

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS, CON MENCIÓN EN GESTIÓN PÚBLICA



TESIS

**“La calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco
Marca – EsSalud, 2025”**

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CON MENCIÓN EN GESTIÓN
PÚBLICA

AUTORES: Rojas Barrueta, Vil Klinton
Tapia Dávila, Adriana Allie

ASESORA: Carbajal Álvarez, Magaly Haydee

HUÁNUCO – PERÚ
2026

U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión Administrativa
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Ciencias Políticas

Disciplina: Administración pública

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Maestro(a) en ciencias administrativas, con mención en gestión pública

Código del Programa: P32

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

D

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 75382638

Documento Nacional de Identidad (DNI): 73006784

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 09872196

Grado/Título: Doctora en medio ambiente y desarrollo sostenible

Código ORCID: 0000-0002-9489-3588

DATOS DE LOS JURADOS:

H

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Anibal Rivero, Rafael Antonio	Doctor en gestión empresarial	41693326	0000-0003-1423-2737
2	Huerto Orizano, Diana	Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	40530605	0000-0003-1634-6674
3	Martel Fretell, Brand Harrys	Maestro en gestión y negocios, con mención en gestión de proyectos	43255620	0000-0002-5369-9073



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

Escuela de Post Grado

Facultad de Ciencias Empresariales

**ACTA DE SUSTENTACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE
MAESTRA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las 09:00 horas del día 20 del mes de marzo del año 2026, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales "San Juan Pablo II" (Aula 207-P5), en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados de Maestría y Doctorado de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador integrado por los docentes:

- Dr. Rafael Antonio ANIBAL RIVERO (Presidente)
- Mtra. Diana HUERTO ORIZANO (Secretaria)
- Mtro. Brand Harrys Martel Fretell (Vocal)

Nombrados mediante Resolución N°061-2026-D-EPG-UDH, para evaluar la sustentación de la tesis intitulada "LA CALIDAD DE SERVICIO AL USUARIO EN EL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA – ESSALUD, 2025" presentado por la graduanda Tapia Davila, Adriana Allie; para optar el Grado Académico de Maestra en Ciencias Administrativas, con Mención en Gestión Pública.

Dicho acto de sustentación, se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola APROBADA por UNANIMIDAD con el calificativo cuantitativo de 16 (Dieciséis) y cualitativo de BUENO.

Siendo las 10:05 horas del día 20 del mes de Marzo del año 2026, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

PRESIDENTE

Dr. Rafael Antonio Anibal Rivero
Código Orcid. 0000-0003-1423-2737
DNI. 41693326

SECRETARIA

Mtra. Diana Huerto Orizano
Código Orcid. 0000-0003-1634-6674
DNI: 40530605

VOCAL

Mtro. Brand Harrys Martel Fretell
Código Orcid. 0009-0002-5369-9073
DNI 43255620



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

Escuela de Post Grado

Facultad de Ciencias Empresariales

**ACTA DE SUSTENTACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE
MAESTRO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las 09:00 horas del día 20 del mes de marzo del año 2026, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales "San Juan Pablo II" (Aula 207-P5), en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados de Maestría y Doctorado de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador integrado por los docentes:

- Dr. Rafael Antonio ANIBAL RIVERO (Presidente)
- Mtra. Diana HUERTO ORIZANO (Secretaria)
- Mtro. Brand Harrys Martel Fretell (Vocal)

Nombrados mediante Resolución N°061-2026-D-EPG-UDH, para evaluar la sustentación de la tesis intitulada "LA CALIDAD DE SERVICIO AL USUARIO EN EL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA – ESSALUD, 2025" presentado por el graduando Rojas Barrueta, Vil Klinton; para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias Administrativas, con Mención en Gestión Pública.

Dicho acto de sustentación, se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo APROBADO por UNANIMIDAD con el calificativo cuantitativo de 16 (Dieciséis) y cualitativo de BUENO.

Siendo las 10:05 horas del día 20 del mes de Marzo del año 2026, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

PRESIDENTE

Dr. Rafael Antonio Anibal Rivero
Código Orcid: 0000-0003-1423-2737
DNI: 41693326

SECRETARIA

Mtra. Diana Huerto Orizano
Código Orcid: 0000-0003-1634-6674
DNI: 40530605

VOCAL

Mtro. Brand Harrys Martel Fretell
Código Orcid: 0009-0002-5369-9073
DNI: 43255620



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación de los estudiantes: VIL KLINTON ROJAS BARRUETA Y ADRIANA ALLIE TAPIA DAVILA, de la investigación titulada "LA CALIDAD DE SERVICIO AL USUARIO EN EL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA - ESSALUD, 2025", con asesor(a) MAGALY HAYDEE CARBAJAL ÁLVAREZ, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 037-2025-D-EPG-UDH del P. A. de MAESTRÍA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CON MENCIÓN EN GESTIÓN PÚBLICA.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 11 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud de los interesados para los fines que estimen conveniente.

Huánuco, 21 de noviembre de 2025



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

INFORME DE ORIGINALIDAD

11 %	11 %	8 %	4 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	3 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
4	Submitted to unipacifico Trabajo del estudiante	<1 %
5	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
6	scholarcommons.usf.edu Fuente de Internet	<1 %
7	repositorio.unamba.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis padres y a mi hermano, por ser mi fortaleza en los momentos más difíciles y por ser mi guía y luz cuando me sentía perdida, por su amor infinito y ser mi inspiración para seguir adelante en cada etapa de mi vida. Dedicado a Dios, por permitirme poder culminar esta nueva etapa, por darme sabiduría, fuerza y aliento para superar cada obstáculo que se presentaba en mi vida. Tapia Davila Adriana Allie

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino, y a mis padres quienes con su paciencia, amor y ejemplos que me enseñaron a perseverar y luchar por mis sueños. También a mi familia, por comprender mi ausencia y por sus palabras de aliento en cada momento.

De manera especial a los docentes por sus enseñanzas, a mi asesora y jurados de investigación por su tiempo, apoyo y sus valiosas observaciones enriquecieron este estudio. Rojas Barrueta, Vil Klinton.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme fortaleza y sabiduría para lograr culminar esta nueva etapa de mi formación académica; a mis padres y hermano por su amor incondicional, sacrificio y constante apoyo en cada decisión de mi vida; a mi enamorado por su comprensión, paciencia y compañía en los momentos más difíciles; a los miembros del jurado quienes con sus conocimientos, observaciones y orientaciones han contribuido al enriquecimiento del presente informe de tesis; y finalmente, a mi colega Vil Klinton Rojas Barrueta, con quien compartí el proceso de la tesis, por su compromiso, colaboración y amistad durante este camino. Tapia Davila Adriana Allie.

Agradezco a Dios, por darme la salud y la fortaleza para el desarrollo de este trabajo de investigación, a mis padres y familia por su amor, apoyo y motivación constante en esta etapa.

De manera especial, expresar mi más sincera gratitud a mi colega Adriana Allie Tapia Dávila, por su dedicación y esfuerzo. Asimismo, agradezco a mi asesora y jurados de investigación por su tiempo, orientación, observaciones que hicieron posible el desarrollo de esta investigación. Rojas Barrueta Vil Klinton.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN	X
CAPÍTULO I.....	12
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	13
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	13
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	14
1.5. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
CAPÍTULO II.....	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.1.1. ANTECEDENTE INTERNACIONAL.....	16
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	16
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	17
2.2. BASES TEÓRICAS	18
2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	23
CAPÍTULO III.....	24
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
3.1.1. ENFOQUE.....	24
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	24
3.1.3. DISEÑO.....	24

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24
3.2.1. POBLACIÓN	24
3.2.2. MUESTRA.....	25
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .	26
3.4.1. TÉCNICA	26
3.4.2. INSTRUMENTO.....	26
3.4. ASPECTOS ÉTICOS.....	27
CAPÍTULO IV.....	28
RESULTADOS.....	28
4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS.....	28
CAPITULO V DISCUSION DE RESULTADOS.....	38
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pacientes del CAP III Amarilis Pillco Marca.....	25
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad	26
Tabla 3 Resultados de la dimensión elementos tangibles.....	28
Tabla 4 Resultados de la dimensión fiabilidad	30
Tabla 5 Resultados de la dimensión capacidad de respuesta.....	32
Tabla 6 Resultados de la dimensión seguridad	34
Tabla 7 Resultados de la dimensión empatía.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Resultados de la dimensión elementos tangibles	28
Figura 2 Resultados de la dimensión fiabilidad	30
Figura 3 Resultados de la dimensión capacidad de respuesta	33
Figura 4 Resultados de la dimensión seguridad	35
Figura 5 Resultados de la dimensión empatía	36

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal conocer cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca – Seguro Social de Salud (EsSalud), 2025. La metodología fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental – transversal; la población estuvo compuesta por 1083 pacientes, utilizándose el tipo de muestra fue probabilística de 284 usuarios mediante muestreo aleatorio simple, con la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario con la escala de medición de Likert.

Los resultados reflejan que la percepción general de la calidad de servicio es positiva, sobresaliendo las dimensiones de seguridad (69.37% de usuarios perciben confianza en los trabajadores) y capacidad de respuesta (63.03% consideran predisposición para brindar ayuda). Asimismo, la fiabilidad obtuvo valoraciones favorables al evidenciarse cumplimiento de lo prometido. No obstante, las dimensiones de empatía (48.30%) y elementos tangibles alcanzaron percepciones moderadas, relacionadas con la necesidad de mayor personalización en la atención, cumplimiento del horario laboral y modernización de equipos tecnológicos.

En conclusión, la calidad de servicio en el CAP III Amarilis Pillco Marca, generalmente es positiva, por los resultados obtenidos en las dimensiones seguridad, fiabilidad y capacidad de respuesta; por otro lado, las dimensiones empatía y elementos tangibles, muestran resultados con oportunidades de mejora, dentro de personalización de atención y cumplimiento del horario laboral. Evidenciando que la institución requiere acciones de estrategias de mejora para garantizar un servicio integral y consistente.

Palabras clave: Calidad, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

ABSTRACT

The main objective of this research was to know what the quality of service to the user is like in the CAP III Amarilis Pillco Marca – Social Health Insurance (SHI), 2025. The methodology applied type, with a quantitative approach, descriptive level, and non-experimental – cross-sectional design. The population consisted of 1083 patients, and a probabilistic sample of 284 users was selected through simple random sampling. The data collection technique was the survey and the instrument was a structured questionnaire with a Likert measurement scale.

The results show that the overall perception of service quality is positive, highlighting the dimensions of safety (69.37% of users perceive trust in the staff) and responsiveness (63.03% consider willingness to provide help). Likewise, reliability obtained favorable evaluations, as the services were found to be delivered correctly and as promised. However, the dimensions of empathy (48.30%) and tangible elements reached moderate perceptions, associated with the need for greater personalization in care, compliance with working hours, and modernization of technological equipment.

In conclusion, the quality of service at CAP III Amarilis Pillco Marca is generally positive, based of the results obtained in the dimensions of safety, reliability, and responsiveness. On the other hand, the dimensions of empathy and tangible elements show opportunities for improvement in terms of personalized care and compliance with working hours, evidencing the need for institutional strategies to ensure comprehensive, consistent and high quality service.

Keywords: Quality, tangibility, reliability, responsiveness, safety and empathy.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la calidad de servicio en las instituciones de salud es un elemento fundamental para garantizar la percepción de los usuarios y fortalecer la confianza en el sistema sanitario. En el caso del Centro de Atención Primaria (CAP) III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, se identificó diferentes percepciones de parte de los usuarios relacionado a la atención recibida, esencialmente en aspectos relacionados con los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Lo que conlleva a analizar en cómo es la calidad de servicio al usuario en dicha institución, con la finalidad de conocer la percepción y satisfacción de pacientes y las áreas que requieren mejoría.

El principal problema de investigación se formuló de la siguiente manera ¿Cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, 2025?, la importancia de este estudio reside en que la calidad de servicio no solo influye en la percepción de los usuarios, sino también en el rendimiento institucional, la continuidad de las atenciones, y la imagen institucional en la región. Por lo que, entender la percepción de los usuarios a los servicios recibidos permitirá plantear estrategias encaminadas a la consolidación de la gestión y mejora continua en la atención.

El objetivo general de la presente investigación fue conocer cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025, mientras tanto los objetivos específicos están centrados en describir y conocer las dimensiones que comprende: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

En cuanto a la metodología de investigación se adoptó un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con un alcance descriptivo y un diseño no experimental – transversal. El presente enfoque nos permitió recopilar y analizar datos de manera rigurosa, utilizando la técnica de encuesta e instrumento de cuestionario, basados en la escala de Likert, siendo la población 1083 pacientes y la muestra aplicada a 284 pacientes del CAP III Amarilis Pillco Marca, las mismas que fueron seleccionados mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple, lo cual garantizó la representación de los resultados.

La investigación está estructurada en cinco capítulos, que abarca desde la identificación del problema y la revisión teórica, hasta el análisis de los resultados, conclusiones y recomendaciones. El Capítulo I: sujeta el planteamiento del problema, en la cual, presenta la descripción del problema, la misma que fue punto de partida para el desarrollo de esta investigación; asimismo, contine objetivos, justificación y viabilidad. El Capítulo II: desarrolla el marco teórico, donde se muestra los antecedentes relevantes, siendo trabajos de investigación que guardan relación con esta investigación; asimismo, contiene las bases teóricas que contienen fundamentos conceptuales de las variables de estudio. El Capítulo III: describe detalladamente la metodología aplicada, lo cual nos ayudó a establecer el camino para responder las interrogantes de la presente investigación, logrando cumplir los objetivos planteados en esta investigación. El Capítulo IV: expone los resultados obtenidos a nivel descriptivo e inferencial. Finalmente, el Capítulo V: discute los hallazgos en relación con el lenguaje existente, lo cual formula conclusiones y recomendaciones para la mejora de la calidad de servicio.

Con la presente investigación, se espera contribuir al entendimiento de las dimensiones críticas que forman la calidad del servicio; por otro lado, los resultados obtenidos servirán como base para optimizar la gestión de los servicios prestados por el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud y otros establecimientos del mismo sector, promoviendo una atención centrada y enfocada en las necesidades y la percepción de los usuarios.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La calidad de servicio en la actualidad no está centrada exclusivamente en un producto, sino que ahora forma parte de todos los integrantes de una institución, debido a que interviene de manera directa e indirectamente para brindar un excelente producto o servicio, por lo que es crucial establecer objetivos y definir las responsabilidades, ya que de esa forma se obtendrá mejores resultados (Mosquera & Martínez, 2005).

La calidad de servicio a nivel general ha experimentado un desarrollo considerable en todo el mundo en los últimos tiempos, siendo así el avance de la administración y la tecnología que viene a ser un plus tanto para las organizaciones públicas y privadas, aún más en el sector salud. Si bien es cierto que en los últimos años se aumentó la demanda de pacientes por distintos factores, como la pandemia de SARS COVID – 19, que dejó secuelas en el organismo humano, haciéndolos vulnerables a distintas enfermedades, haciendo que las personas acudan a un centro de salud exigiendo un servicio de calidad, por ende las instituciones del sector salud se prepara y busca mejorar la calidad de servicio mediante la fiabilidad, seguridad, aspectos tangibles, empatía y la capacidad de respuesta requerida por los usuarios.

Parasuraman et al. (1988) manifiestan que la calidad de servicio es definida como un grado que busca superar las expectativas y satisfacer las necesidades de los usuarios, establecidos por la fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, elementos o aspectos tangibles y seguridad de un servicio brindado.

Por lo que, la calidad de servicio en salud es constituida como un eje muy importante debido a que busca garantizar la satisfacción de los usuarios y la sostenibilidad de todo el sistema de atención.

La satisfacción del usuario es el resultado esperado por un producto o servicio prestado. Kotler y Armstrong (2012) delimita la satisfacción de los usuarios como el grado de disposición emocional de una persona que surge a raíz del desempeño percibido de un producto o servicio según las

expectativas esperadas por el cliente. Quiere decir que la felicidad del usuario es un resultado esperado por las organizaciones, debido a que refleja la satisfacción y mejora la percepción por sus usuarios.

En el distrito de Pillco Marca, el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, ubicado en Jr. Los Alisos Mz. C Lte. 18, se aprecia que es un centro de atención primaria, dedicado a brindar prestaciones de salud, la misma que está compuesto por trabajadores del sector salud dedicados a brindar atención a usuarios del Seguro Social de Salud.

En la actualidad, especialmente en el sector salud, la calidad de servicios se ha convertido en un elemento crucial, ya que juega un papel muy importante en la percepción de los usuarios y el cumplimiento de sus indicadores y estrategias institucionales, a nivel institucional en el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, se ha identificado una serie de desafíos en la calidad de servicio que podrían estar afectando la percepción de los usuarios, siendo como las limitaciones de la infraestructura, la distribución de los recursos humanos, la disponibilidad de medicamentos, que dificulta una mejora sostenible para toda la población asegurada.

Por ende, existe la necesidad de estudiar de manera exhaustiva la calidad de servicio y el impacto dentro de la percepción de los usuarios, con el objetivo de identificar puntos críticos que permitan obtener soluciones para el fortalecimiento de cada servicio brindado y mejorar la percepción de los usuarios del CAP III Amarilis Pillco Marca.

Por lo que, esta investigación tiene la finalidad de conocer, describir y determinar la calidad de servicio del CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, con el objetivo de brindar recomendaciones que ayuden a mejorar la empatía, los elementos tangibles, la capacidad de respuesta, la seguridad y la fiabilidad, con la finalidad de mejorar la percepción y satisfacer las necesidades de los usuarios.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud - 2025?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cómo es la tangibilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025?

¿Cómo es la fiabilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025?

¿Cómo es la capacidad de respuesta en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025?

¿Cómo es la seguridad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025?

¿Cómo es la empatía en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conocer cómo es la tangibilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

Conocer cómo es la fiabilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

Conocer cómo es la capacidad de respuesta en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

Conocer cómo es la seguridad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

Conocer cómo es la empatía en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio se justificó de manera teórica, práctica y metodológica.

Teórica

Habiendo identificado la problemática, la presente investigación se justificó teóricamente buscando describir la calidad de servicio al usuario, con la finalidad de proponer alternativas de mejora en la percepción de los usuarios del CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, aplicando las

dimensiones de la calidad de servicios (fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, aspectos tangibles y seguridad).

Práctica

El presente estudio se justificó en el ámbito práctico porque sus resultados permitieron describir y conocer las principales deficiencias en la calidad del servicio en el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud. A partir de estos hallazgos, se pudo proponer estrategias de mejora que benefició directamente a la institución, optimizando sus procesos y la prestación de servicios. Asimismo, los usuarios se verán favorecidos con una atención más eficiente y satisfactoria, lo que contribuirá a elevar sus niveles de confianza y percepción de calidad. Finalmente, los colaboradores del centro de salud también son beneficiarios, ya que el estudio pudo proporcionar herramientas y lineamientos que facilitan su labor y mejorar su desempeño en la atención a los pacientes.

Metodológica

El presente estudio por su valor metodológico se justificó debido a que se utilizó un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, que buscó describir la variable; asimismo, se aplicó el cuestionario Servperf compuesto por 22 ítems.

1.5. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio de investigación fue factible, debido a que se contó con el compromiso personal y tiempo para el desarrollo del mismo; asimismo, se obtuvo toda información requerida mediante el apoyo de los funcionarios de la institución.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTE INTERNACIONAL

En Cuenca, Pintado y Rojas (2022) en su trabajo de investigación “Análisis de calidad de servicio mediante el modelo SERVPERF en un hospital público en Cuenca”, planteó como objetivo general determinar el nivel de satisfacción del servicio percibido en el hospital público de Cuenca, cuya metodología de investigación fue descriptivo transversal; concluyendo que la tangibilidad debe fortificar el mantenimiento mobiliario y equipo; en la fiabilidad los colaboradores muestran habilidades de ejecución del servicio prometido; en la capacidad de respuesta los colaboradores muestran voluntad y disposición en apoyar al paciente; en la seguridad los colaboradores muestran una buena atención que inspira confianza y credibilidad y finalmente en empatía los colaboradores realizan atenciones personalizadas. Este antecedente orientó a las cinco dimensiones de la presente investigación.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

En Chimbote, Quijano (2023) en su investigación titulada, “Calidad de servicio utilizando el modelo Servperf en los clientes”, planteó como objetivo general determinar el nivel de calidad de servicio utilizando el modelo Servperf en el GYM Zeus, con tipo de investigación aplicada, diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo, concluyendo que la calidad de servicio percibido por los usuarios es bueno, por otro lado concluyó el mayor porcentaje de los usuarios indicaron que la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía fue bueno. Este antecedente orientó a las dimensiones de la variable de investigación.

En Abancay, Rojas (2021) en su investigación titulada “Nivel de calidad de servicio según el modelo servperf en el BN en Abancay”, tiene como objetivo general describir el nivel de calidad de servicio

según el modelo SERVPERF en el BN de Abancay, con tipo de investigación básica, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal, en lo cual, concluyó que la calidad de servicio en el BN de Abancay es medio; por otro lado en el extremo de las dimensiones, se pudo observar que en la tangibilidad los usuarios están satisfechos con las instalaciones, en la seguridad están satisfechos por el cuidado de los intereses del usuario, en la empatía están satisfechos por la cortesía y el horario de atención; sin embargo, en la fiabilidad no están de acuerdo ni en desacuerdo por no cumplir con lo prometido, y en la capacidad de respuesta están muy insatisfechos por el tiempo de espera, y la lentitud en la atención. Este antecedente orientó a las dimensiones del presente estudio.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

En Huánuco, Garay (2022) en su investigación, “Percepción de la calidad del servicio al cliente en el hotel Green Paradise, Huánuco 2022”, planteó como objetivo general, determinar el nivel de la calidad del servicio del Hotel Green Paradise, con el tipo investigación aplicada, de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo, de diseño no experimental, el cual concluyó que la calidad de servicio tiene una conducta positiva en los resultados de su investigación; asimismo, concluyó que las dimensiones (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) tiene una conducta positiva dentro de la investigación. Este antecedente orientó a las dimensiones y la variable del presente estudio.

En Huánuco, Palacios (2022) en su trabajo de investigación “Percepción de calidad de servicio en la empresa "no té, con té", Huánuco 2022”, planteó como objetivo general identificar las principales características de la percepción de la calidad de servicio, teniendo como tipo de investigación aplicada, de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño descriptivo simple, en la cual concluyó que los consumidores valoran los aspectos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía; asimismo, concluyó que obtuvo una percepción positiva de los indicadores de cada dimensión. Este

antecedente orientó a las dimensiones y la variable del presente estudio.

2.2. BASES TEÓRICAS

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

La calidad de servicio hace referencia al grado de efectividad, eficiencia y satisfacción que las instituciones públicas brindan a los ciudadanos, a diferencia de las empresas privadas la calidad de servicio está enfocado en la rentabilidad y competencia, mientras que la calidad de servicio en las instituciones públicas, están enfocadas en el bienestar social, la transparencia, equidad, satisfacción ciudadana, innovación y mejora continua. (Camisón et al., 2006).

Según Cronin y Taylor (como se citó en Luna, 2017) indica que dentro de la percepción del servicio está influenciada por las impresiones que el cliente forma en un momento determinado, es decir, es la forma en como los clientes captan y/o perciben la atención recibida. El modelo SERVPERF plantea cinco dimensiones clave: 1) elementos tangibles, 2) fiabilidad, 3) capacidad de respuesta, 4) seguridad, y 5) empatía.

Dimensión 1: Elementos Tangibles:

Camisón et al. (2006) indican que cuando se habla de los aspectos tangibles, mencionan las apariencias generales, tales como instalaciones físicas, apariencia del personal, calidad de equipos, materiales atractivos y mantenimiento de los equipos.

Indicadores:

a) Equipamiento de apariencia moderna: Como indica Manchay (como se citó en Vásquez y Montenegro, 2022) la modernización en la gestión hospitalaria refiere a una administración integrada, funcional y eficiente, vinculados con los avances científicos y tecnológicos.

b) Apariencia de las instalaciones físicas: De acuerdo con Cantú (como se citó en Hernández et al, 2017) indica que la apariencia de las instalaciones, personal, equipo y materiales son componentes esenciales para la calidad de servicio en cualquier organización.

c) El personal tiene una apariencia profesional y ordenada:

Zeithaml et al. (1993) refieren que la apariencia física y profesional del personal, transmite valores como higiene, profesionalismo y respeto.

d) Los materiales son visualmente atractivos: Zeithaml et al.

(1993) indican que es un elemento esencial, ya que representa los recursos físicos que una organización utiliza para ofrecer sus servicios.

Dimensión 2: Fiabilidad.

Viene a ser un componente esencial dentro de la calidad de servicio, debido a que hace referencia a la capacidad de una empresa para cumplir de manera precisa y sin errores el compromiso con los clientes. Según Camisón et al. (2006) lo definen como la capacidad de cumplir correctamente desde el primer intento, con los compromisos asumidos. Lo que permitirá fortalecer la percepción y confianza de los usuarios.

Indicadores:

a) El servicio es realizado en el tiempo prometido: Consiste en

el cumplimiento de plazos e información oportuna al usuario. Díaz-Hernández et al. (2021) afirman que uno de los errores comunes en atención al cliente es comprometerse con plazos que no se pueden cumplir y más aún no mantener informado al usuario sobre el retraso.

b) Resolución de problemas: Según D' Zurilla (como se citó en

Bados y García, 2014) afirman que es un proceso que involucra aspectos cognitivos, emocionales y conductuales, a través del cual una persona busca encontrar una solución o la forma efectiva de enfrentar un problema

c) El servicio se realiza correctamente desde la primera vez:

Zeithaml y Bitner (como se citó en Hernández et al, 2017) refieren a la habilidad que tiene una empresa de cumplir con el servicio prometido desde un primer momento, asegurando la excelencia en la prestación de sus servicios.

d) El servicio se proporciona cuando se promete: Conforme Gutiérrez (como se citó en Hernández et al, 2017) indica que los clientes se sentirán confiados cuando la entidad cumple con los servicios prometidos, brindando solución a sus problemas.

e) Los registros son precisos y sin errores: Allen (como se citó en Hernández et al, 2017) a los servicios fallidos o poco fiables los usuarios restan la calidad de servicio deseado, por lo que aquellas organizaciones con servicios precisos tienen mayor éxito.

Dimensión 3: Capacidad de Respuesta.

Es otro de los principales componentes para evaluar la calidad de servicio, lo que hace referencia a la disposición en apoyar al usuario, según Camisón et al. (2006) lo definen como la habilidad para brindar la atención al usuario de forma rápida y oportuna. Esto no solo implica velocidad en atención, sino también la voluntad de colaborar activamente.

Indicadores:

a) Predisposición de ayudar: Grande (como se citó en Hernández et al, 2017) indica que los usuarios son exigentes ya que quiere que se les atienda sin tener que esperar; por lo que, los empleados deben tener la disposición y voluntad para ayudar y ofrecer servicios rápidos y satisfactorios a los usuarios.

b) Tiempo de respuesta: De acuerdo con Cantú (como se citó en Hernández et al, 2017) destaca que es voluntad del profesional cooperar y brindar el servicio con prontitud a los usuarios.

c) Rapidez en el servicio: Según Díaz-Hernández et al. (2021) mencionan que está relacionado con la rapidez en la que una organización pueda aclarar las inquietudes del usuario, recepción de pedido, entrega de servicio y resolución de sucesos que se puedan presentar.

d) Disponibilidad para la atención: Hernández et al. (2017) indica que el trabajo en equipo ayuda a reducir el tiempo de

ejecución de las actividades y procesos, logrando brindar una atención oportuna a los usuarios aún en momentos críticos.

Dimensión N°4: Seguridad

Según Camisón et al. (2006) la definen como un componente fundamental dentro de la calidad de servicio y abarca diversos puntos relacionados con la confianza que un usuario pueda percibir, siendo el profesionalismo, como la capacidad del colaborador que desempeña con conocimientos, habilidades y actitudes para una correcta atención; la cortesía, brindar un trato respetuoso, amable y considerado; la credibilidad, veracidad y honestidad al momento de la prestación de servicio y la seguridad relacionada con el abandono de los riesgos.

Indicadores:

- a) Confianza:** Refieren que es la capacidad de cumplir con el servicio prometido de manera precisa y segura (Bustamante et al., 2019).
- b) Seguridad en Tratamiento de Datos:** El Congreso de la República del Perú (CR, 2011) conforme a la Ley N.º 29733 en el artículo 3º indica el ámbito de aplicación, esto incluye a los clientes, ya que cualquier persona natural que proporcione sus datos personales a una entidad, sea pública o privada, está protegida por esta ley.
- c) Trabajadores amables:** El usuario valora un trato cordial y atento por parte del trabajador, se sentirán bien recibido cuando lo saludan con una sonrisa genuina y le hacen sentir que están dispuestos a brindarle la ayuda (Díaz-Hernández et al., 2021).
- d) Conocimiento del Personal:** Según Díaz-Hernández et al. (2021) definen que consiste en que el colaborador cuente con el conocimiento suficiente sobre el producto o servicio que ofrece al usuario, por ende, es importante la experiencia, uno de los principales errores en atención al usuario es que el trabajador no domine la información esencial sobre el producto o servicio que ofrece.

Dimensión 5: Empatía.

Zeithaml et al. (1993) hacen mención que la empatía representa la atención personalizada que ofrece una institución a sus usuarios. Esto refleja en la disposición del colaborador para escuchar, manifestar interés, ponerse en el lugar de usuario y ofrecer soluciones ajustadas a su realidad.

Indicadores:

- a) Atención individualizada al cliente:** Es un servicio que considera las necesidades específicas y preferencias del usuario, un ejemplo claro de atención individualizada se da cuando un producto o servicio es diseñado o ajustado en función de las necesidades individuales del usuario (Díaz-Hernández et al., 2021).
- b) Cumplimiento de horario:** Según El Congreso de la República del Perú (CR, 1996) en el Decreto Legislativo N°854 artículo 6° constituye que el empleador establece el horario de trabajo, entendiéndose el horario de ingreso y salida.
- c) Atención personalizada brindada por el personal:** Consiste en el proceso colaborativo que incluye la evaluación, planificación, coordinación y promoción de alternativas y servicios con el objetivo de cubrir las necesidades de las personas (Poetzsch, 2007).
- d) Preocupación por los intereses del usuario:** Consiste en escuchar con atención y brindar un trato cuidadoso al usuario. El cliente desea sentirse valorado y atendido, por lo que la indiferencia o falta de atención perjudica la empatía (Díaz-Hernández et al., 2021).
- e) Comprensión del cliente:** Consiste en entender quiénes son los clientes y cuáles son sus necesidades, lo que facilitará establecer conexiones con ellos y saber cómo atenderlos adecuadamente (Cámara de Comercio de Valencia, 2011).

2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Operacional	Tipo de Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica e Instrumento
Calidad de Servicio	Se midió a través del instrumento que se tomó en cuenta las dimensiones de la variable Calidad de Servicios; 5 dimensiones y 22 indicadores, de las mismas que se obtuvieron 22 preguntas en escala de Likert.	Cuantitativa	Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento de apariencia moderna. • Apariencia de las instalaciones físicas. • El personal tiene una apariencia profesional y ordenada. • Los materiales son visualmente atractivos. 	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario Servperf (22 ítems)
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • El servicio es realizado en el tiempo prometido. • Resolución de problemas. • El servicio se realiza correctamente desde la primera vez. • El servicio se proporciona cuando se promete. • Los registros son precisos y sin errores. 	
			Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Predisposición de ayudar • Tiempo de respuesta. • Rapidez en el servicio. • Disponibilidad para la atención. 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza. • Seguridad en Tratamiento de Datos. • Trabajadores amables • Conocimiento del Personal. 	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Atención individualizada. • Cumplimiento de horario. • Atención personalizada brindada por el personal. • Preocupación por los intereses del usuario. • Comprensión del cliente. 	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de tipo aplicada, porque se tuvo como propósito describir y diferenciar la problemática que tenemos en la investigación dentro de un contexto teórico (Gallardo, 2017).

3.1.1. ENFOQUE

La investigación fue de enfoque cuantitativo, ya que se midió la variable haciendo uso de la estadística. Por lo que Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) afirman que este enfoque está centrado en la medición exacta de las variables y los datos son obtenidos en números, lo cual nos permite realizar un análisis estadístico.

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

El nivel de investigación fue descriptivo, ya que se detalló e identificó la calidad de atención percibido por los usuarios, permitiendo un análisis claro.

Descriptivo: Tiene como objetivo principal observar y explicar las características de un fenómeno, población o circunstancia específica (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

3.1.3. DISEÑO

El diseño de investigación fue no experimental. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) definen que en el diseño no experimental no modifican deliberadamente ni se manipulan las variables de estudio, es decir, se observa sin intervenir en el proceso, con el fin de recolectar información.

Transversal: Los datos se recopilan en un solo momento y tiempo único, lo que permite describir las características de una población o fenómeno (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018)

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

La población también conocida como universo es el conjunto de hechos, personas y objetos que forman parte de una investigación (Ñaupas et al., 2018). En la presente investigación se utilizó la población finita; asimismo se aplicó el criterio de inclusión y exclusión.

- ❖ Criterios de inclusión: Pacientes atendidos en el CAP III Amarilis Pillco Marca en medicina general periodo junio 2025.
- ❖ Criterios de Exclusión: Pacientes menores de 18 años y pacientes mayores de 60 años.

Aplicando el criterio de inclusión y exclusión, la población estuvo conformada por 1083 pacientes del CAP III Amarilis Pillco Marca.

Tabla 1
Pacientes del CAP III Amarilis Pillco Marca

PACIENTES DEL CAP III AMARILIS PILLCO	
MARCA	CANTIDAD
Pacientes que acuden para su atención al CAP III Amarilis Pillco Marca	1083
TOTAL	1083

Nota. La tabla muestra el número de población.

3.2.2. MUESTRA

La muestra es un subconjunto menor extraído de la población y/o universo seleccionado para aplicar la técnica e instrumento de la investigación. (Hernández et al., 2014)

La muestra de la presente investigación fue probabilística con un muestreo aleatorio simple, conformada por 284 pacientes. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) definen la muestra probabilística es aquella donde todos los elementos de una población tienen igual posibilidad de ser elegidos. Por otro lado, Hernández et al. (2014) indican que el muestreo aleatorio simple son empleados en los diseños transversales, descriptivo y/o correlacional, teniendo como objetivo, evaluar una variable en la población. La selección de la muestra se realizó mediante la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = Población = (1083)
 z = Nivel de confianza = (1,96)
 p = Probabilidad de éxito = (0,5)
 q = Probabilidad de fracaso = (0,5)
 d = Precisión o error máximo = (0.05)

Quedando establecido de la siguiente manera:

$$n = \frac{1083 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (1083 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{1083 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025 \times 1082 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{1083 \times 0.9604}{2.705 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1040.11}{3.6654}$$

$$n = 283.76$$

Haciendo el redondeo $n=284$

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1. TÉCNICA

Se usó la técnica de encuesta, la cual, según Medina et al. (2023) indican que es eficaz para recopilar información de muchas personas en poco tiempo.

3.4.2. INSTRUMENTO

Según Medina et al. (2023) el cuestionario es una herramienta útil que debe constar de preguntas claras y precisas, la cual es ampliamente empleada en la investigación y evaluación. Por su parte, Hernández et al. (2014) explican que la Escala de Likert presenta enunciados donde los participantes eligen entre cinco escalas, cada una con un valor numérico asignado.

Se utilizó el instrumento de cuestionario, el cual estuvo conformado por N°22 preguntas del Modelo Servperf, la cual fue adaptado a los servicios del CAP III Amarilis Pillco Marca 2025, aplicando la Escala de Likert. Las mismas que fueron validados por datos estadísticos de Alfa de Cronbach y juicio de expertos.

Tabla 2
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.922	22

Nota. La tabla muestra resultados de confiabilidad de Alfa de Cronbach.

El coeficiente de Alfa de Cronbach aplicado a las 22 preguntas calculado a través del software SPSS, se obtuvo 0.922 lo que indica que la escala es confiable debido que está próximo a 1.00

3.4. ASPECTOS ÉTICOS

Se realizó en base al Código de Ética en Investigación e Integridad Científica 2025, aprobado mediante Resolución de Consejo Universitario N°896-2024-R-CU-UDH, del 22 de mayo de 2025. En su Capítulo III se establecen los principios éticos de la Universidad de Huánuco, como el respeto por las personas; la justicia; y la responsabilidad (Universidad de Huánuco [UDH], 2025).

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS.

Tabla 3

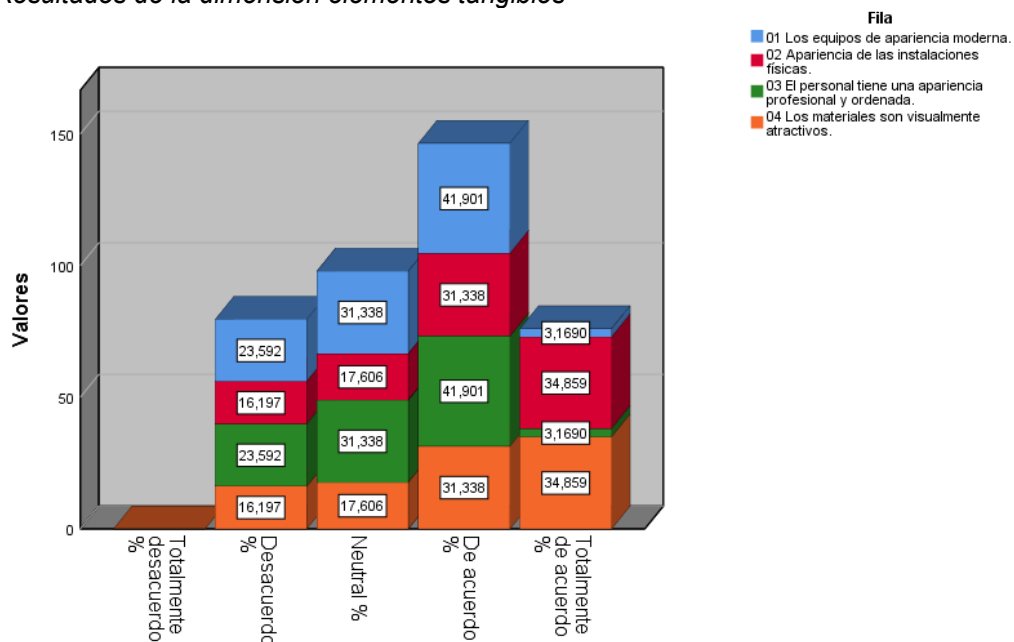
Resultados de la dimensión elementos tangibles

	N = 284									
	Totalmente desacuerdo		Desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
01. Los equipos de apariencia moderna.	0	0,00%	67	23,59%	89	31,34%	119	41,90%	9	3,17%
02. Apariencia de las instalaciones físicas.	0	0,00%	46	16,20%	50	17,61%	89	31,34%	99	34,86%
03. El personal tiene una apariencia profesional y ordenada.	0	0,00%	67	23,59%	89	31,34%	119	41,90%	9	3,17%
04. Los materiales son visualmente atractivos.	0	0,00%	46	16,20%	50	17,61%	89	31,34%	99	34,86%

Nota. La tabla muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Figura 1

Resultados de la dimensión elementos tangibles



Nota. El gráfico muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Análisis e interpretación:

1. En base a los resultados obtenidos, se observa que un 45.07% de usuarios manifiestan estar entre de acuerdo y totalmente de acuerdo con la apariencia moderna de los equipos tecnológicos utilizados en el CAP

III Amarilis Pillco Marca. Este grupo considera que los sistemas empleados cumplen con estándares visuales contemporáneos, lo cual influye en la percepción de calidad y confianza en la atención recibida. No obstante, un 31.34% se mostró neutral, lo que podría interpretarse como una percepción indiferente, tal vez producto de una experiencia limitada con los equipos. Finalmente, un 23.59% expresó desacuerdo, reflejando un grupo de usuarios que considera que los equipos requieren modernización o renovación, por lo que sería pertinente evaluar y reforzar este aspecto tangible del servicio.

2. Los resultados reflejan que un 66.20% de los usuarios valora positivamente la apariencia visual del entorno físico, mobiliario e infraestructura del establecimiento, lo que sugiere que el ambiente físico genera una experiencia confortable y adecuada durante la atención médica. Este resultado refuerza la importancia del componente visual y de orden en el entorno de salud; sin embargo, un 17.61% de usuarios se mostró indiferente (neutral) y un 16.20% en desacuerdo, lo cual pone en evidencia que existe un segmento de la población que no percibe las condiciones físicas como óptimas, y por tanto se sugiere realizar mejoras puntuales o una renovación parcial de los espacios menos valorados.
3. Un 45.07% de los encuestados considera que el personal de salud mantiene una presentación profesional adecuada, lo que contribuye a generar confianza y una percepción positiva del servicio. Este indicador es crucial en la dimensión de tangibilidad, ya que el aspecto personal también comunica orden, disciplina y respeto al paciente. A pesar de ello, un considerable 31.34% permanece neutral y un 23.59% no está de acuerdo, lo cual sugiere que existe una necesidad de fortalecer el cumplimiento de normas de presentación, vestimenta e higiene del personal, a fin de lograr mayor homogeneidad en la percepción de profesionalismo.
4. Un 66.20% de los encuestados considera que los materiales utilizados en los servicios médicos son visualmente atractivos, lo que refleja una percepción favorable en cuanto a su presentación, organización y disponibilidad. Este resultado es aceptable, ya que el equipamiento adecuado y visualmente bien conservado influye directamente en la

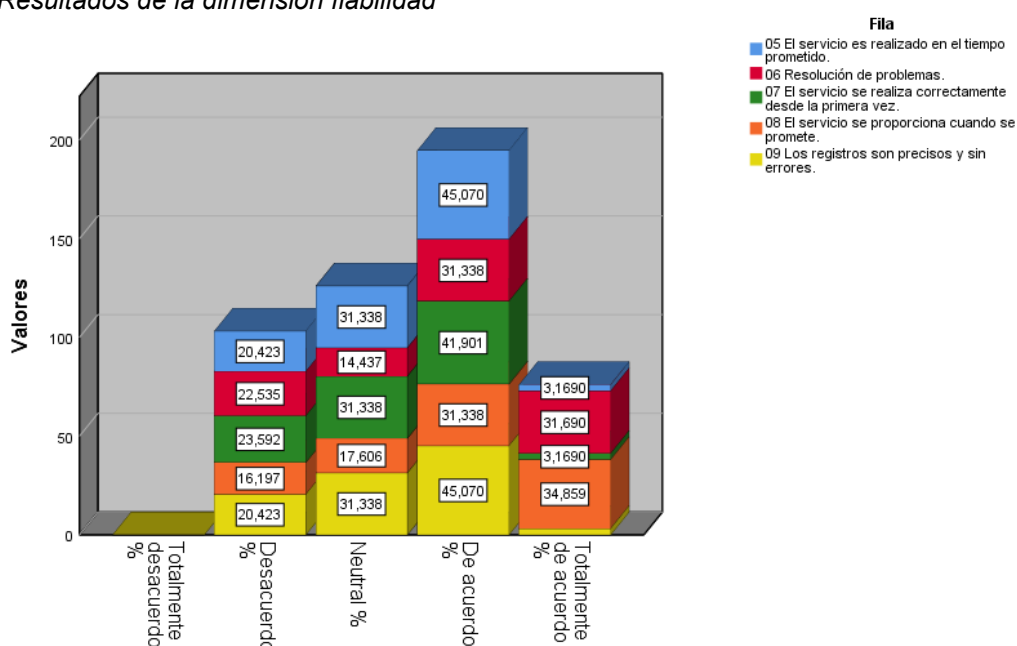
percepción de calidad del servicio. No obstante, se identificó un 17.61% de respuestas neutras y un 16.20% en desacuerdo, lo que puede reflejar una experiencia de atención no uniforme o limitada en ciertos servicios específicos, por lo cual se recomienda revisar el estado de los materiales más frecuentemente utilizados.

Tabla 4
Resultados de la dimensión fiabilidad

	N = 284									
	Totalmente desacuerdo		Desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
05. El servicio es realizado en el tiempo prometido.	0	0,00%	58	20,42%	89	31,34%	128	45,07%	9	3,17%
06. Resolución de problemas.	0	0,00%	64	22,54%	41	14,44%	89	31,34%	90	31,69%
07. El servicio se realiza correctamente desde la primera vez.	0	0,00%	67	23,59%	89	31,34%	119	41,90%	9	3,17%
08. El servicio se proporciona cuando se promete.	0	0,00%	46	16,20%	50	17,61%	89	31,34%	99	34,86%
09. Los registros son precisos y sin errores.	0	0,00%	58	20,42%	89	31,34%	128	45,07%	9	3,17%

Nota. La tabla muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Figura 2
Resultados de la dimensión fiabilidad



Nota. El gráfico muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Análisis e interpretación:

5. En este resultado se aprecia que un 48.24% de los usuarios confía en la capacidad del establecimiento para cumplir con los servicios que ofrece, lo cual es un indicador favorable de la fiabilidad percibida. Esta percepción sugiere que los usuarios reconocen cierto nivel de cumplimiento institucional, lo cual contribuye positivamente la imagen del centro de salud. No obstante, la presencia de un 31.34% de encuestados con opinión neutral y un 20.42% que discrepa, deja entrever dudas sobre la consistencia de los servicios brindados. Esto indica una oportunidad para fortalecer el cumplimiento efectivo y continuo de las promesas de servicio, garantizando una atención predecible y confiable.
6. Los resultados evidencian que un 63.03% de los encuestados considera que las respuestas brindadas son claras y precisas, lo que es fundamental para generar una percepción adecuada en los procesos de atención médica. Esta percepción positiva fortalece el componente de fiabilidad institucional; sin embargo, es importante atender el 22.54% que se mostró en desacuerdo, lo que podría estar relacionado a dificultades en la comunicación técnica y/o respuestas imprecisas en algunos servicios. El 14.44% restante de los usuarios se encuentran en posición neutral, lo que sugiere una experiencia ambigua que podría mejorarse con capacitaciones en comunicación efectiva al personal.
7. Se aprecia que un 45.07% de los usuarios percibe que los profesionales son eficaces en la primera atención, lo que demuestra confianza en la experiencia médica recibida. Este nivel de aprobación es relevante, ya que una atención adecuada desde el inicio impacta en la continuidad del tratamiento y en la fidelización del paciente; sin embargo, un 23.59% expresó estar en desacuerdo y un 31.34% se mantuvo neutral, lo que indica un nivel importante de percepción negativa o incierta, señalando que la atención inicial no siempre cumple con los estándares esperados.
8. El 66.20% de los usuarios manifiesta estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que el establecimiento cumple con lo prometido, lo cual es un aspecto clave dentro de la fiabilidad, este resultado indica que para la mayoría, las expectativas creadas a través de la oferta de servicios son cumplidas de manera efectiva, lo que consolida la imagen

institucional; sin embargo, el 17.61% en neutral y el 16.20% en desacuerdo evidencia que aún existe un grupo que no percibe tal cumplimiento de forma uniforme. Esto sugiere fortalecer la coherencia entre lo que se ofrece y lo que efectivamente se entrega, asegurando estándares homogéneos en todas las áreas.

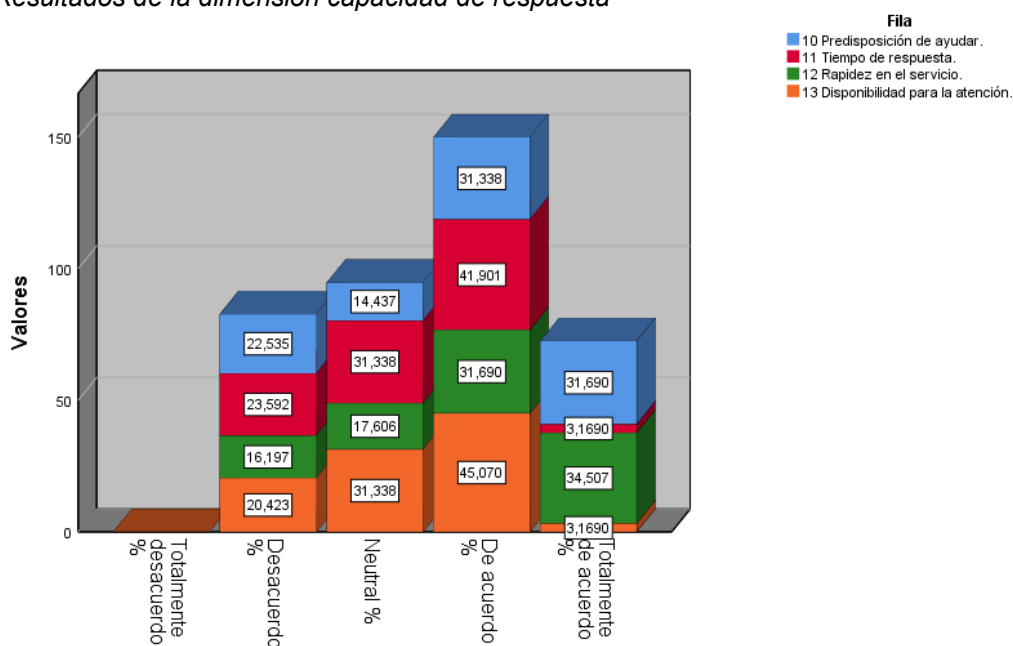
9. Los datos revelan que un 48.24% de los encuestados confía en la precisión y coherencia diagnóstica de los profesionales del centro de salud, lo cual es un elemento esencial para la calidad de atención; sin embargo, un 31.34% de usuarios permanece en posición neutral y un 20.42% expresa su desacuerdo, lo cual señala una percepción de inconsistencia entre el diagnóstico inicial y los resultados posteriores. Este hallazgo resalta la necesidad de reforzar los procedimientos diagnósticos y la comunicación de resultados, promoviendo una mayor confianza en la secuencia de atención clínica.

Tabla 5
Resultados de la dimensión capacidad de respuesta

	N = 284									
	Totalmente desacuerdo		Desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
10. Predisposición de ayudar.	0	0,00%	64	22,54%	41	14,44%	89	31,34%	90	31,69%
11. Tiempo de respuesta.	0	0,00%	67	23,59%	89	31,34%	119	41,90%	9	3,17%
12. Rapidez en el servicio.	0	0,00%	46	16,20%	50	17,61%	90	31,69%	98	34,51%
13. Disponibilidad para la atención.	0	0,00%	58	20,42%	89	31,34%	128	45,07%	9	3,17%

Nota. La tabla muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Figura 3
Resultados de la dimensión capacidad de respuesta



Nota. El gráfico muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Análisis e interpretación:

10. Los resultados evidencian que un 63.03% de los usuarios perciben que el personal demuestra disposición y colaboración en los momentos en que requiere asistencia, lo cual es clave dentro de la dimensión de capacidad de respuesta, esta percepción refleja actitudes proactivas en el trato con el usuario. No obstante, un 22.54% expresó su desacuerdo, lo cual representa un grupo de usuarios que podría estar enfrentando dificultades para recibir atención oportuna. El 14.44% que se muestra neutral indica una experiencia ambigua que puede ser por las variaciones de las atenciones en diferentes turnos de los profesionales.
11. Un 45.07% de los encuestados considera que los servicios brindados se ajustan al tiempo requerido por los usuarios, lo cual es favorable, ya que el cumplimiento de tiempos es esencial para una atención eficaz; sin embargo, un 23.59% muestran estar en desacuerdo y un 31.34% se mantiene neutral, lo cual revela que aún hay un segmento considerable que percibe tiempos de espera prolongados o incumplimientos en la programación de citas. Este hallazgo señala la necesidad de optimizar los procesos logísticos internos, reducir tiempos de espera y mejorar la puntualidad de los servicios ofrecidos.

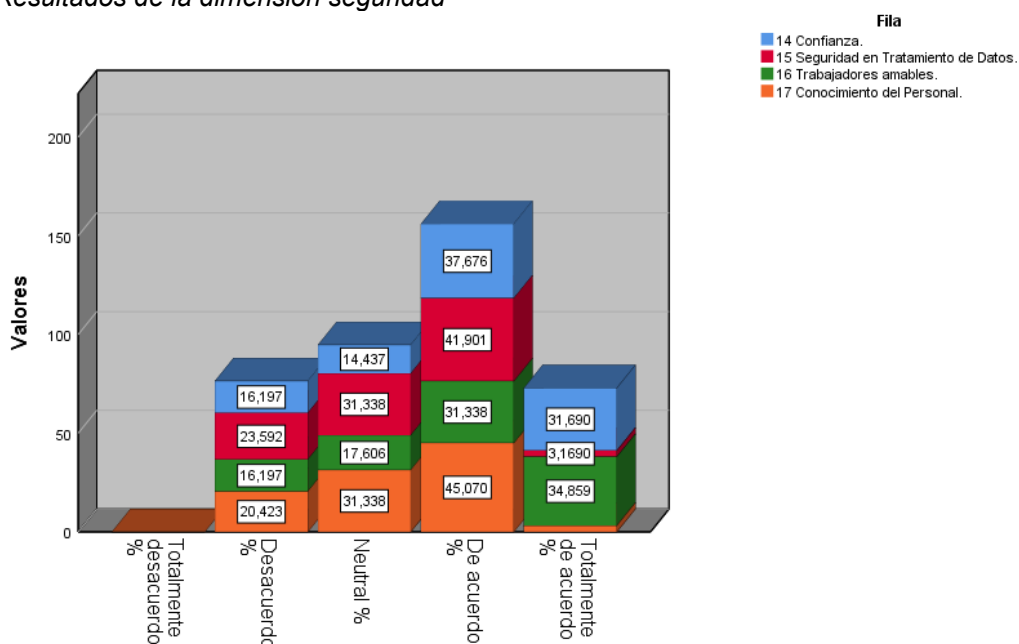
12. Los resultados indican que un 66.20% de usuarios percibe que la atención es ágil y libre de demoras innecesarias, lo cual constituye un aspecto central en la evaluación de la capacidad de respuesta, esta respuesta positiva sugiere que, en la mayoría de los casos, los tiempos de atención son aceptables y permiten una experiencia eficiente; sin embargo, un 17.61% mantiene una postura neutral y un 16.20% expresó desacuerdo, por lo que se deben revisar las áreas con mayor carga de pacientes o tiempos de atención variables para garantizar un estándar uniforme en todos los servicios.
13. El 48.24% de los usuarios considera que la calidad de atención se mantiene incluso en situaciones críticas como las emergencias, lo cual denota profesionalismo, rapidez y control en momentos de alta presión. Esto fortalece la imagen del centro como un establecimiento que puede responder adecuadamente ante urgencias. No obstante, un 20.42% expresó estar en desacuerdo y un 31.34% se mostró neutral, cifras que reflejan que aún existen oportunidades de mejora en la atención de emergencias. Estas percepciones deben motivar una revisión periódica de protocolos de respuesta rápida y una constante capacitación del personal en atención de crisis.

Tabla 6
Resultados de la dimensión seguridad

	N = 284									
	Totalmente desacuerdo		Desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
14. Confianza.	0	0,0%	46	16,2%	41	14,4%	107	37,7%	90	31,7%
15. Seguridad en Tratamiento de Datos.	0	0,0%	67	23,6%	89	31,3%	119	41,9%	9	3,2%
16. Trabajadores amables.	0	0,0%	46	16,2%	50	17,6%	89	31,3%	99	34,9%
17. Conocimiento del Personal.	0	0,0%	58	20,4%	89	31,3%	128	45,1%	9	3,2%

Nota. La Tabla muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Figura 4
Resultados de la dimensión seguridad



Nota. El gráfico muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Análisis e interpretación:

14. Un 69.37% de los usuarios señala que el personal de salud transmite confianza al momento de realizar consultas, lo que refleja una percepción altamente positiva y una relación favorable entre usuario y profesional. Este resultado es un indicador esencial en la dimensión seguridad, ya que la confianza genera tranquilidad en los pacientes y fortalece la adherencia a los tratamientos; sin embargo, se debe prestar atención al 14.44% que se mantuvo neutral y al 16.20% que manifestó estar en desacuerdo, pues representan usuarios que podrían haber tenido experiencias poco satisfactorias en la interacción con el personal, lo cual requiere acciones correctivas en la empatía comunicacional y seguridad profesional.
15. Un 45.1% de los usuarios está conforme con la protección de sus datos personales, aunque la proporción no es significativa. La alta proporción de respuestas neutrales (31.3%) y el 23.6% en desacuerdo revelan dudas sobre la confidencialidad sobre las medidas de seguridad implementadas en el establecimiento.
16. La mayoría de los usuarios (66.2%) percibe un trato amable y respetuoso por parte del personal de salud, lo cual refleja un buen nivel de amabilidad y cortesía en la atención; sin embargo, el 16.2% en

desacuerdo y el 17.6% neutral indican que aún existen espacios donde mejorar la calidad del trato interpersonal hacia los pacientes.

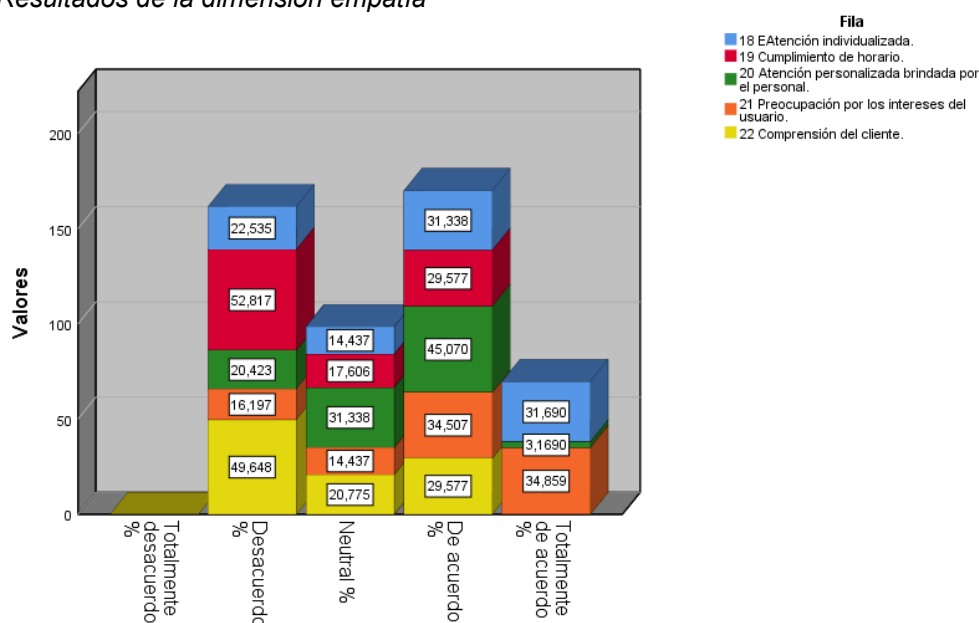
17. Un 48.3% de los usuarios considera que el personal está capacitado, lo que es un indicador moderadamente favorable; sin embargo, el 20.4% en desacuerdo y el 31.3% neutral sugieren que hay percepción de falta de preparación en algunos casos. Esto evidencia la necesidad de reforzar la formación continua y asegurar una atención con mayor competencia profesional.

Tabla 7
Resultados de la dimensión empatía

	N = 284									
	Totalmente desacuerdo		Desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
18. Atención individualizada.	0	0,0%	64	22,5%	41	14,4%	89	31,3%	90	31,7%
19. Cumplimiento de horario.	0	0,0%	150	52,8%	50	17,6%	84	29,6%	0	0,0%
20. Atención personalizada brindada por el personal.	0	0,0%	58	20,4%	89	31,3%	128	45,1%	9	3,2%
21. Preocupación por los intereses del usuario.	0	0,0%	46	16,2%	41	14,4%	98	34,5%	99	34,9%
22. Comprensión del cliente.	0	0,0%	141	49,6%	59	20,8%	84	29,6%	0	0,0%

Nota. La tabla muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Figura 5
Resultados de la dimensión empatía



Nota. El gráfico muestra los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta.

Análisis e interpretación:

18. Un 63% de los usuarios percibe que recibe atención individualizada, lo que indica un enfoque aceptable hacia el trato personalizado. No obstante, un 22.5% expresó estar en desacuerdo, lo que sugiere que aún hay usuarios que no sienten que sus necesidades particulares son consideradas. Es importante seguir fortaleciendo la atención centrada en el paciente.
19. La mayoría de los usuarios (52.8%) considera que el personal no cumple puntualmente con los horarios programados, lo cual afecta negativamente la percepción del servicio, solo un 29.6% está de acuerdo con el cumplimiento horario, sin registros en la opción totalmente de acuerdo, lo que refuerza esta debilidad. Se sugiere mejorar los controles internos y reforzar la puntualidad del personal para elevar la satisfacción del usuario.
20. El 48.3% de los usuarios están entre de acuerdo y totalmente de acuerdo en la atención personalizada que recibe, lo cual es un indicio favorable. Sin embargo, el 20.4% expresó desacuerdo y un 31.3% permanece neutral, lo que evidencia experiencias mixtas y una oportunidad de mejora en la adecuación del trato según las necesidades individuales del paciente.
21. Un 69.4% de los usuarios percibe preocupación por parte del personal de salud al tratar sus dolencias, lo cual fortalece la confianza y empatía en la atención. No obstante, un 16.2% manifiesta estar en desacuerdo y un 14.4% se mantiene neutral, lo que indica que aún existen casos donde el trato podría mejorar en sensibilidad y cercanía.
22. Solo un 29.6% de los usuarios está de acuerdo en que el personal se ajusta a sus necesidades, mientras que un 49.6% manifiesta desacuerdo, lo cual evidencia una seria debilidad en la dimensión empatía. El 20.8% neutral también indica falta de claridad en la experiencia del usuario. Se requiere reforzar la atención centrada en el paciente, promoviendo la flexibilidad y comprensión del personal ante las diversas realidades del usuario.

CAPITULO V DISCUSION DE RESULTADOS

Objetivo General: Conocer cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

Los resultados obtenidos de la investigación reflejan que la percepción general de los pacientes en su mayoría es favorable, aunque existen variaciones significativas entre las dimensiones estudiadas. Se describió que la seguridad y capacidad de respuesta son dimensiones con porcentajes más altos, resaltando el 69.37% de pacientes perciben que los trabajadores transmiten confianza y el 63.03% afirman que existe la predisposición de ayuda de parte de los trabajadores; en cuanto a la fiabilidad, los resultados reflejan que la mayoría de encuestados afirman que los servicios brindados son correctas y conforme a lo prometido, a diferencia de la empatía, se obtuvo una percepción moderada de 48.30% de pacientes que consideran que la atención se adapta a la naturaleza de su consulta; además, se evidenció que la mayor parte de usuarios perciben el incumplimiento estricto en el horario laboral por parte de los trabajadores; finalmente en los elementos tangibles, se apreció una percepción moderada por parte del equipamiento tecnológico indicando que existe necesidad de mejoría y modernización de los equipos. Estos resultados guardan relación con los resultados obtenidos de Pintado y Rojas (2022) en Cuenca, donde evidenció resultados similares, una valoración positiva en las dimensiones seguridad y fiabilidad, pero brechas en los elementos tangibles.

Objetivos Específicos:

Conocer cómo es la tangibilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

En los resultados obtenidos se aprecia que más del 45% de usuarios tienen una percepción moderada de la apariencia moderna del equipamiento tecnológico; sin embargo, se aprecia un 31.34% de usuarios con respuesta neutra y 23.59% de desacuerdo. Estos resultados están acordes con lo expuesto por Manchay (como se citó en Vásquez y Montenegro, 2022), la modernización en la gestión hospitalaria implica una administración integrada, funcional y eficiente, vinculados al avance tecnológico. Lo que hace que el

resultado neutral y de desacuerdo demuestra que existe la necesidad de mejorar y modernizar los equipos.

Asimismo, se evidencia que el 66.20% de usuarios aprecian la apariencia de las instalaciones físicas y materiales médicos utilizados; sin embargo, el 17.61% indica neutral y el 16.20% expresó estar en desacuerdo, lo que evidencia que existe áreas que requieren mantenimiento y materiales que requiere de renovación para una mejor percepción. Coincidiendo con la teoría de Cantú (como se citó en Hernández et al., 2017) quien indicó que la apariencia de las instalaciones, personal, equipo y materiales son componentes esenciales para la calidad de servicio en cualquier organización. Estos resultados concuerdan con la investigación de Pintado y Rojas (2022) en Cuenca, donde su resultado obtenido sugirió fortificar el mantenimiento del mobiliario y equipo, a pesar del profesionalismo del personal. De igual manera, Quijano (2023) en Chimbote y Garay (2022) en Huánuco, concluyeron que tangibilidad tiene percepción positiva y pese a eso, la tangibilidad tendrá la necesidad mejorar tras las exigencias de los usuarios.

Conocer cómo es la fiabilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

En los resultados obtenidos muestra una percepción generalmente favorable y algunas áreas que requieren mejoría, dentro de la fiabilidad se evaluó la capacidad del establecimiento para cumplimiento de los servicios prometidos, donde el 48.24% de usuarios están entre de acuerdo y totalmente de acuerdo, un 31.34% neutral y 20.42% en desacuerdo. Dicho resultado demuestra la existencia de la percepción moderada, al igual se identificó una escasa homogeneidad de experiencia de los usuarios, lo que genera dudas en la estabilidad de la institución. Esto coincide con la teoría de Gutiérrez (como se citó en Hernández et al., 2017), quien manifiesta que el cumplimiento de promesas es un aspecto crucial para generar confianza.

En relación con la precisión y claridad de respuesta brindados a los usuarios se obtuvo que un 63.03% de usuarios encuestados manifiestan estar de acuerdo, lo que evidencia el fortalecimiento de la fiabilidad del servicio; sin embargo, un 22.54% están en desacuerdo, lo que podría estar relacionada con las respuestas imprecisas de parte de los colaboradores. Según Díaz-Hernández et al. (2021), indican que comprometerse con algo en un tiempo

indicado y que luego no se cumple, genera desconfianza y decepción en los usuarios.

En cuanto a los resultados obtenidos sobre los servicios prestados de manera correcta desde la primera vez, el 45.07% de usuarios están conforme, lo que evidencia una percepción moderada; sin embargo, el 23.59 % están en desacuerdo y el 31.34% en neutro. Según Zeithaml y Bitner (como se citó en Hernández et al., 2017), afirman que el cumplimiento de promesas desde el primer momento asegura una excelencia en la prestación de servicio.

Asimismo, se obtuvo un 66.20% de los encuestados indican que el CAP III Amarilis Pillco Marca cumple con lo prometido, siendo el indicador clave de la fiabilidad; por otro lado, el 16.20% están en desacuerdo, afirmando que existen brechas entre la oferta y experiencia del usuario, así como manifiesta Gutiérrez (como se citó en Hernández et al., 2017) indicó que, con el cumplimiento de promesas, el usuario se sentirá en confianza.

Finalmente, en cuanto a la precisión del diagnóstico de las atenciones, se obtuvo un 48.24% de encuestados están entre de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 20.42% están en desacuerdo y 31.34% se mantuvo neutral, lo que manifiesta que existe una población que percibió errores en los diagnósticos de las atenciones, lo que perjudica directamente la percepción de la fiabilidad. Como lo señala Allen (cit. en Hernández et al., 2017), Los servicios poco fiables genera desconfianza y disminuye la calidad de servicio.

Estos resultados coinciden con la investigación de Pintado y Rojas (2022) en Cuenca, donde la fiabilidad fue favorable con el cumplimiento de promesas. Por otro lado, Rojas (2021) en Abancay, manifestó que la percepción de los usuarios en la fiabilidad no está de acuerdo ni en desacuerdo con el cumplimiento de promesas por parte del Banco de la Nación de Abancay. Por lo tanto, los resultados del presente estudio aseguran que el CAP III Amarilis Pillco Marca son favorables en cuanto al cumplimiento de promesas, y precisión en las atenciones; asimismo, existen un porcentaje de usuarios con diferentes percepciones que deberán ser tratados para garantizar una calidad de servicio confiable y uniforme.

Conocer cómo es la capacidad de respuesta en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

La capacidad de respuesta es un factor importante en la percepción de la calidad de servicio; por lo que, respecto al indicador predisposición de ayudar, se obtuvo un resultado de 63.03% de usuarios encuestados estar entre de acuerdo y totalmente de acuerdo, evidenciándose una actitud cooperativa por parte de los trabajadores, lo que se relaciona con la teoría de Grande (como se citó en Hernández et al., 2017), quien considera que los usuarios esperan ser atendidos sin demora y que la disposición de los trabajadores es crucial para su satisfacción; sin embargo, el 22.54% evidencia que existen situaciones que podrían estar enfrentando dificultades para recibir atención oportuna.

En cuanto al tiempo de respuesta, los resultados obtenidos son mayor al 45%, lo cual evidencia que los usuarios están entre de acuerdo y totalmente de acuerdo, un 23.59% de usuarios están en desacuerdo y un 31.34% se mantiene neutral, esto evidencia variabilidad en los tiempos de atención por parte de los trabajadores, esto se alinea con Cantú (como se citó en Hernández et al., 2017) quien destaca que es voluntad del profesional cooperar y brindar el servicio con prontitud a los usuarios. Estos resultados guardan relación con la investigación de Rojas (2021) en Abancay, quien reportó insatisfacción de la capacidad de respuesta por la demora en la atención.

En cuanto a la rapidez en el servicio, en los resultados obtenidos mayores a 66% afirman que las atenciones son rápidas, esto coincide con la teoría de Díaz-Hernández et al. (2021), quienes consideran que la capacidad de respuesta es aclarar dudas y resolver circunstancias con prontitud; pese a ello existe un porcentaje considerable del 16.20% de usuarios que manifiestan estar en desacuerdo, lo que se deben supervisar en las áreas con mayor carga de pacientes o tiempos de atención para garantizar una aplicación uniforme en todos los servicios.

Finalmente, respecto a la disponibilidad para la atención, el 48.24% de encuestados afirman estar entre de acuerdo y totalmente de acuerdo, evidenciando que el personal continúa con disponibilidad en momentos críticos de emergencia, esta afirmación concuerda con la investigación de Pintado y Rojas (2022) en Cuenca, donde concluye que la voluntad y disponibilidad del colaborador fue esencial para una mejor percepción del

usuario; sin embargo, Rojas (2021) en Abancay, concluyó que los usuarios están muy insatisfechos por el tiempo de espera y lentitud de las atenciones.

Conocer cómo es la seguridad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

Los resultados obtenidos en la dimensión seguridad, refleja una percepción favorable, debido a que se obtuvo un 69.37% de usuarios manifiestan que los trabajadores les transmite confianza, lo que concuerda con la teoría de Camisón et al. (2006), quienes afirman que la confianza es un elemento crucial de la seguridad en el servicio, debido a que genera tranquilidad y refuerza el vínculo entre usuario y trabajador. Asimismo, estas afirmaciones concuerdan con la investigación de Pintado y Rojas (2022) en Cuenca, en donde concluyeron que los trabajadores mostraron una atención que generó confianza y credibilidad. Sin embargo, Rojas (2021) en Abancay, informó que hubo insatisfacción en relación con la capacidad de respuesta y fiabilidad, afectando la percepción de la seguridad.

Respecto a la protección de datos personales, se obtuvo un 45.10% de encuestados que afirmaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, mientras que un 23.60% están en desacuerdo y 31.30% neutral. Estos resultados generan inquietudes en cuanto al cumplimiento de la Ley N° 29733 (2011), la misma que garantiza la seguridad en el tratamiento de datos personales.

En el indicador trabajadores amables, el 66.20% de usuarios valoran el trato cortés y respetuoso, lo que concuerda con la teoría de Díaz-Hernández et al. (2021), quienes realzan el valor de un trato cordial para generar una experiencia de atención confiable y humano; asimismo, Quijano (2023) en su investigación concluyó que la seguridad fue valorada positivamente por los usuarios de GYM Zeus.

Finalmente, en cuanto a la percepción del conocimiento y habilidad de los trabajadores fue moderada, obteniendo un 48.30% de encuestados que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 20.40% de usuarios están en desacuerdo y 31.30% neutral, lo que refleja la necesidad de una preparación continua de los servicios que están prestando, esta afirmación concuerda con la teoría de Díaz-Hernández et al. (2021) quienes manifiestan que los colaboradores cuenten con el conocimiento suficiente sobre el producto o

servicio que ofrecen al usuario. Asimismo, los resultados obtenidos concuerdan con la investigación de Palacios (2022) quien concluyó que obtuvo resultados positivos y que los usuarios valoran la seguridad de la empresa “NO TÉ, CON TÉ”.

Conocer cómo es la empatía en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca, EsSalud – 2025.

En la presente dimensión, se obtuvo resultados que muestran una percepción distinta de los pacientes del CAP III Amarilis Pillco Marca, visualizando que algunos puntos son apreciados positivamente y otros muestran brechas que afectan la calidad de servicios.

En relación a los resultados obtenidos sobre la atención individualizada, se obtuvo que un 63% de usuarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo, debido a que reciben un trato conforme a sus necesidades, lo que concuerda con la teoría de Zeithaml et al. (1993), quienes definen que la empatía conlleva un servicio ajustado a la realidad del cliente, mediante disponibilidad del personal que comprenda sus necesidades; sin embargo, el 22.5% están en desacuerdo, lo que propone un manejo frágil en cuanto a una atención individualizada.

Respecto al cumplimiento del horario, los resultados muestran deficiencias, debido a que el 52.8% de encuestados están en desacuerdo, afirmando que el colaborador no atiende con puntualidad, revelando un defecto organizacional significativo, limitando una relación de empatía y un impacto en la eficiencia del servicio, el Decreto Legislativo N° 854 (1996) establece la obligatoriedad del cumplimiento del horario laboral, por lo que el incumplimiento afectará la percepción de los pacientes, además de transgredir las normas laborales.

Respecto a la atención personalizada, el 48.30% de usuarios manifiestan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, debido a que el personal brinda la atención de acuerdo a la naturaleza de su consulta, el 31.3% neutral y 20.40% están en desacuerdo, lo que revela una percepción dividida sobre la atención personalizada, dichos resultados no guardan relación con la investigación de Pintado y Rojas (2022) en Cuenca, debido a que concluyeron que los trabajadores del hospital muestran empatía, mediante una atención

personalizada, a diferencia de la realidad del CAP III Amarilis Pillco Marca, que aún existen limitaciones.

Con relación a los resultados obtenidos sobre la preocupación por los intereses del paciente, el 69.40% de encuestados perciben que el colaborar muestra interés al brindarles la atención, lo que permite fortalecer la empatía y relación interpersonal; lo cual, concuerda con la teoría de Diaz-Hernández et al. (2021) quienes aseguran que el usuario debe sentirse escuchado y valorado.

Respecto al indicador comprensión del cliente, un 49.60% de usuarios están en desacuerdo, afirmando que el personal no se ajusta a sus necesidades, lo que revela la falencia en la capacidad del trabajador para conectar con el paciente; sin embargo, la Cámara de Comercio de Valencia (2011) indica que comprender al usuario consiste en entender quiénes son los clientes y cuáles son sus necesidades, lo que facilitará establecer conexiones con ellos y saber cómo atenderlos adecuadamente.

En el ámbito local, Garay (2022) y Palacios (2022) concluyeron que obtuvieron una percepción positiva en cuanto a la empatía, demostrando que dicho aspecto puede ser fortalecida mediante una gestión adecuada, a diferencia del CAP III Amarilis Pillco Marca, que muestra la necesidad de mejorar en cuanto a cumplimiento de normas como la puntualidad, capacidad del trabajador en comprensión de necesidades y flexibilidad en la atención.

CONCLUSIONES

1. Se concluye que la percepción de la calidad de servicio en el CAP III Amarilis Pillco Marca generalmente es favorable, por los resultados obtenidos en las dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, mediante el cumplimiento de promesas con un 66.20%, predisposición con un 63.03% y confianza con un 69.37% para atender las necesidades del usuario; por otro lado las dimensiones elementos tangibles y empatía, muestran resultados con oportunidades de mejora, dentro del equipamiento moderno un 31.34% se mantienen neutros y 23.59 en desacuerdo, siendo más del 50% y cumplimiento del horario laboral con un 52.80%. Evidenciando que la institución requiere acciones de estrategias de mejora para garantizar un servicio integral y consistente.
2. Se concluye que la percepción de los elementos tangibles en el CAP III Amarilis Pillco Marca es favorable, dentro de los indicadores evaluados, la apariencia física de las instalaciones obtuvo un 66.20% de aceptación, reflejando opinión favorable por parte de los pacientes; sin embargo, los resultados dentro de la modernización de equipos muestran brechas importantes que evidencia la necesidad de implementar mejoras, donde el 31.34% se mostró neutral y 23.59% expresó estar en desacuerdo. En cuanto a la apariencia del personal, el 45% de pacientes estuvieron de acuerdo, afirmando que es lo adecuado. Estos resultados demuestran la necesidad de implementar mejoras en distintos aspectos.
3. Se concluye que la percepción de fiabilidad en el CAP III Amarilis Pillco Marca es generalmente aceptable, debido a que los resultados muestran que el 63.03% están de acuerdo con la resolución de problemas, asimismo, el 66.20% afirman que el servicio se brinda en el tiempo prometido; sin embargo, existen dudas sobre la precisión en los diagnósticos de las atenciones, ya que un 31.34% de encuestados se mostró neutral y el 20.42% en desacuerdo. Estos resultados afirman que se debe fortalecer aspectos esenciales dentro de la atención médica para que todos los usuarios perciban un servicio confiable.

4. Se concluye que la percepción de la capacidad de respuesta en el CAP III Amarilis Pillco Marca es aceptable, resaltando la rapidez en la prestación de servicios, con un 66% de acuerdo en la percepción de los usuarios y, la predisposición para brindar ayuda obtuvo un 63% de acuerdo, lo que evidencia una actitud eficiente y participativa de los trabajadores. Sin embargo, existe un porcentaje significativo del 31.34% neutral y 23.59% en desacuerdo dentro del tiempo de respuesta, lo cual revela que existe un grupo considerable que percibe tiempo de espera prolongados, esta situación puede ser perjudicial en la percepción del usuario.
5. Se concluye que la percepción de seguridad en el CAP III Amarilis Pillco Marca es aceptable, debido a que más del 65% de los encuestados están de acuerdo con los indicadores confianza y trabajadores amables que transmite el personal durante la atención médica; sin embargo, existe la necesidad de fortalecer la protección de datos personales de los usuarios, donde el 23.60% están en desacuerdo, con la finalidad de garantizar la confidencialidad y seguridad en la atención de los usuarios.
6. Se concluye que la percepción de la empatía en el CAP III Amarilis Pillco Marca es favorable, por lo que el 64.90% de los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la preocupación en los intereses del usuario, así como en la atención individualizada de los profesionales con el paciente (63%); por otro lado, se distingue la deficiencia muy relevante que restringe una atención empática, como el cumplimiento del horario laboral (52.8% en desacuerdo), una atención personalizada limitada (solo el 48.30% de acuerdo), un 49.60% de usuarios que muestran estar en desacuerdo, reflejando preocupación sobre la falta de comprensión hacia el cliente. Lo que nos llevó a conocer una gestión inusual en cuanto a la empatía, a diferencia de los antecedentes, el CAP III Amarilis refleja brechas que requieren de mejoría para fortalecer la empatía.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Oficina de Coordinación, Prestaciones de Atención Primaria y Servicios, implementar un plan de mejora con programas de capacitación enfocados al fortalecimiento de la empatía y atención personalizada; por otro lado, se sugiere a la Coordinación del CAP III Amarilis Pillco Marca y a la Unidad de Recursos Humanos, implementar supervisión programada y aleatoria para el cumplimiento estricto del horario laboral; asimismo, gestionar la actualización y modernización del equipo tecnológico para optimizar la experiencia del paciente y nivelar la percepción de cada dimensión estudiada.
2. Se recomienda a la Unidad de Adquisiciones, Ingeniería Hospitalaria y Servicios y a la Coordinación del CAP III Amarilis Pillco Marca, fortalecer la tangibilidad en la IPRESS, por medio de la modernización paulatina de los equipos, control de la apariencia profesional y adecuada distribución de los materiales médicos, debido a que estos detalles influyen directamente en la percepción de los usuarios y en la calidad de servicio.
3. Se recomienda a la Coordinación del CAP III Amarilis Pillco Marca, fortalecer los procesos de obtención de los diagnósticos, realizar capacitaciones al personal para una mejor consolidación de información de la atención médica que inspire confianza y seguridad desde el primer momento.
4. Se recomienda a la Oficina de Coordinación, Prestaciones de Atención Primaria y Servicios, implementar estrategias orientadas a optimizar los tiempos de respuesta en la atención del usuario, tales como seguimiento, revisión y reorganización de los procesos de atención, capacitación en gestión de tiempo y atención al usuario, lo que permitirá reducir el tiempo de espera percibido.
5. Se recomienda a la Coordinación del CAP III Amarilis Pillco Marca y a la Oficina de Coordinación, Prestaciones de Atención Primaria y Servicios fortalecer la dimensión de seguridad en el servicio al usuario, mediante acciones orientadas a consolidar la confianza del paciente, como establecer protocolos visibles y claros sobre el manejo

confidencial de la información. Esto contribuirá a reforzar la percepción de la seguridad, confianza y profesionalismo en los usuarios.

6. Se recomienda a la Oficina de Coordinación, Prestaciones de Atención Primaria y Servicios y a la Unidad de Recursos Humanos, implementar estrategias de mejora, orientada al fortalecimiento de la empatía de los trabajadores, priorizando una formación en atención orientada al paciente, incluyendo talleres de comunicación efectiva, escucha activa e inteligencia emocional. Asimismo, fortificar el cumplimiento estricto del horario laboral, debido a que transgrede las normativas y afecta la percepción del usuario, finalmente se sugiere, aplicar estrategias de supervisión y retroalimentación con el fin de detectar las limitaciones del personal, para brindar una atención empática y alineada con la necesidad del usuario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bados, A., & García, E. (2014). *Resolución de problemas*. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona. <http://hdl.handle.net/2445/54764>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). *Fundamentos de la calidad de servicio, el modelo Servqual*. *Empresarial*, 13(2). <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.159>
- Cámara de Comercio de Valencia. (2011). *Criterios de atención al cliente*. *Cámara valencia*, 16. https://www.camaravalencia.com/wp-content/uploads/2023/01/Atencion_al_Cliente_2021.pdf
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). *Gestión de Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Pearson Prentice Hall.
- Díaz-Hernández, R., Cajún-Méndez, J., & Gómez-Xul, G. (2021). *Rapidez en el servicio, creando una una imagen a tus clientes*. *Digital Publisher*, 6(6-1), 264-277. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.866>
- El Congreso de la República del Perú. (1996). *Decreto Legislativo N.º 854 Ley de Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en Sobre tiempo*. Diario Oficial El Peruano.
- El Congreso de la República del Perú. (2011). *Ley N° 29733 Ley de Protección de Datos Personales*. Diario Oficial El Peruano.
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación: manuales autoformativos interactivo* (Primera ed.). Universidad Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/4278>
- Garay, I. (2022). *Percepción de la calidad del servicio al cliente en el hotel green paradise, Huánuco 2022* [Para optar el título profesional de Lic. en Administración, de la Universidad de Huánuco]. Repositorio Intitucional, Huánuco. <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/3751>
- Hernández, C., Prieto, A., & Hernández, C. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado*. Reflexiones teóricas. *Impacto Científico*, 12(2), 127 - 141. <https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mc Graw Hill Education.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta* (Primera ed.). Mc Graw Hill Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). Pearson Educación.
- Luna, F. (2017). *Aplicación del modelo SERVPERF para la medición de la percepción sobre la calidad del servicio de la educación superior*. *Revista Ecomatemático* ISSN, 8(S1). <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ecomatematico/article/view/1381/1621>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* (Primera ed.). Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Mosquera, G., & Martínez, R. (2005). *Calidad de Servicio* (Primera ed.). Centro de altos estudios gerenciales Instituto Superior de Investigación y Desarrollo.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Quinta ed.). Ediciones de la U.
- Palacios, R. (2022). *Percepción de calidad de servicio en la empresa "no té, con té", Huánuco 2022* [Para optar el título profesional de Lic. en Administración, en la Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional, Huánuco. <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/3757>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Pintado, N., & Rojas, V. (2022). *Análisis de calidad del servicio mediante el modelo SERVPERF, en el centro de biológicos de un hospital público de especialidades de la ciudad de Cuenca* [Para obtener el título de Ingeniero Comercial, en al Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional, Cuenca, Ecuador. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/40204>

- Poetzsch, J. (2007). *Atención personalizada: ¿La solución óptima para la integración en el trabajo?* Asociación Internacional de Seguridad Social /ISSA. https://www.issa.int/sites/default/files/documents/publications/TR-06-3_es-25395.pdf
- Quijano, A. (2023). *Calidad de servicio utilizando el modelo SERVPERF en los clientes del gimnasio “Zeus”, Casma, 2023* [Para obtener el título profesional de Lic. en Administración, en la Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional, Chimbote. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/150471>
- Rojas, N. (2021). *Nivel de Calidad de Servicio según el Modelo SERVPERF en la Agencia Principal del Banco de la Nación de la Ciudad de Abancay, 2019* [Para optar el título de Lic. en Administración en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac]. Abancay. <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/1016>
- Universidad de Huánuco. (2025). *Código de ética para la investigación e integridad científica*. <https://investigacion.udh.edu.pe/doc/896-2025-R-CU-UDH>
- Vásquez, O., & Montenegro, L. (2023). *Modernización de la gestión hospitalaria en instituciones prestadoras de salud*. *Rev. Cuerpo Med. HNAAA*, 15(4). <http://dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2022.154.1907>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Madrid - España: Díaz de Santos.

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACION

- Rojas, B. V & Tapia, D.A. (2025). *La calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, 2025* [Para obtener el título de maestro, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional <https://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA CALIDAD DE SERVICIO AL USUARIO EN EL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA – ESSALUD, 2025				
Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Metodología
<p>General: ¿Cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025?</p> <p>Específicos: ¿Cómo es la tangibilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025?</p> <p>¿Cómo es la fiabilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025?</p> <p>¿Cómo es la capacidad de respuesta en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025?</p> <p>¿Cómo es la seguridad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025?</p> <p>¿Cómo es la empatía en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025?</p>	<p>General: Conocer cómo es la calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025.</p> <p>Específicos: Conocer cómo es la tangibilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025.</p> <p>Conocer cómo es la fiabilidad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025.</p> <p>Conocer cómo es la capacidad de respuesta en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025.</p> <p>Conocer cómo es la seguridad en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025.</p> <p>Conocer cómo es la empatía en el servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud – 2025.</p>	Calidad de Servicio	Elementos tangibles	<p>Tipo: Aplicada.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No Experimental – Transversal</p> <p>Población: 1083 pacientes.</p> <p>Muestra: Probabilística y Aleatorio simple: 284 pacientes</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Encuesta – Cuestionario Escala de medición: Ordinal (LIKERT)</p>
			Fiabilidad	
			Capacidad de respuesta	
			Seguridad	
			Empatía	

ANEXO 2

INSTRUMENTOS VALIDADOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

CUESTIONARIO

Cuestionario para los usuarios externos del CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud.

Título de Investigación: “La calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, 2025”

Objetivo: Identificar de qué manera se relaciona La calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud, 2025.

Instrucciones: Marca con una (X) de acuerdo a la pregunta y responde de acuerdo a su criterio.

Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
VARIABLE N°01: CALIDAD DE SERVICIO						
DIMENSIÓN N°01: ELEMENTOS TANGIBLES						
01	Los equipos tecnológicos que utiliza el CAP III Amarilis Pillco Marca (computadoras, sistema de atención) son de apariencia moderna.					
02	Las instalaciones del CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud 2025 (local, mobiliario, vitrinas) son visualmente atractivos.					
03	El personal del CAP III Amarilis Pillco Marca siempre luce limpio y bien presentado.					
04	Los materiales que se utilizan en el CAP III Amarilis Pillco Marca (tomografías, rayos x, etc) son atractivos.					
DIMENSIÓN N°02: FIABILIDAD						
05	En el CAP III Amarilis Pillco Marca tiene capacidad para brindar los servicios que promete.					
06	En el CAP III Amarilis Pillco Marca brindan respuestas precisas referente a las consultas de los usuarios.					
07	Los profesionales de salud en el CAP III Amarilis Pillco Marca son precisos y excelentes desde la primera consulta del usuario.					
08	El CAP III Amarilis Pillco Marca siempre cumple con lo que promete en sus servicios.					

09	El pronóstico inicial del usuario es confirmado por los análisis realizados por los profesionales de la salud.						
DIMENSIÓN N°03: CAPACIDAD DE RESPUESTA							
10	El personal del CAP III Amarilis Pillco Marca siempre una actitud colaborativa para ayudarme cuando lo necesito						
11	El CAP III Amarilis Pillco Marca realiza sus servicios dentro del tiempo que requiere el usuario.						
12	La atención en el CAP III Amarilis Pillco Marca es rápida y sin demoras innecesarias.						
13	El personal de salud brinda atención de calidad aun en momentos críticos (área de emergencia).						
DIMENSIÓN N°04: SEGURIDAD							
14	El personal de salud me transmite confianza cuando realizo mis consultas.						
15	El CAP III Amarilis Pillco Marca protege adecuadamente mis datos personales.						
16	Los trabajadores de salud son amables, tratan a los pacientes con respeto, cortesía y consideración.						
17	El personal de salud tiene las habilidades necesarias para el desenvolvimiento de su trabajo.						
DIMENSIÓN N°05: EMPATIA							
18	En el CAP III Amarilis se ofrece atención individualizada según las necesidades de cada paciente.						
19	El personal de salud cumple puntualmente con el horario establecido para la atención según la programación de citas.						
20	El personal de salud del CAP III Amarilis Pillco Marca brinda una atención personalizada, adecuada a la naturaleza de mi consulta.						
21	El personal de salud muestra preocupación al momento de señalar mi dolencia o incomodidad.						
22	El personal demuestra comprensión del cliente al ajustarse a sus necesidades.						

Fuente. Elaboración propia

ANEXO 3

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de recolección.

Agradecer de antemano sus aportes que permitirá validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem y/o pregunta y responda marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente; además, puede hacernos llegar algunas otras apreciaciones en la columna de observaciones.

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: "LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA - ESSALUD, 2025"

Escala de medición Likert.

Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
VARIABLE N°01: CALIDAD DE SERVICIO								
DIMENSION N°01: ELEMENTOS TANGIBLES								
01	Los equipos tecnológicos que utiliza el CAP III Amarilis Pillco Marca (computadoras, sistema de atención) son de apariencia moderna.	X		X		X		
02	Las instalaciones del CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud 2025 (local, mobiliario, vitrinas) son visualmente atractivos.	X		X		X		
03	El personal del CAP III Amarilis Pillco Marca siempre luce limpio y bien presentado.	X		X		X		
04	Los materiales que se utilizan en el CAP III Amarilis Pillco Marca (tomografías, rayos x, etc) son atractivos.	X		X		X		
DIMENSION N°02: FIABILIDAD								
05	En el CAP III Amarilis Pillco Marca tiene capacidad para brindar los servicios que promete.	X		X		X		

06	En el CAP III Amarilis Pillco Marca brindan respuestas precisas referente a las consultas de los usuarios.	X		X		X		
07	Los profesionales de salud en el CAP III Amarilis Pillco Marca son precisos y excelentes desde la primera consulta del usuario.	X		X		X		
08	El CAP III Amarilis Pillco Marca siempre cumple con lo que promete en sus servicios.	X		X		X		
09	El pronóstico inicial del usuario es confirmado por los análisis realizados por los profesionales de la salud.	X		X		X		
DIMENSION N°03: CAPACIDAD DE RESPUESTA								
10	El personal del CAP III Amarilis Pillco Marca siempre una actitud colaborativa para ayudarme cuando lo necesito	X		X		X		
11	El CAP III Amarilis Pillco Marca realiza sus servicios dentro del tiempo que requiere el usuario.	X		X		X		
12	La atención en el CAP III Amarilis Pillco Marca es rápida y sin demoras innecesarias.	X		X		X		
13	El personal de salud brinda atención de calidad aun en momentos críticos (área de emergencia).	X		X		X		
DIMENSION N°04: SEGURIDAD								
14	El personal de salud me transmite confianza cuando realizo mis consultas.	X		X		X		
15	El CAP III Amarilis Pillco Marca protege adecuadamente mis datos personales.	X		X		X		
16	Los trabajadores de salud son amables, tratan a los pacientes con respeto, cortesía y consideración.	X		X		X		
17	El personal de salud tiene las habilidades necesarias para el desenvolvimiento de su trabajo.	X		X		X		
DIMENSION N°05: EMPATIA								
18	En el CAP III Amarilis se ofrece atención individualizada según las necesidades de cada paciente.	X		X		X		
19	El personal de salud cumple puntualmente con el horario establecido para la atención según la programación de citas.	X		X		X		
20	El personal de salud del CAP III Amarilis Pillco Marca brinda una atención personalizada, adecuada a la naturaleza de mi consulta.	X		X		X		
21	El personal de salud muestra preocupación al momento de señalar mi dolencia o incomodidad.	X		X		X		
22	El personal demuestra comprensión del cliente al ajustarse a sus necesidades.	X		X		X		

Fuente: Elaboración propia

Datos del Experto: Doctor en Gestión Empresarial.

Firma:



Apellidos y Nombres: Barrueta Salazar, Luis Henryrri

DNI N° 42380412



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de recolección.

Agradecer de antemano sus aportes que permitirá validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem y/o pregunta y responda marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente; además, puede hacernos llegar algunas otras apreciaciones en la columna de observaciones.

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: "LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA - ESSALUD, 2025"

Escala de medición Likert.

Totamente en desacuerdo	En Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totamente de acuerdo
1	2	3	4	5

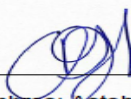
N°	Ítems	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.	SI	NO	El ítem contribuye a medir el indicador planteado.	SI	NO	
VARIABLE N°01: CALIDAD DE SERVICIO								
DIMENSION N°01: ELEMENTOS TANGIBLES								
01	Los equipos tecnológicos que utiliza el CAP III Amarilis Pillco Marca (computadoras, sistema de atención) son de apariencia moderna.	X		X		X		
02	Las instalaciones del CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud 2025 (local, mobiliario, vitrinas) son visualmente atractivos.	X		X		X		
03	El personal del CAP III Amarilis Pillco Marca siempre luce limpio y bien presentado.	X		X		X		
04	Los materiales que se utilizan en el CAP III Amarilis Pillco Marca (tomografías, rayos x, etc) son atractivos.	X		X		X		
DIMENSION N°02: FIABILIDAD								
05	En el CAP III Amarilis Pillco Marca tiene capacidad para brindar los servicios que promete.	X		X		X		

06	En el CAP III Amarilis Pillico Marca brindan respuestas precisas referente a las consultas de los usuarios.	X		X		X		
07	Los profesionales de salud en el CAP III Amarilis Pillico Marca son precisos y excelentes desde la primera consulta del usuario.	X		X		X		
08	El CAP III Amarilis Pillico Marca siempre cumple con lo que promete en sus servicios.	X		X		X		
09	El pronóstico inicial del usuario es confirmado por los análisis realizados por los profesionales de la salud.	X		X		X		
DIMENSION N°03: CAPACIDAD DE RESPUESTA								
10	El personal del CAP III Amarilis Pillico Marca siempre una actitud colaborativa para ayudarme cuando lo necesito	X		X		X		
11	El CAP III Amarilis Pillico Marca realiza sus servicios dentro del tiempo que requiere el usuario.	X		X		X		
12	La atención en el CAP III Amarilis Pillico Marca es rápida y sin demoras innecesarias.	X		X		X		
13	El personal de salud brinda atención de calidad aun en momentos críticos (área de emergencia).	X		X		X		
DIMENSION N°04: SEGURIDAD								
14	El personal de salud me transmite confianza cuando realizo mis consultas.	X		X		X		
15	El CAP III Amarilis Pillico Marca protege adecuadamente mis datos personales.	X		X		X		
16	Los trabajadores de salud son amables, tratan a los pacientes con respeto, cortesía y consideración.	X		X		X		
17	El personal de salud tiene las habilidades necesarias para el desenvolvimiento de su trabajo.	X		X		X		
DIMENSION N°05: EMPATIA								
18	En el CAP III Amarilis se ofrece atención individualizada según las necesidades de cada paciente.	X		X		X		
19	El personal de salud cumple puntualmente con el horario establecido para la atención según la programación de citas.	X		X		X		
20	El personal de salud del CAP III Amarilis Pillico Marca brinda una atención personalizada, adecuada a la naturaleza de mi consulta.	X		X		X		
21	El personal de salud muestra preocupación al momento de señalar mi dolencia o incomodidad.	X		X		X		
22	El personal demuestra comprensión del cliente al ajustarse a sus necesidades.	X		X		X		

Fuente: Elaboración propia

Datos del Experto: Doctor en Administración

Firma:



Apellidos y Nombres: Astohuaman Huaranga, Alex Davis

DNI N°44854119

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de recolección.

Agradecer de antemano sus aportes que permitirá validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem y/o pregunta y responda marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente; además, puede hacernos llegar algunas otras apreciaciones en la columna de observaciones.

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: "LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA - ESSALUD, 2025"

Escala de medición Likert.

Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
VARIABLE N°01: CALIDAD DE SERVICIO								
DIMENSION N°01: ELEMENTOS TANGIBLES								
01	Los equipos tecnológicos que utiliza el CAP III Amarilis Pillco Marca (computadoras, sistema de atención) son de apariencia moderna.	X		X		X		
02	Las instalaciones del CAP III Amarilis Pillco Marca – EsSalud 2025 (local, mobiliario, vitrinas) son visualmente atractivos.	X		X		X		
03	El personal del CAP III Amarilis Pillco Marca siempre luce limpio y bien presentado.	X		X		X		
04	Los materiales que se utilizan en el CAP III Amarilis Pillco Marca (tomografías, rayos x, etc) son atractivos.	X		X		X		
DIMENSION N°02: FIABILIDAD								
05	En el CAP III Amarilis Pillco Marca tiene capacidad para brindar los servicios que promete.	X		X		X		
06	En el CAP III Amarilis Pillco Marca brindan respuestas precisas referente a las consultas de los usuarios.	X		X		X		
07	Los profesionales de salud en el CAP III Amarilis Pillco Marca son precisos y excelentes desde la primera consulta del usuario.	X		X		X		
08	El CAP III Amarilis Pillco Marca siempre cumple con lo que promete en sus servicios.	X		X		X		
09	El pronóstico inicial del usuario es confirmado por los análisis realizados por los profesionales de la salud.	X		X		X		
DIMENSION N°03: CAPACIDAD DE RESPUESTA								
10	El personal del CAP III Amarilis Pillco Marca siempre una actitud colaborativa para ayudarme cuando lo necesito	X		X		X		
11	El CAP III Amarilis Pillco Marca realiza sus servicios dentro del tiempo que requiere el usuario.	X		X		X		
12	La atención en el CAP III Amarilis Pillco Marca es rápida y sin demoras innecesarias.	X		X		X		
13	El personal de salud brinda atención de calidad aun en momentos críticos (área de emergencia).	X		X		X		
DIMENSION N°04: SEGURIDAD								
14	El personal de salud me transmite confianza cuando realizo mis consultas.	X		X		X		
15	El CAP III Amarilis Pillco Marca protege adecuadamente mis datos personales.	X		X		X		
16	Los trabajadores de salud son amables, tratan a los pacientes con respeto, cortesía y consideración.	X		X		X		
17	El personal de salud tiene las habilidades necesarias para el desenvolvimiento de su trabajo.	X		X		X		
DIMENSION N°05: EMPATIA								
18	En el CAP III Amarilis se ofrece atención individualizada según las necesidades de cada paciente.	X		X		X		
19	El personal de salud cumple puntualmente con el horario establecido para la atención según la programación de citas.	X		X		X		
20	El personal de salud del CAP III Amarilis Pillco Marca brinda una atención personalizada, adecuada a la naturaleza de mi consulta.	X		X		X		
21	El personal de salud muestra preocupación al momento de señalar mi dolencia o incomodidad.	X		X		X		
22	El personal demuestra comprensión del cliente al ajustarse a sus necesidades.	X		X		X		

Fuente: Elaboración propia

Datos del Experto: Mg. en Gestión y Negocios, con mención en Gestión de Proyectos.

Firma: 

Apellidos y Nombres: Claudio Pérez, José Luis.

DNI N°: 22520222

Autorización para trabajar en las instituciones o consentimiento para trabajar con persona.)



PERÚ

Ministerio
de Trabajo
y Promoción del Empleo

Seguro Social de Salud
EsSalud



Firmado digitalmente por
BARRERA EGOAVIL Ivan Renato F/20131257750 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07.07.2025 15:01:17-0500

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

CARTA N° 000305-D-RAHU-ESSALUD-2025

Amarilis, 07 de Julio del 2025

Señores:

ROJAS BARRUETA, VIL KLINTON

TAPIA DÁVILA, ADRIANA ALLIE

Tesistas

Huánuco

Presente. –

Asunto: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL CAP III AMARILIS PILLCO MARCA - ESSALUD.

Expediente: 0113820250005131.

Referencia: SOLICITUD S/N (7JUL2025)

De mi especial consideración:

Me es grato dirigirme a ustedes para expresarles mi cordial saludo y a la vez, en atención al documento de la referencia, me permito autorizar la ejecución del trabajo de investigación titulado "La calidad de servicio al usuario en el CAP III Amarilis Pillco Marca - EsSalud, 2025", que se llevará a cabo en las instalaciones del Centro de Atención Primaria III Amarilis Pillco Marca de la Red Asistencial Huánuco - EsSalud.

Agradecemos su interés en realizar esta investigación en nuestras instalaciones y confiamos en que se llevará a cabo de acuerdo con las normativas éticas y de seguridad establecidas. El bienestar de los participantes y la integridad de los datos son nuestra máxima prioridad, y aseguramos que se seguirán los protocolos establecidos. Es importante que se mantenga una comunicación fluida con nuestro personal durante todo el proceso.

Por todo lo expuesto, tiene el visto bueno para su desarrollo respectivo; lo cual hago de su conocimiento para los fines pertinentes.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes.

Atentamente,

Firmado digitalmente por
IVAN RENATTO BARRERA EGOAVIL
DIRECCION DE LA RED ASISTENCIAL HUANUCO
ESSALUD

Cc.:

Archivo.

IRBE/Dir.

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Seguro Social de Salud, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sgdredes.essalud.gob.pe/validadorDocumental> e ingresando la siguiente clave: 5XVXMBV.

www.gob.pe/essalud

Jr. Domingo Cueto N.° 120
Jesús María
Lima 11 - Perú
Tel.: 265 - 6000 / 265 - 7000

