el bienestar de la clientela, hostería El Prado, Ibarra, Ecuador. El tipo de estudio es un esquema básico, no experimental. El modelo se desarrollo entre 202 clientes. La tecnica aplicada fue el cuestionario. Se extraen las consecuentes desenlaces:

- Se encontró que el ambiente laboral en el Hotel El Prado es malo porque existe una relación laboral tensa entre empleados y empleadores, pero existía un contexto de unidad, dialogo, cooperación y labor en equipo entre los empleados.
- Se ha corroborado que el nivel de complacencia de los empleados que trabajan en el Hotel El Prado es satisfactorio porque se satisfacen las necesidades fisiológicas para realizar el trabajo de manera efectiva y se brindan circunstancias prósperas de protección y estimulación.
- Se encontró que el servicio del Hotel El Prado fue altamente calificado por los clientes ya que satisfizo las insuficiencias y deseos de los usuarios.

Arias (2019) en su tesis titulada: “Plan de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos por el periodo septiembre 2018 – febrero 2019”, la institución que le resguardó fue la Universidad Central de Ecuador, El objetivo propuso un proyecto para mejorar el ámbito de los recursos humanos incrementando la calidad de los servicios y la contentamiento de la clientela en el gobierno autónomo descentralizado del municipio de Sucumbíos utilizando las normas ISO 9001-2015. La pauta de investigación es de diseño exploratorio y descriptivo. Habrá 196 usuarios en la muestra. El instrumento de recaudación de antecedentes es una información. Se extraen las siguientes conclusiones:

- En el GADM-S Los individuos en función brindar los servicios a los usuarios no tiene las habilidades necesarias.
- En el GADM-S Los responsables de los usuarios del servicio carecen de empatía y la prestación se vuelve irrespetuoso.
- En el GADM-S El personal responsable de la atención al beneficiario no tiene sapiencias necesarias para brindar a los usuarios de forma eficaz y eficiente.
- En el GADM-S El personal responsable de brindar servicios a los consumidores no les brinda a los interesados una sensación de protección y estima de que se cumplirán todos sus requisitos.
- La persona que visita el GADM-S No tiene ninguna seguridad de que sus necesidades serán satisfechas rápida y oportunamente.
- Los Miembros del GADM-S considera que las infraestructuras físicas pertenecientes al organismo estatal no son convenientes o adecuadas para la prestación de servicios.

Gregor (2020) en su tesis titulada: “Satisfacción del Consumidor y Eficiencia de la Gestión de Calidad del Servicio del Centro de Salud Alfonso Oramas González” en Durán, la institución que lo patrocinó fue la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, el objetivo fue plantear un programa de avances para reforzar la calidad de prestación al consumidor del Centro de Salud “Alfonso Oramas González” en Durán en el 2018. (p. 19) . La investigación fue de esquema transversal, la muestra conjugada por 384 encuestas, el elemento de recaudación de testimonios fue un cuestionario (p. 61), obteniendo así a las distintas conclusiones:

- El discernimiento del capital tangible negativamente admisible, dentro de restricciones en la distribución de avisos, afiches, catálogos a los clientes que recurren en un Centro de Salud “Alfonso Oramas González”. Con ello se amplifica los cronogramas de citas, no son convenientes para la solicitud de la población que gestiona y que no es participé dentro de las programación.
- Las calificaciones de confiabilidad no son aceptables porque el esmero se centra en el acatamiento de horarios íntimos más que en el bienestar de los clientes, lo que lleva al paciente y a la colectividad de usuarios a creer que el responsable del centro no priorice algunas necesidades.
- La calificación de capacidad de respuesta es la calificación menos aceptable debido a demoras en la atención al cliente e incluso para los usuarios que sienten que los colaboradores de la salud presentan interés mínimo en solucionar sus dificultades. En este sentido, esta situación puede estar relacionada con la reducción de la motivación y la carga de trabajo de los trabajadores de la salud debido a las limitaciones de talento.

Pabon y Palacio (2020) en su tesis titulada: “Percepción de la calidad de los servicios de salud desde la satisfacción de los usuarios en el Hospital Local de Sitionuevo Magdalena, periodo 2017-2019”, la institución que le respaldó fue la Universidad de la Costa, el objetivo fue establecer el nivel de apreciación entre la calidad y los servicios de salud partiendo del agrado de los usuarios, en la E.S.E Hospital Local de Sitionuevo Magdalena durante los periodos 2017-2019. (p. 5). La investigación fue de modelo descriptivo y cuantitativo, la muestra estuvo representada por 3185 pacientes, el instrumento de recaudación de información fue un cuestionario (p. 56), resultando así las siguientes conclusiones:

- En el análisis de tres años del estudio, el género con mayor prevalencia en la población fue el de las mujeres, que tuvieron la prevalencia más alta con un 59,7 por ciento frente al 40,3 por ciento entre los hombres.
- En el análisis de tres años del estudio, el género con mayor prevalencia en la población fue el de las mujeres, que tuvieron la prevalencia más alta con un 59,7 por ciento frente al 40,3 por ciento entre los hombres.
- La satisfacción con los servicios de enfermería es evidente, siendo los laboratorios clínicos los que tienen el mayor índice de satisfacción con un 83,1%, continuos por las actividades comerciales en enfermería con un 79,5%; Los servicios médicos recibieron un índice de aprobación del 77,7%, mientras que las citas ocuparon el último lugar con un índice de aprobación del 74%.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Berrospi (2021) en su tesis titulada: “Gestión de la calidad y desempeño organizacional en el Hospital de Baja Complejidad Vitarte, 2021”, la institución que le respaldó fue la Universidad César Vallejo, Su objetivo resulto determinante ya que su alcance se vincula entre la gestión de bienestar hospitalaria y la ocupación organizacional. (p. 40). La investigación fue de tipo básica, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 92 personal médico y administrativo, el instrumento de recolección de datos fue un sondeo (p. 31), obteniendo las siguientes conclusiones:

- En la hipótesis principal, concurre correlación efectiva muy elevada y significativa, entre la gestión de la calidad y la práctica organizacional en el centro de salud con mínima complicación Vitarte 2021 ($r_s = 0,941$, $p\text{-valor} < 0,05$).
- El inicio de la hipótesis específica, consta una correlación positiva alta y conmemorativa, entre su líder y la práctica organizacional en el hospital de baja complicación Vitarte 2021 ($r_s = 0,717$, $p\text{-valor} < 0,05$).
- Tercera: En la hipótesis consecutiva delimitada, se presencia una correlación afirmada muy alta y específica, entre gestión de estrategias y la asistencia institucional en el hospital de baja complejidad Vitarte 2021 ($r_s = 0,870$, $p\text{-valor} < 0,05$).

Zarzosa (2020) en su tesis titulada: “La Gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio y proposición de un progreso en las micro y pequeñas empresas rubro venta de

artículos de abarrotes por mayor y mayor en las tiendas de empresas distribuidoras del Distrito De Huaraz, 2017”, el organismo que le patrocinó fue la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, La descripción de su objetivo son vitales como características de la gestión de la calidad, con enfoque en servicios de calidad, y proponer mejoras para las micro y pequeñas empresas en la comercialización mayorista de establecimientos y el comercio mayorista de artículos de uso cotidiano de las empresas distribuidoras de la región de Huaraz. 2017 (p. 6). La investigación fue de clase descriptiva, diseño no experimental, el ejemplar estuvo conformada por 35 micro y pequeñas empresas, el instrumento de recolección de datos fue cuestionario (p. 33), La conclusión represento una mayoría relativamente amplia, entre 31 y 50 años, y suponen el 60%, de los cuales el 57,1% son semejantes. Esto corrobora que los promotores tienen la capacidad suficiente para dirigir un negocio, ya sea que tengan educación universitaria o no universitaria, no importa el género, porque sea mujer o hombre, si es propietario o gerente, siempre le irá bien, use Herramientas de gestión para ayudar a la empresa a forjar creciendo y ser más competitiva en las oportunidades de venta. (p. 62).

Chávez (2019) en su tesis titulada: “La Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en CINEMARK Huánuco, 2018”, la institución que le respaldó fue la Universidad Nacional Hermilio Vladizán Medrano, El objetivo es estipular cómo la eficacia de un servicio afecta la satisfacción del consumidor Cinemark Huánuco, 2018 (p. 9). El estudio fue evaluativo, con un diseño no experimental, la muestra estuvo atendida por 370 usuarios del servicio y las herramientas de recaudación de información fueron guías de audiencia y cuestionarios. (p. 51), llegando a las siguientes conclusiones:

- El servicio de calidad que brindado por Cinemark Huánuco reincide direccionalmente en el grado de deleite del cliente, ya que las extensiones de la calidad del servicio (perceptibles, confianza, capacidad de solución, protección y empatía) influyen fuertemente en su bienestar. De acuerdo a los resultados derivados, los clientes calificaron la calidad del servicio como promedio, lo que incide directamente en si están satisfechos con el servicio recibido. Por tanto, es posible influir en las variables, es decir, si una variable también incrementa una variable distinta, y viceversa.
- El dimensionamiento de los materiales tiene un huella directa en la categoría del gozo del cliente de Huánuco Cinemark, ya que los usuarios se encuentran contentos

con los indicadores relacionados con los materiales, los más importantes son: equipos modernos, elementos materiales y vestimenta adecuada de los colaboradores.

Atachagua (2020) en su tesis titulada: “Gestión de calidad de atención y satisfacción de los usuarios del Hospital Tocache II-1, 2020”, el establecimiento que le respaldó fue la Universidad César Vallejo, el objetivo fue establecer un vínculo entre la calidad de atención con satisfacción del usuario externo del Hospital Tocache II -1 2020 (p. 4). La investigación fue de tipo básica, diseño no experimental, descriptivo correlacional, la muestra residió conformada por 239 usuarios del Hospital II-1, el instrumento de recolección de datos fue cuestionario (p. 20), llegando a las siguientes conclusiones:

- La gestión de la calidad de la enfermería y el contentamiento con la enfermería tienen una correlación muy positiva posicionando un factor de Pearson de 0,953. Además, el factor de valor es de 0.908, donde el 90.8% de la satisfacción de los usuarios está influenciada por la gestión de calidad próspera por el hospital II-1 Tocache, 2020.
- La proporcionalidad de gestión en atención a los usuarios del hospital Tokash II-1 se encuentra en un nivel "inadecuado", que representa el 34%, y en un nivel "ordinario", que representa el 26%; la calidad del tratamiento es mala debido a retrasos en el tratamiento. Además, también hay escasez de bienes y medicinas para satisfacer las necesidades de la gente.
- Los usuarios de Tocache del Hospital II-1 mostraron un nivel de "insatisfacción" del 33% y un nivel de satisfacción "regular" del 26%; todos fueron encontrados por usuarios que sintieron que faltaba atención porque el tiempo de hospitalización y el acceso a la atención eran deficientes.

Paripancca (2019) en su tesis titulada: “Calidad de servicio y agrado en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017”, la institución que le respaldó fue la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, el objetivo fue establecer un vínculo entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos respectivos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017 (p. 6). La investigación presente es de tipo descriptivo, observacional correlacional, enfoque de cantidad, diseño no experimental, la muestra estuvo atendida por 261 usuarios externos, el instrumento de recolección de datos fue cuestionario (p. 20), llegando a las siguientes conclusiones:

- Presenta una correlación específica entre la calidad del esmero en el hospital público y privado combinado y de agrado de los usuarios de derivaciones externas en 2016-2017.

- Consta una correlación reelevante ingresando a la dimensión de credibilidad y la satisfacción del usuario externamente con derivaciones combinadas de hospitales públicos y privados en 2016-2017.
- Concorre una correlación en dimensiones significativas con potencial de respuesta y el bienestar del usuario externo de las derivaciones a hospitales públicos y privados durante 2016-2017.
- Se expone una correlación característica entre el espacio de seguridad y la satisfacción del usuario externo de las derivaciones a hospitales públicos y privados en 2016-2017.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Gestión de calidad de atención (x)

La gestión de la calidad es un enfoque estratégico y sistemático que incluye la programación, control y progreso continuo en los procesos organizacionales con el objetivo de indemnizar los exigencias y expectativas del cliente, aseverar el uso eficientemente en los patrimonios y lograr un elevado grado de satisfacción del consumidor (García y Huamán, 2021).). Además, la gestión de la calidad se centra en la filiación y el control de procesos organizacionales clave y la estandarización de actividades para certificar el cumplimiento de los patrones y la mejora continua, lo que implica la colaboración activa de los empleados y la adopción de enfoques basados en datos y evidencia. Toma de decisiones (Martínez, 2022, p. 26).

Por otra parte, según Ahire, Dreyfus, y Lotito (2020), expresaron que:

La gestión de la calidad es un enfoque holístico y estratégico destinado a crear valor para los clientes y mejorar periódicamente los procesos y resultados organizacionales. Se basa en la interposición impulsa por todos los integrantes de la organización y se apoya en herramientas y técnicas como el control estadístico de técnicas, el análisis de datos y la gestión de procesos. (p. 144).

Sin embargo, la gestión de la calidad se considera un método y un vinculo de prácticas que utilizan las organizaciones para certificar que sus productos y servicios efectúen estándares de calidad definidos. Esto incluye el desarrollo de procesos efectivos, la

identificación y eliminación de defectos, la mejora continua y el compromiso con el deleite de los consumidores. (Kumar y Chandrasekaran, 2019, p. 71). Así como Juran (1995), mencionó que: “La gestión de calidad es una maniobra empresarial se logra enfocar en la satisfacción del cliente, la reducción de defectos y la optimización de las tecnologías internos para lograr una mayor eficiencia y competitividad en el mercado” (p. 25).

Por último, American Society for Quality (2018), definió que:

La gestión de calidad es el conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad, además se puede entenderse como la estructura organizativa, responsabilidades, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implementar la gestión de calidad (p. 3).

2.2.1.1. Eficiencia

La eficiencia se describe el potencial de manipular los recursos disponibles de manera eficaz para lograr los resultados deseados. Involucra minimizar el desperdicio, maximizar la producción o los resultados obtenidos y realizar las tareas de manera rápida y efectiva. Es un aspecto clave en la gestión organizacional y puede medirse en términos de costos, tiempo, calidad y productividad (Drucker, 1999, p. 220). Asimismo, Kaplan y Norton (1996) nos indicaron que:

La eficiencia se define como la capacidad de realizar las tareas de manera efectiva y con un uso mínimo de recursos. Implica maximizar la producción o los resultados obtenidos por unidad de recurso utilizado. La eficiencia puede medirse en términos de productividad, rendimiento, calidad y rentabilidad, y es esencial para la competitividad y el éxito organizacional (p. 40).

2.2.1.1.1. Tiempo de respuesta: El tiempo de respuesta se describe al intervalo transcurrido desde que se recibe una solicitud o estímulo hasta que se proporciona una respuesta o se completa una acción. Es una medida de la eficiencia y el potencial de respuesta de un sistema o servicio. En entornos de atención al cliente, el tiempo de respuesta se utiliza para evaluar la velocidad con la que se resuelven las consultas y se satisfacen las insuficiencias de los usuarios (Pallant, 2010, p. 123).

Además, el tiempo de respuesta es el lapso necesario para que un sistema o proceso proporcione una salida o respuesta a una entrada o estímulo dado. Puede medirse en términos de tiempo transcurrido, latencia o retraso, y puede ser crítico en diligencias que demandan

una respuesta rápida, como sistemas informáticos, atención al cliente o servicios de emergencia (Bassil, 2016, p. 45).

2.2.1.1.2. Cumplimiento de estándares: El cumplimiento de estándares se refiere al grado en que una entidad, organización o proceso cumple con los estándares o normas establecidas. Los estándares pueden estar relacionados con la calidad, la seguridad, el rendimiento u otros criterios específicos. El cumplimiento de estándares es importante para garantizar la consistencia, la confiabilidad y la conformidad con las mejores prácticas en una determinada área o industria (Kumar y Hillegersberg, 2000, p. 354). Por otra parte, según ISO/IEC JTC 1 (2019) indicó que:

El cumplimiento de estándares se refiere a la adhesión y el cumplimiento de los estándares técnicos, reglamentos o directrices establecidos por organizaciones, industrias o entidades reguladoras. El cumplimiento de estándares es fundamental para garantizar la calidad, la seguridad, la interoperabilidad y la compatibilidad en sistemas, productos o servicios, y puede requerir auditorías, certificaciones o evaluaciones periódicas (p. 2).

2.2.1.1.3. Uso de recursos: El uso de riquezas se refiere a la gestión y aprovechamiento eficiente de los recursos disponibles para lograr los objetivos deseados. Puede involucrar la asignación adecuada de personal, tiempo, financiamiento, equipos y otros activos importantes para lograr a cabo una función o proyecto. El uso eficiente de los recursos implica maximizar la productividad y minimizar el desperdicio (Laudon y Laudon, 2019, p. 85). Además, según Kerzner (2017) manifestó que:

El uso de recursos se refiere al consumo, la administración y la manipulación de los recursos disponibles para alcanzar los resultados deseados. Puede incluir el uso eficiente de recursos humanos, financieros, tecnológicos y materia prima en una organización o proyecto. El uso de recursos efectivo implica equilibrar la disponibilidad, la asignación adecuada y la planificación estratégica para lograr la eficiencia y minimizar los costos (p. 374).

2.2.1.1.4. Tasa de errores: La tasa de errores se refiere a la frecuencia o proporción de errores cometidos en relación con un proceso, actividad o sistema específico. Puede medirse como el algoritmo con errores fragmentados por el número total de unidades o transacciones realizadas. La tasa de errores es utilizada como indicador de calidad y

desempeño, y su reducción es un objetivo transcendental en el progreso continua y la gestión de la calidad (Montgomery, 2017, p. 271). Sin embargo, Pyzdek y Keller (2014) recalcó que:

La tasa de errores es un régimen que indica la cantidad de errores o defectos encontrados en un proceso o sistema en relación con la cantidad total de elementos procesados o producidos. Puede expresarse como un porcentaje o una proporción. La reducción de la tasa de errores es un objetivo clave en la gestión de la calidad y la mejora de procesos para garantizar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa (p. 210).

2.2.1.2. Efectividad

La efectividad se recuenta al potencial de obtener los resultados anhelados o efectuar con los objetivos determinados. Implica conseguir los resultados de forma exitosa y agradable, y puede evaluarse en términos de eficiencia, calidad, impacto o cumplimiento de metas. La efectividad es un componente clave en la gestión y la evaluación del desempeño organizacional (Drucker, 1999, p. 110).

Por otro lado, la efectividad según Bryson, (2018) indica que: “Es un indicador de la capacidad de un sistema, proceso o intervención para promover resultados deseados de manera exitosa y satisfactoria. La efectividad puede evaluarse en función de la eficiencia, la calidad, la rentabilidad y el impacto alcanzado” (p. 79).

2.2.1.2.1. Acatamiento de objetivos de calidad: El cumplimiento de objetivos de calidad se describe a la capacidad de una organización para generar y posicionar los estándares de calidad establecidos para sus productos, servicios o procesos. Implica resguardar los productos o servicios cumplan con las determinaciones, exigencias y posibilidades de calidad definidos. El cumplimiento de objetivos de calidad es esencial para respondera la satisfacción del cliente y el éxito continuo de la alineación (Juran, 1999, p. 45).

2.2.1.2.2. Calidad percibida por los usuarios: La calidad distinguida por el cliente se refiere a la valoración subjetiva que desarrollan los consumidores o clientes sobre la exelencia de un producto, servicio o experiencia. Esta evaluación se basa en las percepciones individuales, expectativas y experiencias de los usuarios, y puede internenir en la satisfacción y fidelidad. La calidad percibida por los usuarios es un factor fundamental en la

gestión de la calidad, ya que puede afectar la notoriedad, la imagen de marca y la competitividad de una organización (Parasuraman, Zeithaml, y Berry, 1988, p. 16).

2.2.1.2.3. Reducción de quejas y reclamaciones: La reducción de quejas y peticiones se refiere a las estrategias y acciones implementadas por una organización para disminuir la cantidad y frecuencia de quejas y reclamaciones de los clientes. Esto implica equiparar y afrontar las causas raíz de las dificultades, mejorar los procesos, productos o servicios, y fortalecer la satisfacción del consumidor. La reducción de quejas y reclamaciones es un objetivo importante en la gestión de la calidad y la mejora consecutiva para garantizar la excelencia en el servicio y la fidelización de los clientes (Coronado y Tapia, 2014, p. 152).

2.2.1.3. Enfoque centrado en el usuario

El enfoque simétrico en el usuario es un estilo de diseño y gestión que coloca al usuario o cliente como primordial en todas las disposiciones y funciones de una organización. Basándose en comprender y satisfacer las insuficiencias, deseos y perspectivas de los usuarios, brindando soluciones y experiencias que sean relevantes, útiles y significativas para ellos. El enfoque centrado en el usuario implica la empatía, la escucha activa, la colaboración y el diseño participativo, con el objetivo de encontrar el deleite del usuario y construir relaciones duraderas (Norman, 2013, p. 27).

En el usuario el enfoque centrado es una perspectiva de gestión que plantea al usuario final en el centro de todas las disposiciones y acciones de una organización. Por ello, ISO (2015) indicó que:

Se basa en comprender y solucionar las dificultades, deseos y expectativas de los usuarios, anticipándose a sus demandas y diseñando productos, servicios y experiencias que agreguen valor y generen satisfacción implicando el compendio de información, la investigación de mercado, la creación de perfiles de usuarios y la adaptación constante a sus necesidades cambiantes (p. 8).

2.2.1.3.1. Personalización de la atención: La personalización de la atención se refiere a la adaptación de los productos, servicios o interacciones a las penurias, preferencias y peculiaridades individuales de los usuarios o clientes. Implica tratar a cada persona de manera única y brindar soluciones personalizadas que satisfagan sus requerimientos

específicos. La personalización de la atención puede involucrar el uso de tecnologías, la recopilación de datos relevantes y la capacidad de ofrecer experiencias personalizadas y relevantes que generen satisfacción y lealtad (Peppers y Rogers, 2016, p. 82).

2.2.1.3.2. Comunicación efectiva: La comunicación efectiva se define como el proceso de comunicar e información de manera moderada, exacta y perceptible, de tal condición que el mensaje sea correctamente interpretado y entendido por el receptor. Implica la habilidad para expresar ideas, compartir información y establecer una conexión significativa con los demás. La comunicación efectiva se caracteriza por la claridad, la concisión, la empatía y la capacidad de adaptarse al contexto y a las necesidades del receptor (Guffey y Loewy, 2015, p. 8).

2.2.1.3.3. Participación del usuario: La participación del usuario describe al grado en que los usuarios o clientes están involucrados y tienen la oportunidad de contribuir, colaborar y tomar decisiones en proporción con un producto, servicio o proceso. Esto implica fomentar la retroalimentación, la co-creación y la interacción activa entre la organización y los clientes, con el objetivo de optimar la calidad, la satisfacción y la relevancia de la oferta. La participación del usuario puede fortalecer la relación y la lealtad de los usuarios, así como impulsar la innovación y la conciliación con las necesidades cambiantes en actividades comerciales (Osterwalder y Pigneur, 2010, p. 112).

2.2.2. Satisfacción de los usuarios (y)

La satisfacción de los usuarios es el nivel de conformidad y gratificación que experimentan los clientes de una institución de servicios financieros, en relación con el desempeño de sus expectativas y la calidad avistada en aspectos como la rapidez, la eficiencia, la atención personalizada y la resolución de problemas (Pinedo, 2019, p. 27). En una organización en la satisfacción de los usuarios implica la categoría de las necesidades, expectativas y ambiciones de los usuarios son cumplidos o superados por un producto, servicio o experiencia. Implica evaluar la calidad percibida, la utilidad, la facilidad de uso y otros atributos relevantes para prescribir la satisfacción global del usuario (Choi y Lee, 2021, p. 82).

La satisfacción de los usuarios es el valor en que se presentan las expectativas y necesidades de los usuarios de una entidad pública, considerando principios como la calidad

de atención, la eficiencia, la accesibilidad y la resolución de problemas. Es un guía clave para mejorar la calidad y el ejercicio de las instituciones públicas y promover la mejora continua (Sánchez, 2019, p. 20). Por otro lado, la satisfacción de los usuarios se refiere a la percepción y evaluación de los usuarios sobre la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en un destino. Contiene aspectos como la atención al cliente, la infraestructura, la seguridad, la limpieza y la oferta turística, y tiene un impacto directo en la imagen y competitividad del destino turístico (Flores, 2021, p. 38)

Por último, referente al concepto de satisfacción de los usuarios, Fornell, Mithas, Morgeson, & Krishnan (2022) mencionaron que:

Es la respuesta emocional y cognitiva de los usuarios después de utilizar un producto o servicio. Implica la evaluación de aspectos como la calidad percibida, la facilidad de uso, la fiabilidad, la eficiencia y la atención al cliente, y tiene un impacto directo en la lealtad y la recomendación hacia la marca o empresa" (p. 115).

2.2.2.1. Calidad del Servicio

La calidad de servicio es la evaluación global que los clientes hacen sobre la excelencia del servicio recibido. Se relaciona con aspectos como la confabulación, la capacidad de solución, la empatía, la tangibilidad y la garantía, los cuales influyen en la agrado del cliente y en la fidelidad hacia la organización (Parasuraman, Zeithamil, y Berry, 1988, p. 16). Así mismo Grönroos (2007) definió a la calidad de servicio como:

El potencial de una organización para solucionar las escaseces y expectativas de los clientes a través de la prestación de servicios confiables, responsivos y personalizados. Implica la entrega de un servicio de valor, la gestión de la interacción con los clientes y la creación de experiencias memorables (p. 17).

2.2.2.1.1. Cumplimiento de expectativas: El cumplimiento de expectativas se refiere a la categoría de un producto, servicio o experiencia satisface las expectativas previas de los consumidores. Implica comparar la percepción de lo que se recibió con lo que se esperaba, y puede tener un impacto significativo en la satisfacción y la lealtad del cliente (Zeithaml, Berry, y Parasuraman, 1993, p. 15).

Oliver (2010) conceptualizó que el cumplimiento de expectativas se explica como:

El contenido de una organización para efectuar o resaltar sus expectativas de sus clientes en procesos de calidad, ocupación, servicio y valor percibido. Es un indicador importante de la calidad del producto o servicio y puede influir en la satisfacción y la fidelidad del cliente (p. 55).

2.2.2.1.2. Competencia del personal: La competencia del personal se refiere al grupo de instrucciones, destrezas, capacidades y atributos que poseen los empleados de una organización para desempeñar eficazmente sus roles y responsabilidades. Incluye tanto aspectos técnicos como habilidades interpersonales, y es fundamental para lograr un desempeño óptimo y solucionar las necesidades de los clientes (Lado, Rodeiro, y García, 2018, p. 25).

Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1985) define a la competencia del personal como:

La competencia del personal se refiere a la incorporación de conocimientos, experiencias y actitudes que los empleados poseen y que les permiten realizar eficientemente las tareas requeridas en su puesto de trabajo. Incluye tanto habilidades técnicas como habilidades blandas, y es esencial para ofrecer un servicio de calidad y generar valor para los clientes (p. 40).

2.2.2.1.3. Fiabilidad del servicio: La fiabilidad del servicio se refiere al grado en que una empresa cumple sus promesas de manera precisa y consistente, y presta el servicio que los clientes esperan recibir. Incluye la capacidad de la organización para brindar el servicio en el momento y lugar adecuados, y de manera confiable, segura y libre de errores (Grönroos, 1982, p. 41). Por otro lado, Parasuraman et al. (1985) refirió a la fiabilidad del servicio como:

La capacidad de una empresa para proporcionar un servicio confiable y preciso de manera consistente, y cumplir con las expectativas de los clientes en cada interacción. Incluye aspectos como la puntualidad, la capacidad de solución, la calidad del servicio y la capacidad de resolver problemas de manera efectiva (p. 39).

2.2.2.2. Nivel de Satisfacción

Según Gómez (2014) el nivel de satisfacción se da cuando luego de proceder a la obtención o interés de un producto o servicio, los compradores aprecian éstas tres etapas de complacencia: Insatisfacción, Satisfacción y Complacencia”. Además, Aimacaña (2013) indicó que “después de perpetrada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes distinguen impulsos de satisfacción”.

Aimacaña (2013) expresó que la categoría de satisfacción se puede conocer como:

Fidelidad a una marca o empresa, por ejemplo: un cliente insatisfecho buscará inmediatamente otra marca o de proveedor (la impiedad la determina la propia empresa). Para él, un cliente satisfecho seguirá siendo leal, pero sólo si ubica otro proveedor con una oferta mejor (lealtad condicional). De la misma manera, los clientes satisfechos se vuelven leales a una marca o proveedor porque sienten una similitud emocional, que generalmente es similar a simples preferencias racionales (lealtad incondicional). Así, las empresas inteligentes deleitan a sus clientes prometiendo sólo lo que pueden cumplir y luego entregando más de lo que prometen. (p. 40)

2.2.2.2.1. *Insatisfacción:* La insatisfacción se desarrolla cuando el desempeño resaltante de un producto no alcanza las expectativas del cliente. (Amado,2009); por ello, Tigani (2006) indicó un dato importante que:

El 96% de los clientes insatisfechos nunca presentan quejas, únicamente se retiran para no regresar. Los clientes altamente satisfechos conllevan su experiencia a 3 o menos personas. Los clientes descontentos expresarán su frustración a 9 o más personas porque un mal mpmento siempre es una buena razón para hablar. (p. 10)

2.2.2.2.2. *Satisfacción:* La satisfacción es la emoción de afecto o desinterés que experimenta un individuo al comparar la capacidad de resultados percibidos. También puede identificarse como el acumulado de sentimientos de felicidad o decepción que experimenta una persona al comparar el desempeño (o los resultados) percibidos. Producto o servicio no cumple con las expectativas. (Lovelock y Wirtz, 2009 & Kotler y Keller, 2016)

2.2.2.2.3. *Complacencia*: Kotler y Armstrong (2003) afirma que la complacencia se refiere a: "La insatisfacción ocurre cuando la capacidad demostrada excede las expectativas del cliente". Asimismo, Amado (2009) resalta que esto ocurre cuando: "La práctica percibida supera las expectativas del cliente".

2.2.2.3. Experiencia del Usuario

La experiencia del usuario se refiere a las percepciones y respuestas de un individuo que resultan de la interacción con un sistema, producto o servicio. Incluye aspectos cognitivos, emocionales, sensoriales y conductuales, y se presenta en el diseño y la optimización de la interacción para proporcionar una experiencia satisfactoria y significativa (Hassenzahl, 2010, p. 8).

La experiencia del usuario, según lo indicó ISO 9241-210 (2019) es considerada como:

La suma de las percepciones subjetivas que un individuo tiene antes, durante y después de interactuar con un producto, sistema o servicio. Incluye factores como la utilidad, la facilidad de uso, la satisfacción emocional, la estética y la eficacia, y tiene un impacto directo en la aceptación y el comportamiento del usuario (p. 4).

2.2.2.3.1. *Interacción y trato*: La interacción relata el proceso de comunicación y la compensación de información y acciones entre dos o más entidades, como individuos, sistemas o elementos. Involucra la reciprocidad y la influencia mutua, y puede manifestarse en diferentes formas, como la comunicación verbal y no verbal, la colaboración o la interacción persona-máquina (Rogers, Sharp, y Preece, 2011, p. 7).

Argyle y Dean (1965) nos mencionaron que:

La interacción es el proceso por el cual los individuos o conjuntos se comunican, se relacionan y se influyen mutuamente a través de acciones y respuestas recíprocas. Involucra el intercambio de información, la retroalimentación y la adaptación continua, y es esencial para el desarrollo de relaciones sociales, la construcción de significado y la colaboración (p. 56).

2.2.2.3.2. *Impacto emocional*: El impacto emocional se refiere a la influencia o efecto que un estímulo, evento o experiencia tiene en las emociones de una persona. Puede manifestarse en forma de emociones positivas o negativas, y puede variar en intensidad y

duración. El impacto emocional puede influir en las actitudes, las respuestas comportamentales y la toma de decisiones de las personas (Lazarus, 1999, p. 1384). Sin embargo, según Scherer (2005) refirió que:

El impacto emocional es la respuesta emocional que se experimenta como resultado de una interacción, evento o estímulo particular. Puede involucrar una amplia gama de emociones, desde la alegría y el entusiasmo hasta la tristeza y el miedo. El impacto emocional puede ser momentáneo o tener un efecto duradero en el bienestar y el estado emocional de una persona (p. 18).

2.2. Bases filosóficas

A) Gestión de calidad

La gestión de calidad se basa en el principio de hacerlo bien a la primera. Él enfatiza la importancia de prevenir los errores y defectos desde el inicio, en lugar de corregirlos más adelante. Para Crosby (1979). La calidad implica cumplir con los requisitos y expectativas establecidos. Para otro pensador como Deming enfatiza la mejora continua y la responsabilidad de la gerencia en la calidad. Según él, la gestión de calidad implica utilizar datos y estadísticas para tomar decisiones, fomentar la participación de los empleados y promover una cultura de mejora constante. Deming aboga por el enfoque sistémico de la calidad, considerando la interdependencia de los diferentes procesos y departamentos de una organización. Como también para Juran El cumplimiento de la gestión de la calidad se basa en planificar, controlar y mejorar los procesos para satisfacer los requisitos y expectativas del cliente. Propuso el método "Trilogía de Juran", que incluye planificación de calidad, control de calidad y mejora de la calidad. Ishikawa también es destacado por su principio en la gestión de la calidad total y su énfasis en la contribución de todos las secciones de la formación. Según Ishikawa, la gestión de la calidad implica trabajo en equipo, resolución de problemas y eliminación de las causas fundamentales de los defectos.

B) Satisfacción del Usuario

Kant (1785). Aborda la satisfacción del usuario desde una perspectiva ética. Para él, la satisfacción del usuario implica cumplir con los principios de la ética del deber y tratar a los usuarios como fines en sí mismos, en lugar de tratarlos simplemente como medios para alcanzar objetivos organizacionales. La satisfacción del usuario se basa en la integridad, la transparencia y el respeto hacia los usuarios, asegurando que sus necesidades y expectativas sean atendidas. Como así mismo Dewey (1938). Se centra en la experiencia y la participación

del usuario. Para él, la satisfacción del usuario se logra cuando los usuarios están activamente involucrados en el proceso de uso y cuando sus necesidades y deseos son tenidos en cuenta. La satisfacción del usuario implica proporcionar un entorno interactivo y adaptativo que promueva la participación y el aprendizaje continuo. Para Sartre aborda la satisfacción del usuario desde una perspectiva existencialista. Para él, la satisfacción del usuario implica la libertad de elección y la responsabilidad personal. Los usuarios deben tener la libertad de elegir y decidir cómo utilizar los productos o servicios ofrecidos, y su satisfacción radica en sentirse auténticos y comprometidos con sus elecciones. Y por último Borgmann (1984). Consideró que la satisfacción del usuario se logra a través de la relación significativa con los productos y servicios. La satisfacción del usuario se basa en la apreciación de la calidad y el significado de las experiencias proporcionadas. Para él, los usuarios deben tener una conexión más profunda y significativa con los productos y servicios, lo que genera un bienestar duradera y gratificante.

2.3 Definición de términos básicos

a) Eficiencia

La eficiencia es un término que expresa la proporción entre los resultados efectivos obtenidos por una organización utilizando ciertos medios (medidos por costos) y un cierto efecto medido por resultados. (Estrada y Arias, 2007)

b) Efectividad

La eficacia se refiere al potencial de intervenir en ocasiones el efecto deseado en condiciones reales o normales. (Real Academia Española, 2000)

c) Enfoque en usuarios

El enfoque en usuarios implica centrarse en las necesidades, expectativas y distinciones de los usuarios o clientes. Se trata de comprender y considerar las perspectivas de los usuarios en el esquema, desarrollo y entrega de productos o servicios. (Jiménez y Hernández, 2002)

d) Estándar

Un estándar es un criterio o modelo establecido que se utiliza como referencia para evaluar la calidad, la eficiencia o la efectividad de algo. Los estándares suelen ser normas o especificaciones técnicas que definen los requisitos mínimos que deben cumplirse. Los

estándares proporcionan una base común para comparar y medir el rendimiento o la calidad de productos, servicios, procesos o sistemas. (Indarte y Pazos, 2011)

e) Calidad percibida

La calidad percibida se presenta en la evaluación subjetiva que hacen los usuarios o clientes sobre la calidad de un producto o servicio. No se basa únicamente en características objetivas, sino que también tiene en cuenta las expectativas individuales, las experiencias previas y las percepciones subjetivas. La calidad percibida es una medida subjetiva de la calidad y puede inducir en la satisfacción y la lealtad del cliente. (Vidal, 2019)

f) Usuarios

Los usuarios son las personas o entidades que utilizan o interactúan con un producto, servicio o sistema. Los usuarios pueden ser clientes, consumidores, empleados u otras partes interesadas involucradas en el uso o la interacción con un producto o servicio. (Peresson, 2007)

g) Satisfacción

La satisfacción es el grado de cumplimiento o gratificación que experimenta un usuario o cliente después de utilizar un producto o servicio. Relata a la sensación de haber alcanzado o superado las expectativas y necesidades del usuario. La satisfacción está vinculada a la percepción de calidad, el cumplimiento de los requisitos y la superación de las expectativas, y puede influir en la fidelidad y la recomendación del usuario. (Ayamamani, 2018)

h) Expectativas

Las expectativas se refieren a las creencias, suposiciones o esperanzas que los usuarios o clientes tienen sobre un producto, servicio o experiencia. Las expectativas pueden basarse en experiencias previas, recomendaciones, publicidad u otros factores. Las expectativas influyen en la percepción de calidad y en la evaluación de la satisfacción. (Vargas y Hanco, 2018)

i) Fiabilidad

La fiabilidad se expresa en la capacidad de un producto, servicio o sistema para funcionar de forma consistente y predecible a lo largo del tiempo y en diferentes situaciones. La fiabilidad implica la confianza en que el producto o servicio cumplirá con su propósito o función de manera consistente, sin fallos o interrupciones inesperadas. (Martínez, 2001)

j) Complacencia

Es significativo para los clientes sentir que están siendo bien atendidos, ello refleja que existe en la organización sanitaria personal profesional, calificado y sobre todo motivado para cumplir las expectativas con compromiso garantizando el rendimiento adecuado. (Escalante y Macha, 2019)

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1 Hipótesis general

La gestión de calidad de atención se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

2.4.2 Hipótesis específicas

1. La eficiencia se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.
2. La efectividad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.
3. El enfoque centrado en el usuario se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

2.5 Operacionalización de variables

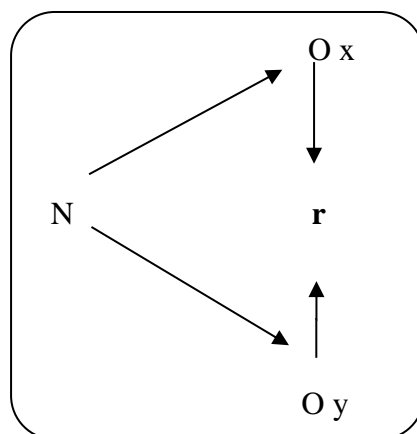
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
(X) GESTIÓN DE CALIDAD DE ATENCIÓN	García y Huamán (2021), nos mencionó que: La Gestión de Calidad es un enfoque estratégico y sistemático que involucra la planificación, control y mejora continua de los procesos organizacionales con el objetivo de cumplir con los requisitos y expectativas de los clientes, garantizar la eficiencia en la utilización de los recursos y lograr altos niveles de satisfacción del cliente.	La gestión de calidad de atención se refiere al conjunto de acciones y procesos implementados por una organización de atención médica. Para evaluar la eficiencia, se midió el tiempo de espera que experimenta el paciente desde que llega a la institución hasta que recibe la atención médica necesaria. Se evaluó el uso eficiente de los recursos disponibles, como el tiempo de los profesionales de la salud, los equipos y suministros usados durante la atención. La efectividad de la gestión de calidad de atención se evaluó mediante el cumplimiento de estándares. Se verificó que se sigan las mejores prácticas y guías clínicas reconocidas, asegurando que los pacientes reciban una atención de alta calidad. El enfoque centrado en el usuario se llevó a cabo mediante la evaluación de la satisfacción del paciente. Se realizó encuestas para conocer la percepción del paciente en relación con la calidad de la atención recibida. Se consideró la comunicación efectiva y su participación en la toma de decisiones relacionadas con su atención médica.	X.1.- Eficiencia X.2.- Efectividad X.3.- Enfoque Centrado en el usuario	X.1.1.- Tiempo de respuesta X.1.2.- Cumplimiento de estándares X.1.3.- Uso de recursos X.1.4.- Tasa de errores X.2.1.- Cumplimiento de objetivos de calidad X.2.2.- Calidad percibida por los usuarios X.2.3.- Reducción de quejas y reclamaciones X.3.1.- Personalización de la atención X.3.2.- Comunicación efectiva X.3.3.- Participación del usuario	Escala de Likert: Siempre. Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca
(Y) SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	Sánchez (2019) nos mencionó que: La satisfacción de los usuarios es el grado en que se cumplen las expectativas y necesidades de los usuarios de un servicio público, considerando aspectos como la calidad de atención, la eficiencia, la accesibilidad y la resolución de problemas. Es un indicador clave para evaluar la calidad y el desempeño de las instituciones públicas y promover la mejora continua.	La satisfacción de los usuarios se define como la medida del grado de cumplimiento de las expectativas y necesidades de los usuarios en relación con la calidad del servicio recibido. La calidad del servicio se evaluó a través del cumplimiento de expectativas del usuario, la competencia del personal y la fiabilidad del servicio. El nivel de satisfacción se determinó mediante encuestas y valoraciones de los usuarios, considerando aspectos como la insatisfacción, satisfacción y complacencia respecto a la atención recibida. La experiencia del usuario se refiere a la percepción global del proceso de atención, incluyendo la interacción y trato e impacto emocional que reciben por parte del personal de salud.	Y.1.- Calidad del Servicio Y.2.- Nivel de Satisfacción Y.3.- Experiencia del Usuario	Y.1.1.- Cumplimiento de expectativas Y.1.2.- Competencia del personal Y.1.3.- Fiabilidad del servicio Y.2.1.- Insatisfacción Y.2.2.- Satisfacción Y.2.3.- Complacencia Y.3.1.- Interacción y trato Y.3.2.- Impacto emocional	Escala de Likert: Siempre. Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Tipo de Investigación

El tipo de investigación es investigación básica y se denomina investigación pura o básica según el objetivo. Descriptivo porque nos brinda información diagnóstica valiosa sobre las variables utilizando métodos cuantitativos y diseños de transacciones no experimentales porque las variables en estudio están correlacionadas o una variable tiene una relación conocida con otra variable o dependencia y es interesante comprender la relación entre las Variables identificadas utilizando una unidad de información leída como se muestra en la siguiente imagen:



Denotación:

N = Población

Ox = Observación a la variable independiente.

Oy = Observación a la variable dependiente.

r = Relación entre variables.

Método de Investigación

Método Científico.

Estrategia procedimiento de contratación de hipótesis

La regla estratégica de ensayos de las hipótesis es el paquete de estadísticas de correlación en sus variantes descriptiva y comparativamente, como lo es la determinación y determinación del nivel de relación entre dos variables. Finalmente, se utilizó el coeficiente de correlación para el análisis estadístico de los resultados.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Córdoba (2009) señaló que: “Una población es un conjunto bien conceptualizado por unidades de observación que intervienen características comunes y observables. Se denota con la letra N”.

El universo poblacional estuvo constituido por 639 usuarios de la Microred Salud Viru.

3.2.2 Muestra

La muestra que se utilizó en la investigación fue probabilística aleatoria donde se consideraron los siguientes parámetros:

$Z_{95\%} = 1.96 \rightarrow$ Nivel de confiabilidad (nivel de confianza del 95%)

$p = 0.5 \rightarrow$ Probabilidad de ocurrencia

$q = 0.5 \rightarrow$ Probabilidad de no ocurrencia

$P = 639 \rightarrow$ Población

$e_{5\%} = 0.05 \rightarrow$ Margen de error

$$n_0 = \frac{Z^2 \times p \times q \times P}{Z^2 \times p \times q + e^2 \times (P - 1)}$$
$$n_0 = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 639}{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 + 0.05^2 \times 638}$$
$$n_0 = 240$$

Como $n_0 > 5\%$ de la población, se realizó un ajuste.

$$n' = \frac{n_0}{1 + \frac{(n_0 - 1)}{N}}$$

$$n' = \frac{240}{1 + \frac{(239)}{639}}$$

$$n' = 175$$

En aquel momento la muestra estuvo condensada por 175 unidades de observación, que vale decir 175 usuarios de la Microred Salud Virú.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Los métodos y herramientas utilizados en esta investigación son los siguientes:

Técnicas:

- Análisis documental
- Observación
- Encuesta

Instrumentos:

- Fichas bibliográficas, hemerográficas y de investigación
- Guía de observación
- Cuestionario de preguntas.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Análisis Documental

Se revisaron fuentes bibliográficas, publicidades profesionales y páginas de internet mediante análisis de literatura y sus respectivas herramientas; que se relaciona concisamente con el tema de investigación.

La búsqueda sobre cada dimensión de la variable se recolectó mediante una entrevista y su instrumento, un cuestionario esencialmente elaborado para este estudio por tesisistas, con preguntas sobre aspectos específicos que ayudaron a recolectar datos e identificar brechas.

Utilizando la técnica de observación y las herramientas convenientes, comprenderemos los procesos que ocurren a lo largo del tiempo, las interrelaciones entre las personas y sus situaciones o entornos y eventos, así como los patrones de desarrollo y los argumentos sociales y culturales en los que surgen las experiencias y los problemas humanos.

a) Ficha Técnica de Instrumentos

La encuesta estuvo constituida por preguntas de la V y la Vd., La medición se realizó a través de la Escala de Likert, que mide de 1 a 5.

b) Administración de los instrumentos y obtención de los datos

Se desarrollaron cuestionarios para recopilar información y expertos y expertos en investigación obtuvieron cuestionarios de encuesta confiables y validados, y los expertos brindaron opiniones expertas cuando los cuestionarios eran aplicables u observables, que luego fueron revisadas por el investigador. La confiabilidad se logra mediante una prueba piloto donde se administra el cuestionario varias veces a una muestra específica para probar la exactitud y precisión del instrumento, o en cualquier caso utilizamos la prueba alfa de Cronbach.

En el régimen de interrogatorios se describió con el valor de apoyo en la recopilación de datos del personal.

Análisis Estadístico

El software estadístico SPSS 25.0 se utiliza para el procesamiento, para realizar la elucidación, análisis y problemáticas en los cuadros y datos estadísticos, para obtener resultados y sacar desenlaces que indiquen los objetivos e hipótesis del estudio, es decir, el producto final del estudio.

Formulación del modelo

a. Hipótesis Nula.

Hubo evidencia de que no hubo diferencias estadísticamente significativas entre los tratamientos.

b. Hipótesis alterna.

Estadísticamente las medias de los tratamientos difieren significativamente.

c. Recolección de datos y cálculos de los estadísticos correspondientes.

La recopilación de datos se produce cuando cada muestra se somete a un procesamiento adecuado y se aplican procedimientos estadísticos.

d. Decisión estadística.

Las disposiciones estadísticas se despojan comparando las estadísticas de prueba calculadas con los resultados obtenidos de la tabla estadística correspondiente a la distribución de las estadísticas en tentativa; es decir, si el valor del estadístico de ejemplo calculado está región de rechazo, entonces se rechaza la hipótesis derogada; de lo paradójico, se acepta la hipótesis nula; significando que:

Si: $F_0 > F_{\alpha, a-1, N-a}$ se rechaza

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Tabla 1

Gestión de calidad de atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	69	39,4	39,4	39,4
	Medio	91	52,0	52,0	91,4
	Alto	15	8,6	8,6	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

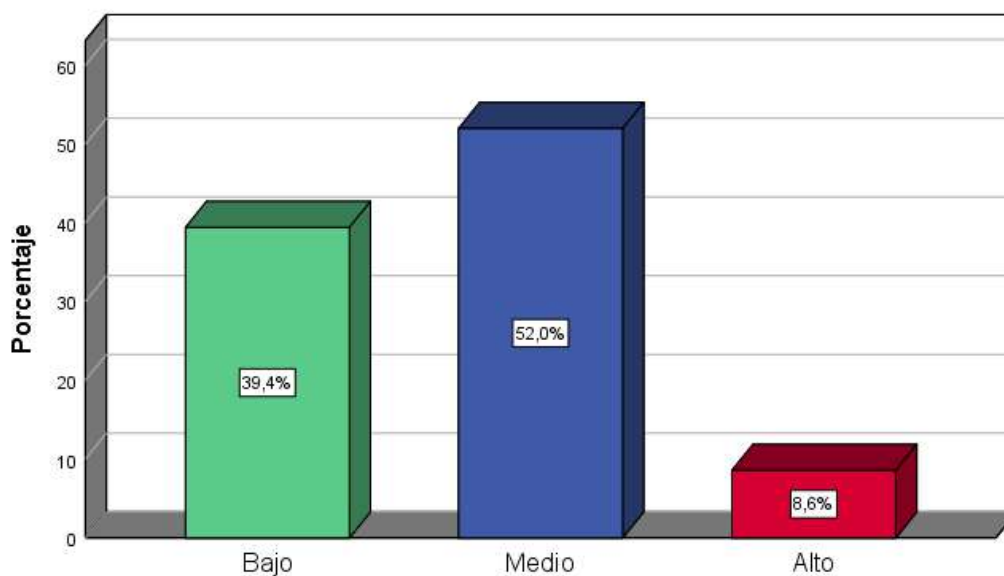


Figura 1. Gestión de calidad de atención

En la figura 1, un 52,0% de los usuarios manifestaron que existe un nivel medio en la variable de gestión de calidad de atención, un 39,4% un nivel bajo y un 8,6% un nivel alto en la Microred Salud Viru, lo que indica que la eficiencia, efectividad y el enfoque centrado en el usuario es regular.

Tabla 2

Eficiencia de la gestión de la calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	90	51,4	51,4	51,4
	Medio	63	36,0	36,0	87,4
	Alto	22	12,6	12,6	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

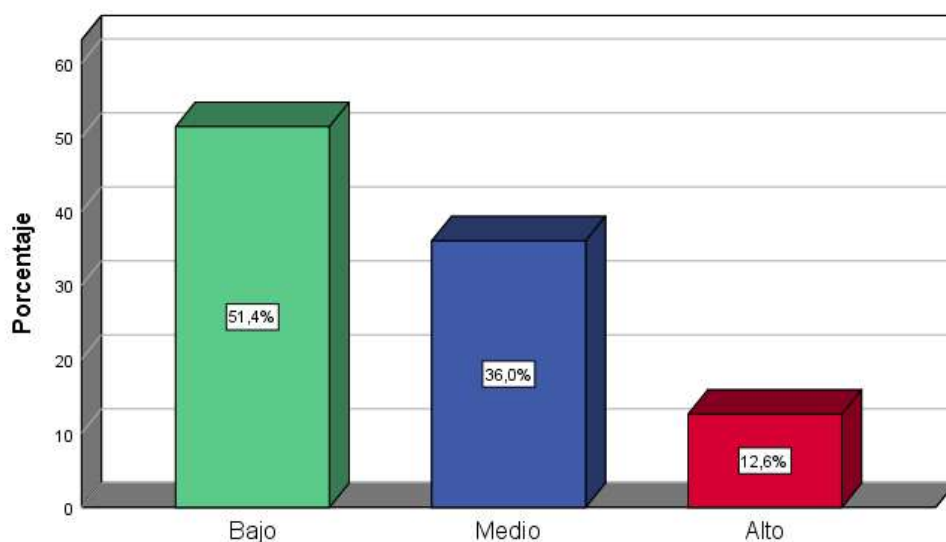


Figura 2. Eficiencia de la gestión de la calidad

De la figura 2, se observa que un 51,4% de los usuarios manifestaron que existe un nivel bajo en la dimensión de eficiencia, un 36,0% un nivel medio y un 12,6% un nivel alto en la Microred Salud Viru lo que indica que el tiempo de respuesta, cumplimiento de estándares, uso de recursos y tasa de errores no son aceptables.

Tabla 3

Efectividad de la gestión de calidad de atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	76	43,4	43,4	43,4
	Medio	77	44,0	44,0	87,4
	Alto	22	12,6	12,6	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

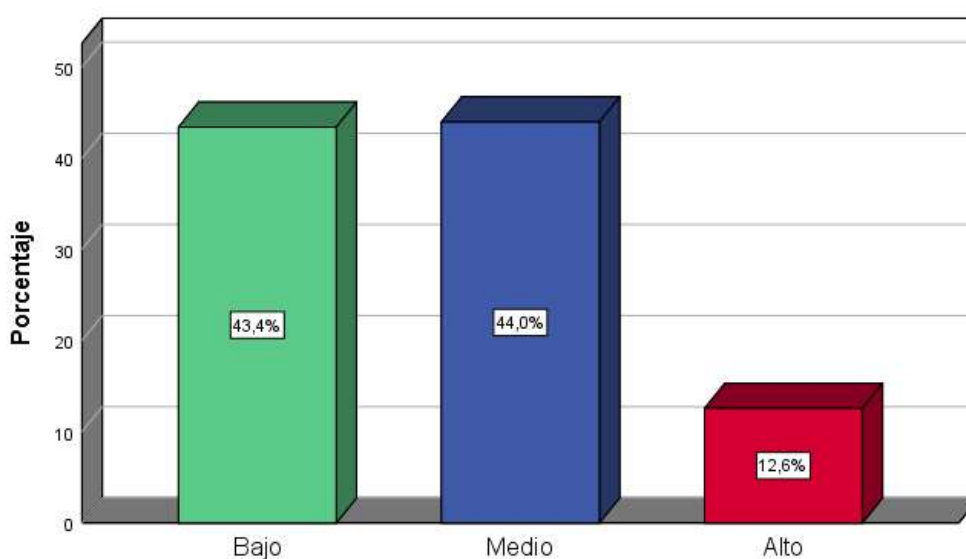


Figura 3. Efectividad de la gestión de la calidad de atención

De la figura 3, un 44,0% de los usuarios manifestaron que existe un nivel medio en la dimensión de efectividad, un 43,4% un nivel bajo y un 12,6% un nivel alto en la Microred Salud Viru lo que indica que el cumplimiento de objetivos de calidad, calidad percibida por los usuarios y reducción de quejas y reclamaciones son considerables según las manifestaciones.

Tabla 4

Enfoque centrado en el usuario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	71	40,6	40,6	40,6
	Medio	76	43,4	43,4	84,0
	Alto	28	16,0	16,0	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

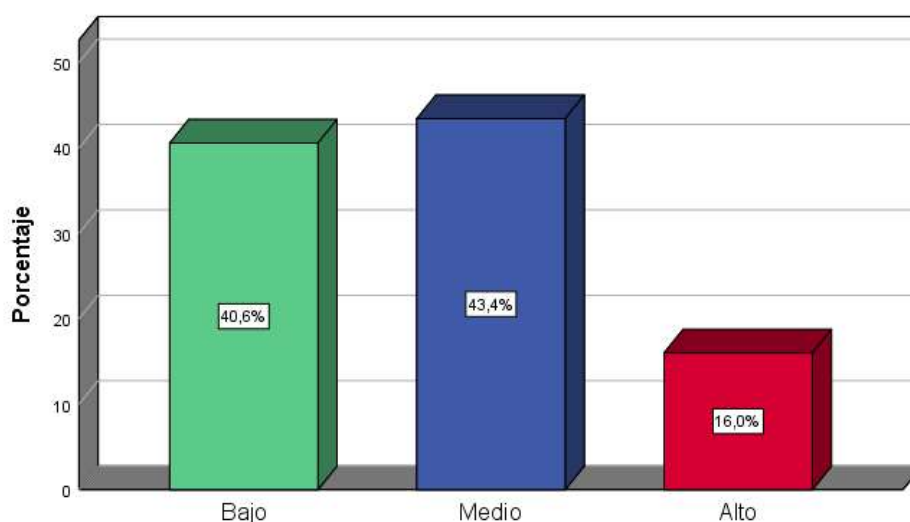


Figura 4. Enfoque centrado en el usuario

De la figura 4, un 43,4% de los usuarios manifestaron que existe un nivel medio en la dimensión de enfoque centrado en el usuario, un 40,6% un nivel bajo y un 16,0% un nivel alto en la Microred Salud Viru lo que indica que la personalización de la atención, comunicación efectiva y participación del usuario son considerables según las manifestaciones.

Tabla 5

Satisfacción de los usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	36	20,6	20,6	20,6
	Medio	113	64,6	64,6	85,1
	Alto	26	14,9	14,9	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

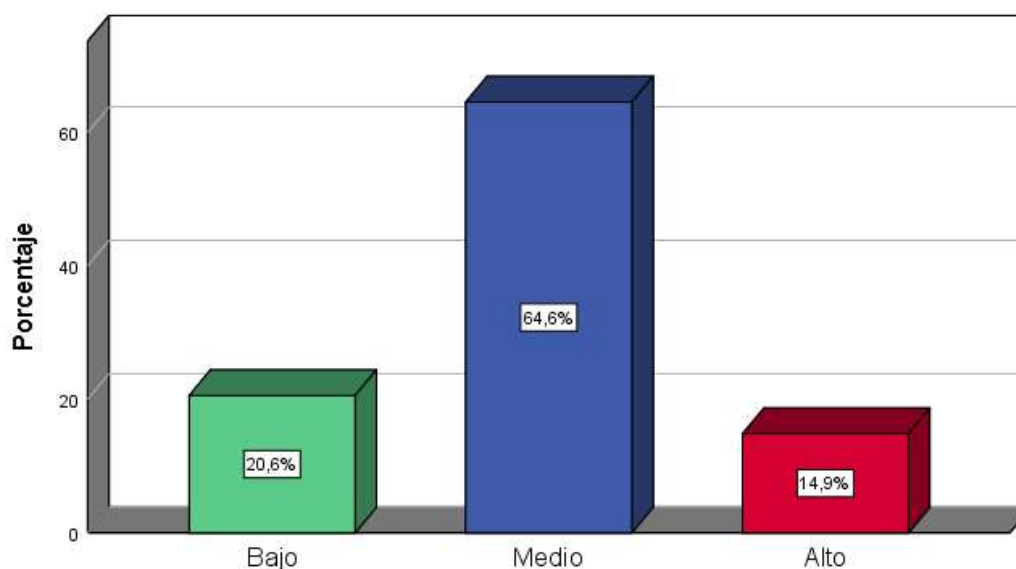


Figura 5. Satisfacción de los usuarios

De la figura 5, un 64,6% de los usuarios manifestaron que existe un nivel medio en la variable de satisfacción de los usuarios, un 20,6% un nivel bajo y un 14,9% un nivel alto en la Microred Salud Viru lo que indica que la calidad del servicio, nivel de satisfacción y experiencia del usuario son considerables según la satisfacción de los usuarios según las manifestaciones.

Tabla 6

Calidad del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	68	38,9	38,9	38,9
	Medio	81	46,3	46,3	85,1
	Alto	26	14,9	14,9	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

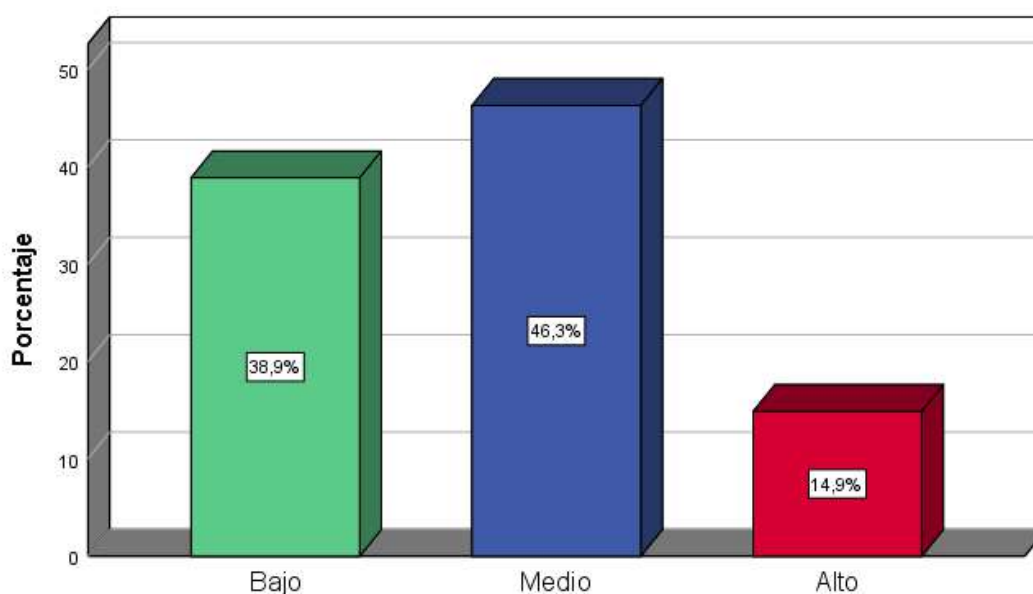


Figura 6. Calidad del servicio

De la figura 6, un 46,3% de los usuarios manifestaron que existe un nivel medio en dimensión de calidad del servicio, un 38,9% un nivel bajo y un 14,9% un nivel alto en la Microred Salud Viru lo que indica que el cumplimiento de expectativas, la competencia del personal y la fiabilidad del servicio son considerables según las manifestaciones.

Tabla 7

Nivel de satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	57	32,6	32,6	32,6
	Medio	103	58,9	58,9	91,4
	Alto	15	8,6	8,6	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

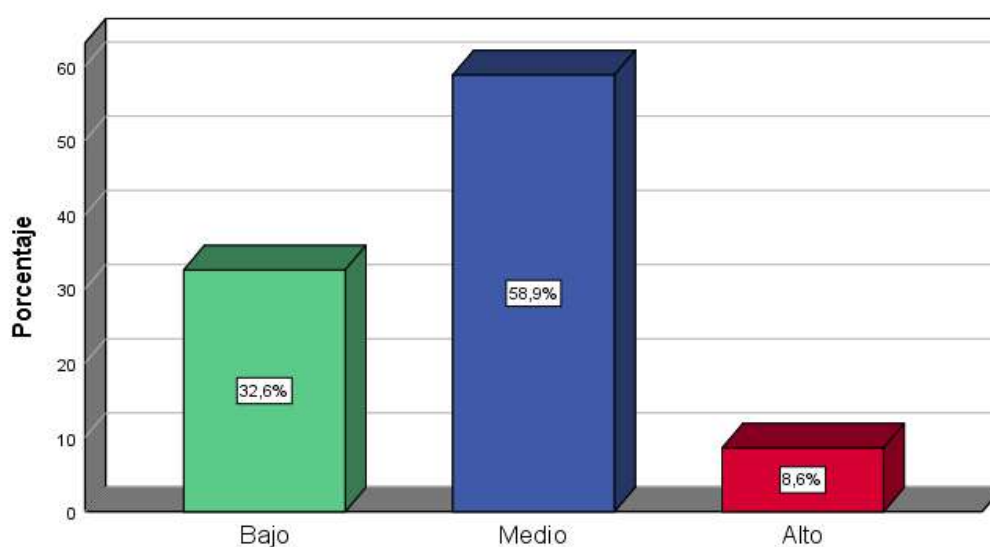


Figura 7. Nivel de satisfacción

De la figura 7, un 58,9% de los usuarios manifestaron que existe un nivel medio en la dimensión de nivel de satisfacción, un 32,6% un nivel bajo y un 8,6% un nivel alto en la Microred Salud Viru lo que indica que la insatisfacción, satisfacción y complacencia son considerables según las manifestaciones.

Tabla 8

Experiencia del Usuario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	66	37,7	37,7	37,7
	Medio	70	40,0	40,0	77,7
	Alto	39	22,3	22,3	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

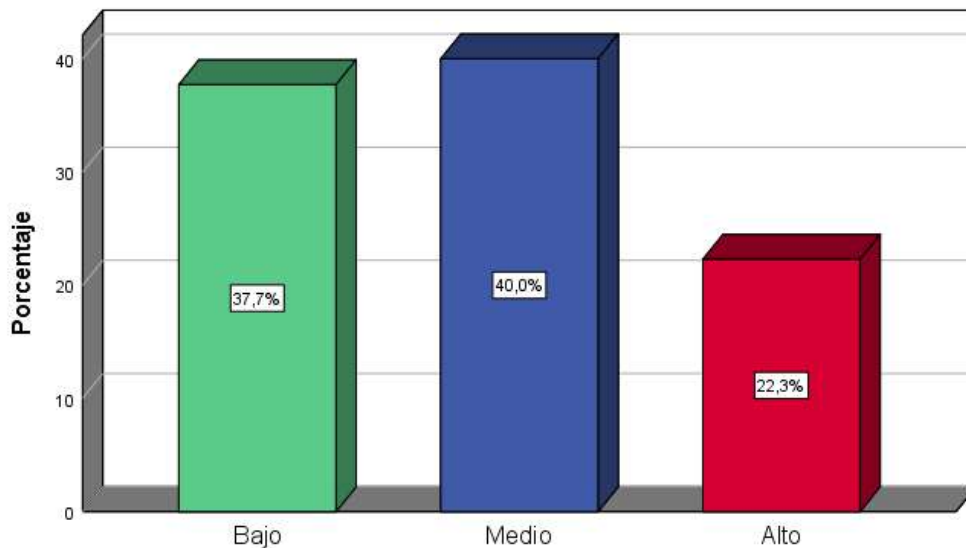


Figura 8. Experiencia del Usuario

Del esquema 8, un 40,0% de los usuarios manifestaron que consta un nivel medio en la dimensión de experiencia del usuario, un 37,7% un nivel bajo y un 22,3% un nivel alto en la Microred Salud Viru lo que indica que la interacción y trato, así como el impacto emocional son considerables debido a las manifestaciones.

4.2 Contrastación de hipótesis

Proporcionando la existencia de 2 variables cuantitativas, antes de realizar cualquier análisis estadístico inferencial, es necesario verificar que los datos de la variable aleatoria en estudio siguen un modelo de distribución de probabilidad normal. Se manejó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para mejorar la prueba de normalidad para tamaños de muestra superiores a 50.

Prueba de normalidad la variable de gestión de calidad de atención

Para comprobar la normalidad de las variables de gestión de la calidad de la atención se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov y se siguió el siguiente procedimiento:

a) Planteo de las hipótesis:

Hipótesis Nula (H0): Las puntuaciones de la variable gestión de calidad de atención, tienen una distribución normal

Hipótesis Alternativa (Ha): Las puntuaciones de la variable gestión de calidad de atención, no tienen una distribución normal.

b) Nivel de significación o riesgo: $\alpha = 5\% = 0,05$

c) Estadístico de la prueba: Kolmogórov-Smirnov

Tabla 9

Prueba normalidad de la variable gestión de calidad de atención

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de calidad de atención	,164	175	,000

d) Regla de decisión:

- Si: $P_{\text{valor}}(\text{sig.}) \leq 0,05$ se rechaza la hipótesis nula
- Si: $P_{\text{valor}}(\text{sig.}) > 0,05$ no se rechaza la hipótesis nula

Sobre la variable gestión de calidad de atención, el p-valor=Sig.= es igual 0,000 como este valor es mayor a 0,05 se infiere que hay suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis nula, concluyendo que los datos no provienen de una distribución normal.

Prueba de normalidad de la variable de satisfacción de los usuarios

Para realizar la prueba de normalidad de la variable satisfacción de los usuarios, se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov y se siguió el siguiente procedimiento:

a) Plántelo de las hipótesis:

Hipótesis Nula (H_0): Las puntuaciones de la variable satisfacción de los usuarios, tienen una distribución normal

Hipótesis Alterna (H_a): Las puntuaciones de la variable satisfacción de los usuarios, no tienen una distribución normal.

b) Nivel de significación o riesgo: $\alpha = 5\% = 0,05$

c) Estadístico de prueba: Kolmogórov-Smirnov

Tabla 10

Prueba normalidad de la variable satisfacción de los usuarios

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción de los usuarios	,200	175	,000

d) Regla de decisión:

- Si: $P_valor (sig.) \leq 0,05$ se rechaza la nula
- Si: $P_valor (Sig.) > 0,05$ no se rechaza la hipótesis nula

Subrayando la variable satisfacción de los usuarios, el p-valor=Sig.= es igual 0,017 como este valor es menos a 0,05 se deduce que hay suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, concluyendo que los datos no provienen de una repartimiento habitual.

Hipótesis General

Hipótesis Alternativa: La gestión de calidad de atención se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Hipótesis nula: La gestión de calidad de atención no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Tabla 11

La gestión de calidad de atención y la satisfacción de los usuarios

			Gestión de calidad de atención	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Gestión de calidad de atención	Coeficiente de correlación	1,000	,682**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	175	175
	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,682**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	175	175

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como se presenta en la tabla 11 se resolvió un coeficiente de correlación de $r=0.682$, con una $p=0.000$ ($p<0.05$) con lo cual es permitido la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se pudo evidenciar estadísticamente que existe una relación entre la gestión de calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Se puede justificar que el coeficiente de correlación es de una magnitud buena.

Hipótesis Especifica 1

Hipótesis Alternativa: La eficiencia se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Hipótesis nula: La eficiencia no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Tabla 12

La eficiencia y la satisfacción de los usuarios

			Eficiencia	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Eficiencia	Coeficiente de correlación	1,000	,730**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	175	175
Satisfacción de los usuarios	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,730**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	175	175

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como se presencia en la tabla 12 se desarrollo un coeficiente de correlación de $r= 0.730$, con una $p=0.000(p<0.05)$ con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se pudo justificar estadísticamente que existe una relación entre la eficiencia y la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Se puede demostrar que el coeficiente de correlación es de una magnitud buena.

Hipótesis Especifica 2

Hipótesis Alternativa: La efectividad depende significativamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Hipótesis nula: La efectividad no corresponde significativamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Tabla 13

La efectividad y la satisfacción de los usuarios

			Efectividad	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Efectividad	Coeficiente de correlación	1,000	,668**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	175	175
Satisfacción de los usuarios	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,668**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	175	175

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Podemos presencia que en la tabla 13 se adquirió un coeficiente de correlación de $r=0.668$, con una $p=0.000$ ($p<0.05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se pudo evidenciar estadísticamente que existe una relación entre la efectividad y la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Se puede estimar que el coeficiente de correlación es de una magnitud buena.

Hipótesis Especifica 3

Hipótesis Alternativa: El enfoque centrado en el usuario se concierne significativamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Hipótesis nula: El enfoque centrado en el usuario no se vincula progresivamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Tabla 14

El enfoque centrado en el usuario y la satisfacción de los usuarios

			Enfoque centrado en el usuario	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Enfoque centrado en el usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,546**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	175	175
Satisfacción de los usuarios	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,546**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	175	175

** . La correlación es demostrativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como se demuestra en el esquema 14 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r=0.546$, con una $p=0.000$ ($p<0.05$) con lo cual predomina la hipótesis alternativa y niega la hipótesis nula. Por lo cual se evidencia estadísticamente que existe una relación entre el enfoque centrado en el usuario y la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.

Se puede considerar que el coeficiente de correlación es de una dimencion adecuada.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Los derivaciones estadísticas muestran una presencia de relación significativa entre la gestión de calidad de la atención y el bienestar de los usuarios de Microred Salud Viru, 2022, ya que el valor de vuelta en la correlación de Spearman es de 0,682, lo que subraya una buena relación entre las variables de estudio. Según el estudio de Berrospi (2021), concluyó que existe una hipótesis general de que existe una correlación positiva muy alta y significativa entre la gestión de la calidad y el desempeño organizacional en el hospital de baja complejidad Vitarte 2021 ($r_s = 0,941$, $p\text{-valor} < 0,05$).

Entre las variables asimiladas se ha realizado un trabajo estadístico de dimensiones variables, donde también se puede observar que en la primera dimensión, debido a la correlación de Spearman, también existe una correlación significativa entre la eficiencia y la satisfacción entre los usuarios de Microred Salud Viru. , 2022 Un valor de retorno de 0730 indica que la asociación es buena. Según el estudio de Gregor (2020), concluyó que las calificaciones de confiabilidad eran inaceptables porque la atención se centraba en el cumplimiento de los horarios internos y no en la satisfacción del cliente, lo que resultaba en la percepción del personal del centro de salud por parte de los pacientes y la comunidad de usuarios. interesados en sus necesidades.

En la segunda dimensión también se puede observar presenta una correlación eficaz entre la efectividad y satisfacción de los clientes de Microred Salud Viru, 2022, ya que el costo de retorno de la correlación de Spearman es de 0.668, lo que representa una muy buena correlación. Según un estudio de Zarzos (2020), que concluyó que la mayoría relativa de los representantes (60% entre 31 y 50 años) son varones, de los cuales el 57,1% son varones. Esto significa que los representantes tienen edad suficiente para dirigir la empresa, tengan formación universitaria o no universitaria, no importa el género, porque sean mujeres o hombres, si son dueños o gerentes, siempre les va bien,

Utilice herramientas de gestión útiles para ayudar a que su empresa siga creciendo y sea más competitiva en el mercado. (p. 62).

En la tercera dimensión también se pudo visualizar la existencia de una correlación apreciativa entre el enfoque centrado entre el consumidor y la satisfacción del mismo, de Microred Salud Viru, 2022, ya que el valor de reintegro de la correlación de Spearman es 0.546, lo que representa una relación moderada. Según un estudio de Atachagua (2020) se concluyó que la gestión de eficacia de enfermería tiene una correlación altamente positiva con la satisfacción de enfermería con un coeficiente de Pearson de 0,953. Además, el coeficiente de determinación es de 0.908, donde el 90.8% de la satisfacción de los usuarios está influenciada por la gestión de calidad desarrollada por el hospital II-1 Tocache, 2020.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

De las pruebas realizadas podemos concluir:

1. De acuerdo al objetivo general, el propósito de este trabajo es mostrar que existe una buena correlación entre la gestión de la calidad de enfermería y la satisfacción de los usuarios de Microred Salud Viru, 2022. Así lo muestra la correlación de Spearman, que arroja un valor de 0,682, ya que identifica y controla los procesos críticos de una organización.
2. Según el objetivo específico 1: Se demuestra buena reciprocidad entre eficiencia y satisfacción de los usuarios se encontró en la microrred Salud Viru (2022). Esto lo muestra la correlación de Spearman que arroja un valor de 0,730, ya que se puede medir en términos de costo, tiempo, calidad y productividad.
3. Según el objetivo específico 2: Se encontró presencia de una buena similitud entre la satisfacción del usuario y la eficacia de Microred Salud Viru, 2022. Dado que la correlación de Spearman arroja un valor de 0,668, es razonable porque logra los resultados esperados o cumple con los objetivos planteados. .
4. Según el objetivo específico 3: Se localizó un vínculo estable entre el rumbo centrado en el usuario y la satisfacción de los usuarios de Salud Viru Microred, 2022. Como la correlación de Spearman arroja un valor de 0,546, se ha demostrado que satisface las pocas oportunidades, deseos y expectativas de los consumidores.

6.2 Recomendaciones

1. Para mejorar la gestión de la calidad se recomienda implementar los estándares de calidad establecidos en la práctica, lo que supone el desarrollo de procesos eficaces, la identificación y prevención de errores, el crecimiento duradera y el compromiso con la satisfacción del cliente.
2. Se recomienda brindar capacitación sobre la importancia del tiempo de respuesta, el cumplimiento de estándares y la utilización de recursos para aumentar la satisfacción del cliente.
3. Se encomienda a todo el profesional médico y administrativo de la Microred Viru fortalecer la formación de conocimientos acorde a sus circunstancias, brindar a los pacientes una atención integral y un trato humanizado, para que los pacientes puedan estar seguros y demostrar eficiencia y responsabilidad; por lo tanto, se mejorará la eficiencia de las microrredes conectadas.
4. Se recomienda crear indicadores de evaluación orientados al usuario para una comunicación y participación más efectiva de los usuarios en la Microred Viru .

REFERENCIAS

7.1 Fuentes Documental

- Arias, E. (2019). *Plan de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos por el periodo septiembre 2018 – febrero 2019* (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19168/1/T-UCE-0003-CAD-131.pdf>
- Atachagua, C. (2020). *Gestión de calidad de atención y satisfacción de los usuarios del Hospital Tocache II-1, 2020* (Tesis de posgrado). Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50486/Atachagua_MCE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bassil, Y. (2016). *Evaluación de Desempeño de Sistemas Informáticos y de Comunicaciones. Londres, Inglaterra: ISTE Press.*
- Berrospi, M. (2021) *Gestión de la calidad y desempeño organizacional en el Hospital de Baja Complejidad Vitarte, 2021* (Tesis Posgrado) Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recaudado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68692/Berrospi_GM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chávez, R. (2019) *La Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en CINEMARK Huánuco, 2018* (Tesis Pregrado) Universidad Nacional Hermilio Vladizán Medrano, Huánuco – Perú. Recaudado de: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/4546/TAD00648Ch533.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Escalante, G., y Macha, E. (2019). *Conformidad del desempeño enfermero y la complacencia del paciente del servicio de acirugía del Hospital San Juan de Dios de Pisco, en el 2019* (Tesis de posgrado). Universidad Autónoma de Ica, Chincha – Perú. Recuperado de: <http://www.repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/612/1/ES>

[CALANTE%20RAYMONDI%20GLADYS%20-%20EDITH%20NELLY%20MACHA%20SANDOVAL.pdf](#)

Flores, R. (2021). *Gestión administrativa y calidad de servicio en el área de cajachica de la Corte Superior de Justicia del Santa, 2021*. (Tesis de posgrado). Universidad César Vallejo, Perú. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76232/Flores_VRS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García, G. y Huamán, N. (2021). *Implementación de un sistema de gestión de calidad, basado la norma ISO 9001:2015, para mejorar el control de los procesos en una empresa de ensayos no destructivos en el año 2019*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Lima – Perú. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28169/Garc%c3%ada%20Trasmonte%2c%20Grecia%20Gianina%20-%20Huam%c3%a1n%20Huallpa%2c%20Nicasia%20Soledad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gregor, S. (2020). *Satisfacción del Usuario y Eficiencia de la Gestión de Calidad del Servicio del Centro de Salud “Alfonso Oramas González” en Durán* (Tesis de posgrado). Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil – Ecuador. Recuperado de: <http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1114/Satisfacci%c3%b3n%20del%20Usuario%20y%20Eficiencia%20de%20la%20Gesti%c3%b3n%20de%20Calidad%20del%20Servicio%20del%20Centro%20de%20Salud%20%e2%80%9cAlfonso%20Oramas%20Gonz%c3%a1lez%e2%80%9d%20en%20Dur%c3%a1n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

International Organization for Standardization, (2015). ISO 9241-210: Ergonomía de la interacción humano-sistema -- Parte 210: Diseño centrado en el ser humano para sistemas interactivos. Ginebra, Suiza: ISO.

International Organization for Standardization. (2019). ISO 9241-210:2019. Ergonomía de la interacción humano-sistema - Parte 210: Diseño centrado en el ser humano para sistemas interactivos. Ginebra, Suiza: ISO.

ISO/IEC JTC 1. (2019). ISO/IEC 27001:2013. Tecnologías de la Información – Técnicas de Seguridad – Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información – Requisitos. Ginebra, Suiza: ISO/IEC.

- Kaplan, R., y Norton, D. (1996). *El cuadro de mando integral: traducir la estrategia en acción*. Boston, (Prensa de la Escuela de Negocios de Harvard).
- Martínez, J. (2022). *Diseño e implementación de un sistema integrado de gestión de la calidad, competitividad y equipos de alto desempeño en una empresa de bebidas multicanal*. (Tesis de posgrado). Universidad Panamericana. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12552/6587>
- Pabon, M., y Palacio, K. (2020). *Percepción de la calidad de los servicios de salud desde la satisfacción de los usuarios en el Hospital Local de Sitionuevo Magdalena, periodo 2017-2019* (Tesis de posgrado). Universidad de la Costa, Barranquilla – Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/6423/PERCEPCI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD%20DE%20LOS%20SERVICIOS%20DE%20SALUD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paripancca, E. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10164/Paripancca_he.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Pinedo, P. (2019). *La calidad del servicio de agua potable de EMAPA SAN MARTÍN S.A. y su influencia en la satisfacción de los usuarios del sector parte alta del distrito de Morales, periodo enero a junio 2016*. (Tesis de posgrado). Universidad César Vallejo, Perú. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28749/Pinedo_TPN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Saavedra, A. (2018) *Planeación del Sistema de Gestión de la Calidad de la facultad de Ingeniería de la universidad católica de Colombia de acuerdo con los requisitos de la Ntc ISO 9001:2015* (Tesis Pregrado) Universidad Católica de Colombia, Bogotá – Colombia. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/b1748d85-b188-4709-8bd3-9f6d69c5130d/content>

- Sánchez, L. (2019). *Tiempo de espera y satisfacción del usuario de consultorio de pediatría del Hospital Nacional Almanzor Aguinavía Asenjo, Chiclayo-2018*. (Tesis de posgrado). Universidad Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque – Perú. Recuperado de: <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/9662/S%c3%a1nc%20hez%20V%c3%a1squez%20Lilian%20Raquel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valverde, L. (2019). *Influencia del Clima Laboral en la Satisfacción del Cliente. Caso de Estudio Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador* (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra – Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/9048/1/02%20TUR%20109%20OTRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Zarzosa, F. (2020) *La Gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro venta de artículos de abarrotes por mayor y mayor en las tiendas de empresas distribuidoras del Distrito De Huaraz, 2017* (Tesis Pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Chimbote – Perú. Recuperado de: https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/30746/CALIDAD_DE_SERVICIO_ZARZOSA_%20DEXTRE_%20FRANK_%20ADAMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aimacaña, I. (2013). *Procesos de calidad y la Satisfacción de los socios, de la cooperativa de ahorro y crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la ciudad de Latacunga*. (Tesis de pregrado), Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6551/1/111%20MKT.pdf>
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio* (Libro primera edición). Recuperado de: http://www.laq.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf
- Kotler, P., y Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing* (Libro catorceava edición). Recuperado de: <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios* (Libro sexta edición). Recuperado de: <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- American Society for Quality. (2018). *Glosario de términos de gestión de calidad*

7.2 Fuentes bibliográficas

- Bryson, J. (2018). Planificación estratégica para organizaciones públicas y sin fines de lucro: una guía para fortalecer y mantener los logros organizacionales (5.^a ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Grönroos, C. (2007). Gestión de Servicios y Marketing: Gestión de Clientes en la Competencia de Servicios. (Nueva York: John Wiley & Sons.)
- Guffey, M., y Loewy, D. (2015). Fundamentos de la comunicación empresarial (10^a ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Hassenzahl, M. (2010) . Diseño de experiencia: tecnología por todas las razones correctas. San Francisco, CA: Morgan & Claypool Publishers.
- Juran, J. M. (1995). Avance gerencial: un nuevo concepto del trabajo del gerente. (Nueva York: McGraw-Hill).
- Juran, J. M. (1999). Quality Control Handbook. New York, NY: McGraw-Hill.
- Kerzner, H. (2017). Gestión de proyectos: un enfoque de sistemas para la planificación, programación y control (12^a ed.). Hoboken, Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
- Laudon, K. C., y Laudon, J. P. (2019). Sistemas de información de gestión: gestión de la empresa digital (16^a ed.). Upper Saddle River, Nueva Jersey.
- Lazarus, R. (1999). Estrés y emoción: una nueva síntesis. Nueva York: Springer Publishing Company.
- Montgomery, D. C. (2017). Introducción al control estadístico de la calidad (8^a ed.). Hoboken.
- Norman, D. (2013). El diseño de las cosas cotidianas: edición revisada y ampliada. Nueva York, NY: Libros básicos.
- Oliver, R. (2010). Satisfacción: una perspectiva del comportamiento del consumidor (2^a ed.). Nueva York: ME Sharpe.
- Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocios: un manual para visionarios, revolucionarios y desafiantes, Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
- Pallant, J. (2010). Manual de supervivencia de SPSS: una guía paso a paso para el análisis de datos con SPSS (4.^a ed.). Maidenhead, Inglaterra: Open University Press.
- Peppers, D., y Rogers, M. (2016). Gestión de la experiencia y las relaciones con el cliente: un marco estratégico (3.^a ed.), Nueva Jersey: John Wiley & Sons.

- Pyzdek, T., y Keller, P. (2014). *El manual de Six Sigma: una guía completa para cinturones verdes, cinturones negros y gerentes en todos los niveles* (4ª ed.). Nueva York, NY: McGraw-Hill Education.
- Rogers, Y., Sharp, H., y Preece, J. (2011). *Diseño de interacción: más allá de la interacción humano-computadora* (3.ª ed.). Chichester, Inglaterra: John Wiley & Sons.
- Real Academia Española Diccionario de la Lengua Española. Madrid: Espasa Calpe. p. 791. 2000.
- Jiménez Sánchez, J. E., & Hernández García, S. (2002). Marco conceptual de la cadena de suministro: un nuevo enfoque logístico. *Publicación técnica*, (215).
- Vidal Ruales, C. M. (2019). Relación entre la calidad percibida de la atención de enfermería y el bienestar psicológico de pacientes en el servicio de hospitalización del HUSJ de Popayán.
- Indarte, S., & Pazos Gutiérrez, P. (2011). Estándares e interoperabilidad en salud electrónica: Requisitos para una gestión sanitaria efectiva y eficiente.
- Peresson, L. (2007). *Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente*. España: Universidad de Valladolid.
- Ayamamani Condori, H. (2018). Relación entre la expectativa de la calidad de atención y la satisfacción en usuarios externos del servicio de Radiología, Hospital III Regional Honorio Delgado, Arequipa 2017.
- Vargas Silva, A. L., & Hanco Carrión, A. L. (2018). Las brechas de la calidad de servicio al cliente en la Clínica Médicos Asociados Cusco-MAC Slud Cusco, 2018.

7.3 Fuentes hemerográficas

- Ahire, S, Dreyfus, P., y Lotito, G. (2020). Gestión de la calidad: una perspectiva integradora. En D. Z. Zhang y M. M. Tseng, *Manual de Gestión de la Calidad*. Saltador. DOI: 10.1007/978-981-15-5057-9_7
- Argyle, M., y Dean, J. (1965). Contacto visual, distancia y afiliación. *Sociometría*, 28(3), 289-304. DOI: 10.2307/2786037
- Choi, Y., y Lee, S. (2021). Comprender la satisfacción del usuario con las aplicaciones móviles de salud: un marco integrador. *Revista internacional de interacción humano-computadora*, 37(1), 81-94. DOI: 10.1080/10447318.2020.1837811

- Coronado, R. B., y Tapia, J. C. (2014). *Gestión de Calidad Total: Fundamentos, enfoques y aplicaciones*. (Artículo) México: Pearson Educación.
- Drucker, P. (1999). *Desafíos de la gestión para el siglo XXI*. *Revista Harper Business*. Nueva York.
- Fornell, C., Mithas, S., Morgeson, F., y Krishnan, M. (2022). Satisfacción del cliente y precios de las acciones: métricas de clientes de alto y bajo nivel. *Revista de investigación de mercados*, 59(1), 108-125. DOI: 10.1177/00222437211063346
- Grönroos, C. (1982). Una teoría aplicada del marketing de servicios. *Revista europea de marketing*, 16(7), 30-41. DOI: 10.1108/EUM0000000004784
- Kumar, K., y Hillegersberg, J. V. (2000). ERP Experiencias y Evolución. (Revista) Comunicaciones de la ACM.
- Kumar, P., & Chandrasekaran, M. (2019). Prácticas de gestión de calidad y rendimiento: un estudio de las organizaciones de fabricación indias. *revisión de negocios globales*, 20(1), 70-89. DOI: 10.1177/0972150918775101
- Lado R., Rodeiro D., y García, I. (2018). Competencias del personal y calidad del servicio en el sector turístico. 41, 23-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1985). Un modelo conceptual de la calidad del servicio y sus implicaciones para futuras investigaciones. (*revista de marketing*), 49(4), 41-50. DOI: 10.1177/002224298504900403
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1988). SERVQUAL: una escala de elementos múltiples para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio. (*Revista de venta minorista*).
- Scherer, K. (2005). ¿Qué son las emociones? ¿Y cómo se pueden medir? *información de ciencias sociales*, 44(4), 695-729. DOI: 10.1177/0539018405058216

- Zeithaml, V., Berry, L., y Parasuraman, A. (1993). La naturaleza y los determinantes de las expectativas de servicio del cliente. (Revista) *Academia de Ciencias del Marketing*, 21(1), 1-12. DOI: 10.1177/0092070393211001
- Gómez, J. (2014). Niveles de satisfacción del cliente: Insatisfacción, Satisfacción y Complacencia. (Revista). *Gestión de Clientes*, 10(3), 45-60.
- Amado, S. (2009). La insatisfacción como resultado del desempeño percibido del producto por debajo de las expectativas del cliente. (Revista), *Revista de Marketing*, 13(2), 45-60.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2003). *Principios de marketing* (9ª ed.). Pearson Educación.
- Córdoba (2009), *Estadística aplicada a la Investigación*.
- Crosby, P. (1979). *Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain*. McGraw-Hill.
- Kant, I. (1785). *Groundwork of the Metaphysics of Morals*. Cambridge University Press.
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*. Kappa Delta Pi.
- Borgmann, A. (1984). *Technology and the Character of Contemporary Life: A Philosophical Inquiry*. University of Chicago Press.
- Martínez, A. C. (2001). Medición de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico 1. *Estudios de Economía aplicada*, 18(2), 83-104.
- Estrada, S. J. & Arias G. F (2007) *Introducción a la técnica de investigación en ciencias de la administración y del comportamiento*. Biblioteca de Ciencias de la Administración (Versión electrónica) México: Trillas. Recuperado el 16 noviembre del 2016 de: <https://scholar.google.com/citations?user=D7oPy38AAAAJ>

ANEXOS


Anexo 1 Matriz de consistencia

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

Anexo 3. Confiabilidad de Alfa de Cronbach

Anexo 3. Base de datos

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO Y TÉCNICAS
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo la Gestión de calidad de atención se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?</p>	<p>Objetivos General</p> <p>Conocer la gestión de calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La Gestión de calidad de atención se relaciona significativamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p>	<p>(X)</p> <p>GESTIÓN DE CALIDAD</p>	<p>X.1.- Eficiencia</p> <p>X.2.- Efectividad</p> <p>X.3.- Enfoque Centrado en el usuario</p>	<p>X.1.1.- Tiempo de respuesta X.1.2.- Cumplimiento de estándares X.1.3.- Uso de recursos X.1.4.- Tasa de errores</p> <p>X.2.1.- Cumplimiento de objetivos de calidad X.2.2.- Calidad percibida por los usuarios X.2.3.- Reducción de quejas y reclamaciones</p> <p>X.3.1.- Personalización de la atención X.3.2.- Comunicación efectiva X.3.3.- Participación del usuario</p>	<p>Población = 639 Muestra = 175 Método: Científico. Técnicas: Para el acopio de Datos: La observación Encuesta Análisis Documental y Bibliográfica. Instrumentos de recolección de datos: Guía de observación. Guía de entrevista. Cuestionario. Análisis de contenido y Fichas.</p> <p>Para el Procesamiento de datos. Consistenciación, Codificación Tabulación de datos.</p> <p>Técnicas para el análisis e interpretación de datos. Paquete estadístico SPSS 24.0 Estadística descriptiva para cada variable.</p>
<p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cómo la eficiencia se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?</p> <p>¿Cómo la efectividad se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?</p> <p>¿Cómo el enfoque centrado en el usuario se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022?</p>	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>Determinar la eficiencia y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p> <p>Determinar la efectividad y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p> <p>Determinar el enfoque centrado en usuarios y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p>	<p>Hipótesis Específicos:</p> <p>La Eficiencia se relaciona significativamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p> <p>La Efectividad se relaciona significativamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p> <p>El Enfoque centrado en el usuario se relaciona significativamente con la Satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru, 2022.</p>	<p>(Y)</p> <p>SATISFACCIÓN DEL USUARIO</p>	<p>Y.1.- Calidad del Servicio</p> <p>Y.2.- Nivel de Satisfacción</p> <p>Y.3.- Experiencia del Usuario</p>	<p>Y.1.1.- Cumplimiento de expectativas Y.1.2.- Competencia del personal Y.1.3.- Fiabilidad del servicio</p> <p>Y.2.1.- Insatisfacción Y.2.2.- Satisfacción Y.2.3.- Complacencia</p> <p>Y.3.1.- Interacción y trato Y.3.2.- Impacto emocional</p>	<p>Para presentación de datos Cuadros, gráficos y figuras estadísticas. Para el informe final: Tipo de Investigación: Básica</p> <p>Diseño de Investigación Esquema propuesto por la EPG. UNJFSC. Nivel Correlacional Transeccional.</p>  <pre> graph LR M --> X M --> r M --> Y </pre>

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

“Cuestionario para conocer la Gestión de calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru 2022”

Estimado colaborador esperamos tu colaboración respondiendo con responsabilidad y honestidad, el presente cuestionario. Se agradece no dejar ninguna pregunta sin contestar.

El objetivo es recopilar información, para conocer la Gestión de calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Microred Salud Viru 2022.

Instrucciones: Lea cuidadosamente las preguntas y marque con un aspa (x) la escala que crea conveniente.”

Escala valorativa

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

Gestión de calidad (X)						
Nº	X.1. Eficiencia	N.	C.N	A.	C.S.	S.
01	¿Con qué frecuencia has experimentado un tiempo de respuesta adecuado por parte de nuestro Microred Salud Viru?					
02	¿Con qué frecuencia hemos cumplido con los estándares de calidad establecidos?					
03	¿Con qué frecuencia consideras que se hace un uso eficiente de los recursos en nuestra Microred Salud Viru?					
04	¿Con qué frecuencia has experimentado errores o fallas en nuestra Microred Salud Viru?					
	X.2. Efectividad	N.	C.N	A.	C.S.	S.
05	¿Con qué frecuencia hemos cumplido con los objetivos de calidad establecidos?					

06	¿Con qué frecuencia percibes una alta calidad en nuestra Microred Salud Viru?					
07	¿Con qué frecuencia has notado una reducción en las quejas y reclamaciones relacionadas con nuestra Microred Salud Viru?					
	X.3. Enfoque Centrado en el usuario	N.	C.N	A.	C.S.	S.
08	¿Con qué frecuencia has experimentado una atención personalizada por parte de nuestro equipo de Microred Salud Viru?					
09	¿Con qué frecuencia has percibido una comunicación efectiva en nuestras interacciones de la Microred Salud Viru?					
10	¿Con qué frecuencia has tenido la oportunidad de participar y contribuir en decisiones relacionadas con nuestra Microred Salud Viru?					
Satisfacción del usuario (Y)						
	Y.1. Calidad del Servicio	N.	C.N	A.	C.S.	S.
11	¿Con qué frecuencia hemos cumplido con tus expectativas en relación con nuestra Microred Salud Viru?					
12	¿Con qué frecuencia percibes un alto nivel de competencia en nuestro personal?					
13	¿Con qué frecuencia consideras que nuestro servicio es confiable y consistente?					
	Y.2. Nivel de Satisfacción	N.	C.N	A.	C.S.	S.
14	¿Con qué frecuencia has experimentado insatisfacción con nuestra Microred Salud Viru?					
15	¿Con qué frecuencia te sientes satisfecho/a con la calidad de nuestra Microred Salud Viru?					
16	¿Con qué frecuencia percibes una actitud complaciente por parte de nuestro personal?					
	Y.3. Experiencia del Usuario	N.	C.N	A.	C.S.	S.
17	¿Con qué frecuencia has experimentado una buena interacción y trato por parte de nuestro personal?					
18	¿Con qué frecuencia nuestra Microred Salud Viru ha tenido un impacto emocional positivo en ti?					

Anexo 3. Confiabilidad de Alfa de Cronbach

CONFIABILIDAD

FORMULACIÓN

El alfa de Cronbach no deja de ser una media ponderada de las correlaciones entre las variables (o ítems) que forman parte de la escala. Puede calcularse de dos formas: a partir de las varianzas o de las correlaciones de los ítems. Hay que advertir que ambas fórmulas son versiones de esta y que pueden deducirse la una de la otra.

A partir de las varianzas

A partir de las varianzas, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right],$$

donde

- S_i^2 es la varianza del ítem i ,
- S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y
- K es el número de preguntas o ítems.

A partir de las correlaciones entre los ítems

A partir de las correlaciones entre los ítems, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \frac{np}{1 + p(n-1)},$$

donde

- n es el número de ítems y
- p es el promedio de las correlaciones lineales entre cada uno de los ítems.

Midiendo los ítems del cuestionario

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,879	18

Anexo 4. Base de datos

N	Gestión de calidad de atención																	
	Eficiencia					Efectividad					Enfoque Centrado en el usuario					ST1	X	
	1	2	3	4	S1	D1	5	6	7	S2	D2	8	9	10	S3			D3
1	2	3	1	4	10	Bajo	3	2	4	9	Medio	1	5	3	9	Medio	28	Medio
2	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
3	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	5	1	2	8	Medio	27	Medio
4	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
5	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
6	1	3	3	5	12	Medio	3	3	5	11	Medio	3	5	3	11	Medio	34	Medio
7	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
8	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
9	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
10	5	3	5	3	16	Medio	3	2	3	8	Medio	5	3	3	11	Medio	35	Medio
11	2	2	3	1	8	Bajo	2	3	1	6	Bajo	3	1	2	6	Bajo	20	Bajo
12	3	3	1	2	9	Bajo	3	1	2	6	Bajo	1	2	3	6	Bajo	21	Bajo
13	3	4	2	2	11	Medio	4	2	2	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	25	Medio
14	4	2	3	2	11	Medio	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	24	Bajo
15	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	10	Medio	4	3	3	10	Medio	32	Medio
16	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
17	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	7	Bajo	3	5	4	12	Alto	29	Medio
18	4	1	2	3	10	Bajo	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	24	Bajo
19	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	2	7	Bajo	25	Medio
20	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
21	2	3	3	2	10	Bajo	3	3	2	8	Medio	3	2	5	10	Medio	28	Medio

22	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	1	4	3	8	Medio	37	Medio
23	2	3	1	3	9	Bajo	3	1	3	7	Bajo	2	2	4	8	Medio	24	Bajo
24	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	3	8	Medio	26	Medio
25	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
26	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	5	1	2	8	Medio	27	Medio
27	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
28	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
29	1	3	3	5	12	Medio	3	2	2	7	Bajo	3	5	3	11	Medio	30	Medio
30	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
31	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
32	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
33	5	3	5	3	16	Medio	3	5	3	11	Medio	5	3	3	11	Medio	38	Medio
34	2	2	3	1	8	Bajo	2	3	1	6	Bajo	3	1	2	6	Bajo	20	Bajo
35	3	3	1	2	9	Bajo	3	1	2	6	Bajo	1	2	3	6	Bajo	21	Bajo
36	3	4	2	2	11	Medio	4	2	2	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	25	Medio
37	4	2	3	2	11	Medio	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	24	Bajo
38	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	10	Medio	1	3	3	7	Bajo	29	Medio
39	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
40	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	7	Bajo	3	2	4	9	Medio	26	Medio

41	4	1	2	3	10	Bajo	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	24	Bajo
42	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	2	7	Bajo	25	Medio
43	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
44	2	3	3	2	10	Bajo	3	3	2	8	Medio	3	2	5	10	Medio	28	Medio
45	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	1	4	3	8	Medio	37	Medio
46	2	3	1	3	9	Bajo	3	1	3	7	Bajo	2	2	4	8	Medio	24	Bajo
47	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
48	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
49	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	3	8	Medio	26	Medio
50	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
51	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	1	1	2	4	Bajo	23	Bajo
52	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
53	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
54	1	3	3	5	12	Medio	3	3	5	11	Medio	3	5	3	11	Medio	34	Medio
55	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
56	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
57	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
58	5	3	5	3	16	Medio	3	5	3	11	Medio	5	3	3	11	Medio	38	Medio
59	2	2	3	1	8	Bajo	2	3	1	6	Bajo	3	1	2	6	Bajo	20	Bajo
60	3	3	1	2	9	Bajo	3	1	2	6	Bajo	1	2	3	6	Bajo	21	Bajo
61	3	4	2	2	11	Medio	4	2	2	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	25	Medio
62	4	2	3	2	11	Medio	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	24	Bajo
63	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	10	Medio	4	3	3	10	Medio	32	Medio
64	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto

65	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	23	Bajo
66	4	1	2	3	10	Bajo	1	2	3	6	Bajo	3	4	5	12	Alto	28	Medio
67	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	2	7	Bajo	25	Medio
68	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
69	2	3	3	2	10	Bajo	3	3	2	8	Medio	3	2	5	10	Medio	28	Medio
70	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	1	4	3	8	Medio	37	Medio
71	2	3	1	3	9	Bajo	3	1	3	7	Bajo	2	2	4	8	Medio	24	Bajo
72	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	3	8	Medio	26	Medio
73	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
74	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	5	1	2	8	Medio	27	Medio
75	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
76	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
77	1	3	3	5	12	Medio	3	3	5	11	Medio	3	5	3	11	Medio	34	Medio
78	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
79	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
80	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
81	5	3	5	3	16	Medio	3	5	3	11	Medio	5	3	3	11	Medio	38	Medio
82	2	2	3	1	8	Bajo	2	3	1	6	Bajo	3	1	2	6	Bajo	20	Bajo
83	3	3	1	2	9	Bajo	3	1	2	6	Bajo	1	2	3	6	Bajo	21	Bajo
84	3	4	2	2	11	Medio	4	2	2	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	25	Medio
85	4	2	3	2	11	Medio	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	24	Bajo
86	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	10	Medio	4	3	3	10	Medio	32	Medio

87	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
88	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	7	Bajo	3	2	4	9	Medio	26	Medio
89	4	1	2	3	10	Bajo	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	24	Bajo
90	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	2	7	Bajo	25	Medio
91	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
92	2	3	3	2	10	Bajo	3	3	2	8	Medio	3	2	5	10	Medio	28	Medio
93	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	1	4	3	8	Medio	37	Medio
94	2	3	1	3	9	Bajo	3	1	3	7	Bajo	2	2	4	8	Medio	24	Bajo
95	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
96	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
97	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	3	8	Medio	26	Medio
98	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
99	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	5	1	2	8	Medio	27	Medio
100	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
101	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
102	1	3	3	5	12	Medio	3	3	5	11	Medio	3	5	3	11	Medio	34	Medio
103	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
104	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
105	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
106	5	3	5	3	16	Medio	3	5	3	11	Medio	5	3	3	11	Medio	38	Medio
107	2	2	3	1	8	Bajo	2	3	1	6	Bajo	3	1	2	6	Bajo	20	Bajo
108	3	3	1	2	9	Bajo	3	1	2	6	Bajo	1	2	3	6	Bajo	21	Bajo
109	3	4	2	2	11	Medio	4	2	2	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	25	Medio
110	4	2	3	2	11	Medio	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	24	Bajo
111	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	10	Medio	4	3	3	10	Medio	32	Medio

112	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
113	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	7	Bajo	3	2	4	9	Medio	26	Medio
114	4	1	2	3	10	Bajo	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	24	Bajo
115	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	2	7	Bajo	25	Medio
116	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
117	2	3	3	2	10	Bajo	3	3	2	8	Medio	3	2	5	10	Medio	28	Medio
118	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	1	4	3	8	Medio	37	Medio
119	2	3	1	3	9	Bajo	3	1	3	7	Bajo	2	2	4	8	Medio	24	Bajo
120	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	3	8	Medio	26	Medio
121	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
122	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	5	1	2	8	Medio	27	Medio
123	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
124	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
125	1	3	3	5	12	Medio	3	3	5	11	Medio	3	5	3	11	Medio	34	Medio
126	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
127	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
128	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
129	5	3	5	3	16	Medio	3	5	3	11	Medio	5	3	3	11	Medio	38	Medio
130	2	2	3	1	8	Bajo	2	3	1	6	Bajo	3	1	2	6	Bajo	20	Bajo
131	3	3	1	2	9	Bajo	3	1	2	6	Bajo	1	2	3	6	Bajo	21	Bajo
132	3	4	2	2	11	Medio	4	2	2	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	25	Medio
133	4	2	3	2	11	Medio	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	24	Bajo

134	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	10	Medio	4	3	3	10	Medio	32	Medio
135	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
136	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	7	Bajo	3	2	4	9	Medio	26	Medio
137	4	1	2	3	10	Bajo	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	24	Bajo
138	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	2	7	Bajo	25	Medio
139	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
140	2	3	3	2	10	Bajo	3	3	2	8	Medio	3	2	5	10	Medio	28	Medio
141	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	1	4	3	8	Medio	37	Medio
142	2	3	1	3	9	Bajo	3	1	3	7	Bajo	2	2	4	8	Medio	24	Bajo
143	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
144	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
145	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	3	8	Medio	26	Medio
146	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
147	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	5	1	2	8	Medio	27	Medio
148	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
149	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
150	1	3	3	5	12	Medio	3	3	5	11	Medio	3	5	3	11	Medio	34	Medio
151	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
152	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio
153	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
154	5	3	5	3	16	Medio	3	5	3	11	Medio	5	3	3	11	Medio	38	Medio
155	2	2	3	1	8	Bajo	2	3	1	6	Bajo	3	1	2	6	Bajo	20	Bajo
156	3	3	1	2	9	Bajo	3	1	2	6	Bajo	1	2	3	6	Bajo	21	Bajo

157	3	4	2	2	11	Medio	4	2	2	8	Medio	2	2	2	6	Bajo	25	Medio
158	4	2	3	2	11	Medio	2	3	2	7	Bajo	3	2	1	6	Bajo	24	Bajo
159	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	10	Medio	4	3	3	10	Medio	32	Medio
160	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
161	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	7	Bajo	3	2	4	9	Medio	26	Medio
162	4	1	2	3	10	Bajo	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	24	Bajo
163	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	2	7	Bajo	25	Medio
164	3	1	2	2	8	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	2	6	Bajo	19	Bajo
165	2	3	3	2	10	Bajo	3	3	2	8	Medio	3	2	5	10	Medio	28	Medio
166	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	1	4	3	8	Medio	37	Medio
167	2	3	1	3	9	Bajo	3	1	3	7	Bajo	2	2	4	8	Medio	24	Bajo
168	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	4	8	Medio	1	4	3	8	Medio	26	Medio
169	2	1	2	2	7	Bajo	1	2	2	5	Bajo	2	2	4	8	Medio	20	Bajo
170	3	2	5	1	11	Medio	2	5	1	8	Medio	5	1	2	8	Medio	27	Medio
171	5	2	5	5	17	Alto	2	5	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	44	Alto
172	2	4	2	3	11	Medio	4	2	3	9	Medio	2	3	2	7	Bajo	27	Medio
173	1	3	3	5	12	Medio	3	3	5	11	Medio	3	5	3	11	Medio	34	Medio
174	3	2	1	2	8	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	2	3	6	Bajo	19	Bajo
175	4	2	3	4	13	Medio	2	3	4	9	Medio	3	4	5	12	Alto	34	Medio

N	Satisfacción de los usuarios															
	Calidad del Servicio					Nivel de Satisfacción					Experiencia del Usuario				ST2	Y
	11	12	13	S1	D1	14	15	16	S2	D2	17	18	S3	D3		
1	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
2	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
3	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
4	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
5	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio
6	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio
7	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
8	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
9	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	3	5	Bajo	16	Bajo
10	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	5	5	10	Alto	27	Medio
11	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	5	2	7	Medio	20	Medio
12	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	4	5	9	Alto	23	Medio
13	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	3	2	5	Bajo	19	Bajo
14	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	5	9	Alto	24	Medio
15	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	5	2	7	Medio	25	Medio
16	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	9	Alto	39	Alto
17	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	4	2	6	Medio	22	Medio
18	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	3	5	Bajo	20	Medio
19	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	5	3	8	Medio	25	Medio
20	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	5	7	Medio	18	Bajo
21	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
21	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
22	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
23	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
24	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
25	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
26	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
27	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
28	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio
29	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio
30	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
31	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
32	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	3	5	Bajo	16	Bajo
33	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	5	5	10	Alto	27	Medio
34	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	5	2	7	Medio	20	Medio
35	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	4	5	9	Alto	23	Medio
36	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	3	2	5	Bajo	19	Bajo

37	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	5	9	Alto	24	Medio
38	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	5	2	7	Medio	25	Medio
39	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	9	Alto	39	Alto
40	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	4	2	6	Medio	22	Medio
41	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	3	5	Bajo	20	Medio
42	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	5	3	8	Medio	25	Medio
43	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	5	7	Medio	18	Bajo
44	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
45	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
46	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
47	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
48	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
49	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
50	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
51	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
52	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
53	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio
54	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio
55	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
56	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
57	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	3	5	Bajo	16	Bajo
58	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	5	5	10	Alto	27	Medio
59	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	5	2	7	Medio	20	Medio
60	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	4	5	9	Alto	23	Medio
61	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	3	2	5	Bajo	19	Bajo

62	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	5	9	Alto	24	Medio
63	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	5	2	7	Medio	25	Medio
64	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	9	Alto	39	Alto
65	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	4	2	6	Medio	22	Medio
66	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	3	5	Bajo	20	Medio
67	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	5	3	8	Medio	25	Medio
68	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	5	7	Medio	18	Bajo
69	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
70	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
71	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
72	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
73	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
74	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
75	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
76	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio
77	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio

78	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
79	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
80	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	3	5	Bajo	16	Bajo
81	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	5	5	10	Alto	27	Medio
82	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	5	2	7	Medio	20	Medio
83	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	4	5	9	Alto	23	Medio
84	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	3	2	5	Bajo	19	Bajo
85	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	5	9	Alto	24	Medio
86	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	5	2	7	Medio	25	Medio
87	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	9	Alto	39	Alto
88	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	4	2	6	Medio	22	Medio
89	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	3	5	Bajo	20	Medio
90	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	5	3	8	Medio	25	Medio
91	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	5	7	Medio	18	Bajo
92	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
93	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
94	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
95	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
96	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
97	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
98	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
99	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
100	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
101	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio

102	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio
103	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
104	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
105	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	3	5	Bajo	16	Bajo
106	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	5	5	10	Alto	27	Medio
107	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	5	2	7	Medio	20	Medio
108	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	4	5	9	Alto	23	Medio
109	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	3	2	5	Bajo	19	Bajo
110	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	5	9	Alto	24	Medio
111	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	5	2	7	Medio	25	Medio
112	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	9	Alto	39	Alto
113	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	4	2	6	Medio	22	Medio
114	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	3	5	Bajo	20	Medio
115	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	5	3	8	Medio	25	Medio
116	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	5	7	Medio	18	Bajo
117	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
118	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
119	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
120	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio

121	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
122	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
123	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
124	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio
125	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio
126	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
127	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
128	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	3	5	Bajo	16	Bajo
129	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	5	5	10	Alto	27	Medio
130	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	5	2	7	Medio	20	Medio
131	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	4	5	9	Alto	23	Medio
132	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	3	2	5	Bajo	19	Bajo
133	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	5	9	Alto	24	Medio
134	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	5	2	7	Medio	25	Medio
135	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	9	Alto	39	Alto
136	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	4	2	6	Medio	22	Medio
137	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	3	5	Bajo	20	Medio
138	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	5	3	8	Medio	25	Medio
139	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	5	7	Medio	18	Bajo
140	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
141	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
142	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
143	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
144	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto

145	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
146	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
147	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
148	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
149	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio
150	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio
151	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
152	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto
153	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	3	5	Bajo	16	Bajo
154	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	5	5	10	Alto	27	Medio
155	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	5	2	7	Medio	20	Medio
156	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	4	5	9	Alto	23	Medio
157	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	3	2	5	Bajo	19	Bajo
158	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	5	9	Alto	24	Medio
159	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	5	2	7	Medio	25	Medio
160	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	9	Alto	39	Alto
161	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	4	2	6	Medio	22	Medio

162	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	3	5	Bajo	20	Medio
163	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	5	3	8	Medio	25	Medio
164	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	5	7	Medio	18	Bajo
165	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	1	2	3	Bajo	22	Medio
166	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
167	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
168	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	4	1	5	Bajo	21	Medio
169	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	3	4	Bajo	15	Bajo
170	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	5	3	8	Medio	24	Medio
171	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	2	6	Medio	36	Alto
172	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	4	4	8	Medio	23	Medio
173	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	2	2	4	Bajo	24	Medio
174	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	5	4	9	Alto	23	Medio
175	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	5	3	8	Medio	31	Alto

[Indique los nombres y apellidos completos del asesor o director]
ASESOR

[Indique los nombres y apellidos completos del presidente]
PRESIDENTE

[Indique los nombres y apellidos completos del secretario]
SECRETARIO

[Indique los nombres y apellidos completos del primer vocal]
VOCAL

[Indique los nombres y apellidos completos del segundo vocal]
VOCAL

[Indique los nombres y apellidos completos del tercer vocal]
VOCAL