



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE LA EDUCACION
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO
ASIGNATURA: TRABAJO ESPECIAL DE GRADO



**HERRAMIENTAS TÉCNICAS QUE PROMUEVAN LA
CALIDAD DE SERVICIO EN EL ÁREA EMPRESARIAL
CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN
DIEGO ESTADO CARABOBO**

Autor:
Mary Carmen Borges

Naguanagua, 6 de Agosto 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE LA EDUCACION
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



ASIGNATURA: TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

**HERRAMIENTAS TÉCNICAS QUE PROMUEVAN LA
CALIDAD DE SERVICIO EN EL ÁREA EMPRESARIAL
CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN
DIEGO ESTADO CARABOBO**

- ✓ Gerencia, Competencias y Formación de Recursos Humanos
- ✓ Acción gerencial y desempeño del talento humano
- ✓ Gerencia de calidad

TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TITULO DE
LICENCIADA EN EDUCACIÓN MENCION: EDUCACION PARA EL TRABAJO
SUB AREA COMERCIAL

Autor:
Mary Carmen Borges



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE LA EDUCACION
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO
ASIGNATURA: TRABAJO ESPECIAL DE GRADO



APROBACION DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor de Trabajo de Grado presentado por la ciudadana Borges Mary Carmen titular de la cédula de identidad V- 21.405.738, para optar al grado de Licenciada en Educación, mención Educación para el Trabajo Sub Área Comercial, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Valencia, a los 06 del mes agosto de 2015

Lcdo. Orlando Castro

C.I.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
 ESCUELA DE LA EDUCACION
 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
 PLANEAMIENTO EDUCATIVO
 ASIGNATURA: TRABAJO ESPECIAL DE GRADO



APROBACION POR EL JURADO

**HERRAMIENTAS TÉCNICAS QUE PROMUEVAN LA
 CALIDAD DE SERVICIO EN EL ÁREA EMPRESARIAL
 CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN
 DIEGO ESTADO CARABOBO**

Mary Carmen Borges

Trabajo de Grado de Especialización aprobado, en nombre de la Universidad de Carabobo, por el siguiente jurado, en la ciudad de _____ a los _____ días del mes de _____ de _____

Nombre y Apellido

C.I.

Firma

ÍNDICE GENERAL

Lista de Tablas	vii
Lista de Gráficos	viii
Resumen	ix
Introducción	10 -11

CAPÍTULOS

I EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema	12- 15
Objetivos de la Investigación	
General	16
Específicos	16
Justificación de la Investigación	16 -17

II MARCO TEÓRICO – REFERENCIAL

Antecedentes de la Investigación	18 - 22
Bases Teóricas	22 - 29
Bases Legales	30 - 31

III METODOLOGÍA

Naturaleza de la Investigación	32
Diseño de la Investigación	33
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	34 - 35
Validez	35 - 36
Confiabilidad	36 - 37
Población y Muestra	38 - 39

IV PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Presentación de los resultados	44
Interpretación de los resultados	43 - 73

V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	74 - 76
Recomendaciones	76

VI DISEÑO DE UN MANUAL COMO HERRAMIENTA TECNICA

Portada	77 - 78
Introducción	79
Objetivo	80
Misión	80
Visión	80
Herramientas	81 - 87

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	85 - 87
-----------------------------------	---------

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla N° 1	45
Tabla N° 2	47
Tabla N° 3	48
Tabla N° 4	49
Tabla N° 5	51
Tabla N° 6	52
Tabla N° 7	53
Tabla N° 8	55
Tabla N° 9	56
Tabla N° 10	57
Tabla N° 11	58
Tabla N° 12	60
Tabla N° 13	61
Tabla N° 14	62
Tabla N° 15	64
Tabla N° 16	65
Tabla N° 17	66
Tabla N° 18	67
Tabla N° 19	69
Tabla N° 20	70
Tabla N° 21	72
Tabla N° 22	73

LISTA DE GÁRAFICOS

Gráfico N° 1	46
Gráfico N° 2	47
Gráfico N° 3	48
Gráfico N° 4	50
Gráfico N° 5	51
Gráfico N° 6	52
Gráfico N° 7	54
Gráfico N° 8	55
Gráfico N° 9	56
Gráfico N° 10	57
Gráfico N° 11	59
Gráfico N° 12	60
Gráfico N° 13	61
Gráfico N° 14	63
Gráfico N° 15	64
Gráfico N° 16	65
Gráfico N° 17	66
Gráfico N° 18	68
Gráfico N° 19	69
Gráfico N° 20	71
Gráfico N° 21	72
Gráfico N° 22	74



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE LA EDUCACION
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



ASIGNATURA: TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

HERRAMIENTAS TÉCNICAS QUE PROMUEVAN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL ÁREA EMPRESARIAL CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN DIEGO ESTADO CARABOBO

Autor:

Mary Carmen Borges

RESUMEN

El trabajo planteado, titulado: Herramientas técnicas que promuevan la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales, desarrollado en la oficina área empresarial clínica docente los jarales del municipio San Diego Estado Carabobo. Presentando como problemática deficiencia en la calidad de servicio que se les brinda a los clientes, por lo cual el objetivo general de la investigación es proponer herramientas técnicas que promuevan la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales del municipio san diego estado Carabobo. La metodología utilizada es descriptiva, apoyada a una investigación de campo no experimental, utilizando, como técnica de recolección de datos, la observación y la encuesta a través de un cuestionario modelo SERVQUAL de veintidós preguntas. Los resultados permitieron concluir que existe una problemática en el área y que se deben tomar medidas para mejorar el servicio que se les brinda a los clientes.

Palabras claves: Servicio, Calidad, Atención al Cliente

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, uno de los factores que determinan la posición y sobrevivencia de una organización de servicio, es la aceptación del cliente, con respecto al producto o servicio que recibe, aceptación que está suspendida a la capacidad que estas posean para satisfacer sus requerimientos. Este planteamiento se traduce en lo que hoy se conoce como calidad de servicio.

El servicio, es el requisito imprescindible para competir en las organizaciones industriales y comerciales, puesto que tiene implicaciones en los resultados a corto y largo plazo. Tales resultados no son otros sino, la productividad, la competitividad, el reconocimiento, la permanencia en el mercado entre otros, todo esto logrando a través de la satisfacción de las necesidades y expectativas de quien hace posible la existencia de una organización de servicio. Dentro de este marco, la calidad de servicio juega un papel de mucha importancia en el ámbito laboral, ya que es primordial para que los trabajadores desempeñen sus actividades de manera óptima. Por tanto, si la satisfacción de estas expectativas y necesidades depende del éxito y sobrevivencia de una organización, es necesario conocer hasta qué punto el servicio que ofrece o presta es un servicio de calidad.

En la línea de estos criterios, se presentará el siguiente estudio de investigación, a través del cual, se determinan las herramientas técnicas que promuevan la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales del municipio San Diego del Estado Carabobo, para lograr satisfacer las necesidades de sus clientes, dando a conocer la situación actual del servicio y permitiendo así optimizar el mismo, dando una mejor atención a los cliente.

Este trabajo se encuentra estructurado por los seis (06) capítulos:

Capítulo I: Se realizará una descripción del contexto en donde se desarrollará la investigación, el planteamiento del problema y su formulación, y se establecerán los objetivos de la investigación tanto general como específicos.

Capítulo II: Contiene los elementos que dan soporte al trabajo de investigación, como los antecedentes, así como bases teóricas y bases legales.

Capítulo III: Define la naturaleza de la investigación (investigación de tipo descriptiva), las técnicas e instrumentos para recolectar los datos, así como la validez y confiabilidad de los mismos, y por supuesto la población a investigar.

Capítulo IV: Se encuentra conformado por el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicada a la muestra.

Capítulo V: Se encuentra estructurado por las conclusiones alcanzadas acerca del trabajo realizado y las recomendaciones para la mejora de la calidad de servicio.

Capítulo VI: En este se presenta la elaboración de un manual como herramienta técnica para promover la calidad del servicio.

De igual manera, también se presenta la bibliografía referida al conjunto de fuente de información que se han utilizado en la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento Del Problema

En un mercado globalizado como en el que actualmente se vive, en el que continuamente se es bombardeado con información de ofertas, publicidad, marketing, donde constantemente las personas se encuentran comparando un producto con otro, ha traído como consecuencia que las empresas reorienten su interés hacia la excelencia, en la calidad de sus servicios, dado que los clientes actualmente tienen expectativas más elevadas y la competencia es mayor dentro del mercado mundial.

La competitividad entre empresas, ya no solo se trata de saber fabricar un producto, sino de saber cómo atender a sus clientes, es por esto que la calidad en el servicio se utiliza en las organizaciones como herramienta que permita elevar el nivel de percepción que tiene el cliente acerca del producto, aumentando así su valor (Víctor Quijano 2003). Es decir, que si las organizaciones se enfocan en brindarle un buen servicio al cliente al momento de adquirir un producto, estos sentirán desde un principio que son atendidos de acuerdo a sus expectativas, generando así la fidelidad a la empresa.

La calidad es una actitud y esta a su vez es un valor cultural que antecede a la conducta. Un comportamiento para la calidad supone un compromiso personal de cada individuo hacia la creencia de que la calidad es la base de la ventaja competitiva, en consecuencia la calidad de los servicios depende de las actitudes y conductas que se traducen en un comportamiento de todo el personal que labora en una empresa (Víctor Quijano, 2003). Desde este enfoque, es necesario que los empleados

entiendan la importancia de servir, portando una conducta acta hacia las personas a las que son dirigidos de forma que se pueda observar su compromiso con la empresa.

Es por eso que un buen servicio cuenta con algunos elementos como son la rapidez de respuesta, amabilidad, buena actitud, profesionalismo y credibilidad, entre otros, siendo estos, elementos importantes para el cliente de manera que si lo perciben, lo comentan y regresan a consumir. Es decir, ofrecerle al cliente un servicio de calidad es poder contar con la lealtad del mismo con la organización,

De esta manera, para convertir a una empresa en una organización con calidad, se debe partir desde lo más primordial, su equipo humano, es decir, si se brinda un servicio interno de calidad, se desarrollan trabajadores talentosos y comprometidos con la cultura organizacional y por ende se logran clientes externos satisfechos, asegurando el éxito, la permanencia y la fidelidad del cliente, ya que a medida que los mercados se hacen cada vez más competitivos y los clientes se vuelven más exigentes, es necesario satisfacer sus necesidades con un alto grado de calidad para asegurar que los clientes queden comprometidos con la empresa, y esto se logra superando las expectativas del servicio prestado.

De igual manera, para determinar la posición de la empresa u organización a largo plazo se debe tomar en cuenta la opinión del cliente acerca del servicio o producto brindado, es por eso que para que el cliente obtenga una opinión positiva de la empresa se debe satisfacer todas sus expectativas o necesidades, es lo que se ha llamado calidad de servicio. Cabe destacar, que satisfacer las expectativas del cliente no es fácil, pero es la razón de ser del negocio ya que es tan importante como las actividades operativas de la empresa. Por lo tanto, si satisfacer las expectativas del cliente es tan importante como se ha dicho, entonces, es necesario indagar y obtener información apropiada del cliente que contengan aspectos relacionados con sus necesidades, para poder brindar un servicio de calidad.

Por lo anteriormente planteado, la investigación se desarrolla en la Clínica Docente los Jarales, que es una organización que ofrece servicios hospitalarios integrales a las distintas empresas, compañías de seguro y público en general, a costos razonables. Es una organización concebida por un grupo de profesionales altamente calificados, puesto que posee más de 20 años de reconocida credibilidad y experiencia en el área medico asistencial, y una amplia trayectoria en el área de la Gerencia médica. Se encuentra estructurada por los siguientes departamentos: Gerencial General, Administración, Finanzas (Contabilidad), Recursos Humanos, Atención Integral (Admisión, Emergencias Medica y Atención integral), Mercadeo, Compras, Suministro, Dirección Médica, Radiología, Sistemas, Mantenimiento, Enfermería (Emergencia, Hospitalización, Quirófano) y Atención empresarial.

Igualmente, es importante destacar que dentro de la estructura de la Clínica Docente los Jarales existe una oficina de Salud Ocupacional constituida por el personal encargado (Analista de atención empresarial y Medico Ocupacional) el cual desarrolla funciones importantes tales como: Garantizar la atención médico-asistencial a los pacientes referidos por empresas contratantes del servicio de salud ocupacional, así como la atención administrativa a los clientes del servicio, ejecutar todas las actividades necesarias, para que se les practique la totalidad de los exámenes solicitados por cada empresa a sus trabajadores y el envío oportuno de los informes a las mismas.

Por ello, la empresa y el área de salud ocupacional, se deben caracterizar por poseer un alto nivel de calidad de servicio prestado a sus clientes, y esto dependerá de la actitud del personal que allí labora, puesto que deben estar dispuestos a solucionar los problemas relacionados con la clínica a sus clientes y satisfacer sus expectativas de calidad de servicio, tomando en cuenta que no es solo la especificación de un producto o servicio, es minimizar todos aquellos rasgos que puedan crear distancias

entre la empresa y el cliente, y por lo tanto exige trabajar activamente con las personas que requieren del servicio que son: los clientes, los trabajadores y la propia gerencia.

El área de Salud Ocupacional tiene la necesidad de prestar una calidad de servicio óptima para los trabajadores y clientes, con el objetivo de cubrir las expectativas y necesidades de los mismos. Sin embargo, la realidad del área Salud Ocupacional, es la situación que hoy presenta como lo es la deficiencia en cuanto al servicio prestado, debido al poco personal que labora en esa área, a la falta de organización de la encargada del área, creando así quejas por el trato recibido, ya que muchas veces brinda una inadecuada información al usuario. Como consecuencia de esto, se puede ver afectada la imagen del departamento, del personal que allí labora y de la clínica en general,

De esta manera se pretende estudiar la realidad en la clínica docente los jarales (área empresarial) en la organización dispensadora de salud (objeto de estudio), ya que la misma demanda una gestión orientada en las expectativas del cliente para adecuar o adaptar el servicio prestado a niveles cada vez más exigentes.

De lo anteriormente expuesto es necesario plantearse las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual de la calidad de servicio que presta el área empresarial clínica docente los jarales?

¿Qué herramientas técnicas se pueden proponer para promover la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales?

Objetivos de la Investigación

General

Proponer herramientas técnicas que promuevan la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales del municipio san diego estado Carabobo.

Específicos

- Diagnosticar la situación actual del servicio que presta el área empresarial en la Clínica Docente los Jarales del Municipio San Diego del Estado Carabobo.
- Determinar la percepción que tienen los clientes de la calidad del servicio ofrecido por el área empresarial clínica docente los jarales
- Diseñar un manual como herramienta técnica que permita promover la calidad del servicio en el área empresarial clínica docente los jarales

Justificación

En la actualidad, la calidad de servicio representa para las organizaciones una de las principales ventajas competitivas, constituyendo esfuerzos y actividades realizadas por el área de Salud Ocupacional, enfocadas a la satisfacción de los trabajadores y clientes lo cual involucra todos los procesos productivos de la empresa.

Por lo antes expuesto, esta investigación permitirá al área de Salud Ocupacional cambiar su visión de servicio, ya que la tarea en esta área se incrementa cada día más, adicionándole la participación en la creación de mecanismos necesarios para ayudar

al personal a incorporarse a la organización, adoptando un método para la resolución de problemas.

Adicionalmente, el área de Salud Ocupacional de la Clínica Docentes los Jarales se verá beneficiada, debido a que permitirá hacer modificaciones en sus procesos y adicionar nuevos acuerdos a los requerimientos que se presenten. Igualmente se hace interesante determinar herramientas que logren mejorar la calidad de servicio que se presta a los trabajadores y clientes en esa área, logrando así obtener suficiente información para ser analizada con el fin de señalar algunas alternativas y posibles soluciones, las cuales pueden solventar de raíz la problemática existente y que a su vez servirá de base para otras empresas, organizaciones e instituciones que presentan igual o similar problemática.

Finalmente, de esta investigación se servirán los estudiantes e investigadores de la Universidad de Carabobo y de otras instituciones quienes tendrán a su disposición un material bibliográfico que podrán utilizar como antecedentes en temas similares donde estén relacionadas las actividades al área de calidad de servicio.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO - REFERENCIAL

Antecedentes De La Investigación

Para la realización de esta investigación, se consultaron diversos trabajos con la finalidad conocer un poco más de la mismas y analizar de manera eficiente los avances que se han tenido en la materia estudiada, así como las teorías métodos e instrumentos que han servido para mejorar la calidad de servicio en distintas áreas. A continuación se presentan los antecedentes vinculados con el tema, entre los cuales se citan:

Perdomo J. (2007), “La Calidad de Atención al Cliente del Centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia E.A.P. en Barquisimeto” en su investigación presentada la cual es de tipo descriptiva presenta una problemática basada en la influencia de la atención al cliente a través de los productos o servicios ofrecidos, su objetivo general evaluar la calidad de atención al cliente en el Centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia E.A.P. en Barquisimeto.

Concluye, con respecto a la calidad de los productos ofrecidos por la entidad (cuentas de ahorro, cuentas corrientes, certificados de ahorro, tarjetas de débito y de crédito entre otros) es baja o con poca satisfacción, ya que los mismos no cubren totalmente las expectativas de los clientes, con respecto al servicio personal de las personas que laboran dentro del Centro De Negocios Norte Del Banco Casa Propia E.A.P. en Barquisimeto es medianamente satisfactorio pero muy subjetivo por cuanto es una apreciación muy personal que va a depender de las necesidades individuales de los clientes. La investigación se relaciona, porque ambos buscan mejoras a la calidad de servicio prestado y a la atención al cliente, de manera que el cliente pueda contar

con un servicio de calidad. La investigación consultada deja como aporte que la perspectiva de los clientes acerca del servicio que les ofrecen es individual y que depende de las necesidades que ellos requieran sean atendidas.

Igualmente Vilchez J. (2007) “Evaluación de la Calidad del Servicio Prestado al Cliente en la Empresa Cordero Agreda & CIA, Ubicada En Barquisimeto – Estado Lara”. En su trabajo presentado se enmarca un estudio de carácter descriptivo, con el fin de determinar la eficiencia y eficacia en la prestación del servicio al cliente. Concluyendo que la Gerencia de Servicio de Cordero Agreda y CIA, se propone un enfoque con mayor énfasis hacia el cliente y propiciar una relación más afectiva de los empleados con la estrategia de atención al cliente de la organización, para hacer el proceso más eficiente y eficaz. Este trabajo presenta una relación con la presente investigación puesto que está orientada al logro de la excelencia en la calidad de servicio al cliente a través de herramientas que mejoren el proceso. De igual forma, a través de la investigación consultada, se observó lo importante que es, que los empleados tengan una buena relación con los clientes para que el servicio que se esté brindando sea de mejor calidad.

Por otra parte, Salgado N. (2006) “Evaluación de la calidad de Atención a los Clientes Externos del Departamento de Bacteriología del Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel”, Finalmente concluye que a través de esta investigación se espera identificar y estimar las necesidades del cliente externo que solicita los servicios de Bacteriología del Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel, a través de indicadores de calidad de atención. De esta manera se pretende contratar la atención que se presta en el servicio con estos indicadores, para determinar las necesidades susceptibles de mejora y evaluar la necesidad del servicio. Para ir creando a futuro modelos de respuestas inmediatas, con la finalidad de gestionar adecuadamente y tomar medidas sobre ello. Así mismo, también conocer las expectativas del cliente externo del departamento de bacteriología del Instituto

Nacional de Higiene Rafael Rangel, con la finalidad de mejorar la percepción que estos tienen de la calidad de atención ofrecida por el departamento.

Este estudio guarda relación con la presente investigación ya que está orientado a conocer la percepción del cliente acerca del servicio ofrecido y así buscar mejoras en el mismo. Al igual que ambas investigaciones buscan conocer las necesidades del cliente.

Morillo M. (2007) “Análisis de la Calidad de Servicio Hotelero Mediante la Escala de SERVQUAL”, a través de este estudio concluyó, al comparar las expectativas con las percepciones de los huéspedes sobre los servicios se obtuvo que en la mayoría de dimensiones las percepciones superaron o igualaron las expectativas, a excepción de los huéspedes de hoteles dos estrellas quienes presentan expectativas superiores a las impresiones o percepciones del servicio recibido en la mayoría de variables asociadas a la confiabilidad en los hoteles de cuatro estrellas respecto a la rapidez y agilidad de los empleados y a la búsqueda de lo mejor para los intereses del cliente, en los hoteles de una estrella en cuanto a la confianza con los empleados, al conocimiento de éstos sobre sus necesidades específicas, al uso de nueva tecnología y equipos modernos, y al atractivo de sus instalaciones.

Ambas investigaciones se relacionan debido a que se utilizará la escala de SERVQUAL para medir la percepción del cliente en cuanto a la atención ofrecida basado en las cinco (05) dimensiones de la calidad de servicio, dejando como aporte lo importante que es conocer las expectativas del cliente y las dimensiones en que se ubica para poder brindarle el servicio de calidad que solicitan.

García E. “Calidad de la Atención en Salud Percepción de los Usuarios”, en su trabajo concluye con lo siguiente: En cuanto a lo Físico: Los usuarios coinciden en la necesidad de instaurar un Centro de Información de fácil acceso al público, con gente

capacitada que brinde orientación precisa a los usuarios sobre ubicación y trámites. Elementos Tangibles: Hacen falta insumos para llevar a cabo los procedimientos. Fiabilidad: Los usuarios no reciben información oportuna sobre cambios en citas y procedimientos programados. Se sugiere mejorar estos procesos y probar alternativas como citas telefónicas, entre otras opciones que contribuyan a descongestionar estos trámites en el HUV y contribuyan a un mejor servicio a los usuarios, con mayor rapidez. Capacidad de respuesta: Las citas programadas asignadas son bastante espaciadas en el tiempo. Los tiempos de espera el día de la cita son prolongados. Seguridad: Se requieren procesos de educación a los usuarios sobre los procedimientos y trámites que deben realizar ante sus EPS, de tal manera que se agilice la atención, por cuenta de una documentación exigida que llegue completa al Hospital. Empatía: Existe la percepción de que algunas enfermeras, auxiliares, personal administrativo y de oficios varios no poseen espíritu servicial.

Guarda relación con el presente estudio porque fue aplicado en el sector salud, utilizando la misma escala que se pretende aplicar para medir la percepción de los clientes, de igual manera basado en las cinco (05) dimensiones de la calidad del servicio.

Carrasco N. (2010) “Evaluar la Calidad en el Servicio y Atención al Clientes en la Hostería Karen Estefanía en la Ciudad de Guano, de la Provincia de Chimborazo”, en su estudio concluye, que los turistas consideran que el servicio que se les presta se encuentra entre buenos y regulares. La calificación está sujeta a la inconformidad con la calidad del servicio, aclarando que no todos los clientes tienen una percepción clara de calidad, lo cual es responsabilidad de la hostería.

Este proyecto coincide con dicho estudio porque ambas investigaciones buscan conocer la atención que se les brinda a los clientes y en evaluar la calidad del servicio para buscar mejoras y satisfacer las necesidades del cliente.

Lascurain I. (2012), “Diagnostico y Propuesta de Mejora en la Calidad en el Servicio de una Empresa de Unidades de Energía Eléctrica Ininterrumpida” la investigación es de tipo descriptiva donde el autor concluyo que debe existir una buena comunicación entre el personal de la empresa y los clientes, y que la empresa debe establecer un manejo de quejas para que el cliente comunique su descontento de forma que se pueda tener información relevante para la mejora y resolución de problemas fomentando al mismo tiempo la comunicación. El cliente debe ser escuchado. De igual manera, es importante para la empresa que cada uno de los que ahí laboran entienda sus actividades y estén listos para responder en caso de cualquier tipo de eventualidad, que sean eficientes y eficaces al ejecutar sus actividades.

Dicha investigación se relaciona con la actual planteada porque ambas estudian la calidad de servicio que se les brinda a los clientes, aportando la importancia que es la comunicación entre los empleados y los clientes para que el servicio sea de mejor calidad.

Bases Teóricas

Es importante mencionar algunas investigaciones relacionada con este estudio donde diversos investigadores han centrado su interés en esta temática, entre las cuales se pueden mencionar:

Calidad

Según Deming (1989) cuanto a la calidad indica:

La calidad de un producto o servicio comprende un conjunto de facultades y cualidades que de alguna u otra manera influyen en el grado de satisfacción de

quienes interactúan con esto, es decir, para que un producto o servicio sea de calidad no solo debe satisfacer una necesidad, sino que deberá cumplir con las estrategias y deseos del usuario o cliente. Por ello, es necesario hacer referencia acerca de la calidad, para poder entender aún más sobre la calidad de servicio (p. 171).

Por su parte Berry T. (1989) hace referencia al concepto de calidad como... “La satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes (p. 2). Se puede decir, que el grado de satisfacción que experimente el cliente determinará si un producto o servicio es de calidad”.

Para Stoner (1996) aporta que la calidad; en el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos.

Servicio

Según Albreht (1998)

Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes (p.55).

Características De Servicio

Según Albrecht (1998) las características que poseen los servicios y que lo distinguen de los productos (p.57) son:

- **Intangibilidad:** esta es la característica más básica de los servicios, consiste en la dificultad de una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.
- **Heterogeneidad (o variabilidad):** dos servicios similares no nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos.
- **Inseparabilidad:** en los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.
- **Percivilidad:** los servicios no se pueden almacenar, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento.
- **Ausencia de propiedad:** los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo.

Principios Básicos Del Servicio

Para Cantú D. (2001) “Los principios básicos del servicio son la filosofía subyacente de este, que sirven para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa” (p.153).

- Actitud de servicio: Convicción íntima de que es un honor servir
- Satisfacción del usuario: Es la intención de vender satisfacción más que productos.
- Dado el carácter transitorio, inmediatista y variable de los servicios, se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta.
- Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas: es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.
- El buen servidor es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes.

Importancia De Servicio

De igual forma el autor Dolan (1999)

La importancia de contar con dichas características radica en que de su presencia y buen manejo depende dar al cliente una experiencia de compra/servicio de calidad que permita establecer un Vínculo Emocional Positivo que a su vez propicia la lealtad del cliente a la empresa, lo cual suele ser un factor de crecimiento en el número de clientes y por lo tanto, determinante en el éxito o no de la empresa, es decir, que en términos generales, la atención y el servicio de calidad representan una ventaja competitiva para el negocio (p.55).

Para cualquiera organización uno de los principales problema es la captación de los clientes o la respuesta de las necesidades que llene de satisfacción a los usuarios, lo cual a la larga conlleva al éxito, teniendo como respuesta un crecimiento sostenible.

Calidad De Servicio

En la actualidad, la búsqueda de la calidad en los servicios representa una de las principales tendencias en el sector de la distribución y es precisamente esta calidad la que distingue a las organizaciones con éxito de aquellas que permanecen en la media. En este sentido, la calidad de servicio está representada por el grado o nivel en que un servicio cumple o satisface las expectativas del cliente, es decir, la diferencia entre lo que el cliente espera y lo que recibe. Con respecto a esta generalización, Denton, D. (1991) afirma que: “Un servicio es una combinación de una conducta o actividad humana con objetos y procesos específicos, cuya finalidad es ayudar al cliente a satisfacer necesidades continuas e inmediatas” (p.97). En este mismo orden de ideas, se dice que los servicios presentan tres características claves que lo diferencian de los bienes o productos tangibles, lo que trae como consecuencia la necesidad de una forma diferente de evaluar y controlar su calidad, ya que los métodos utilizados en el caso de los productos tangibles son inadecuados para los servicios.

Estas características son:

- Los servicios son básicamente intangibles, esto se debe a que no son objeto, no son una estructura sino algo dinámico, lo que no permite establecer especificaciones para su elaboración que permite estandarizar su calidad.
- Son heterogéneos, es decir, varía de un empleado a otro, de un cliente a otro y de un día a otro.
- La realización y el consumo son inseparables, se realizan en forma simultánea, por lo que la calidad no puede determinarse por anticipado, ya que se produce durante la entrega del servicio.

Dimensiones de la Calidad del Servicio

Estas dimensiones están relacionadas con las expectativas y percepciones del cliente respecto al servicio. A continuación está definida cada una de las dimensiones totales del funcionamiento del servicio. Parasuram y Zeithaml (1989).

- **Tangibilidad:** Es aquella parte del negocio, soporte material, igualmente incluye al personal de contacto, que es aquel que interactúa directamente con el cliente; también aquí se toma en cuenta el soporte de comunicación, de instalaciones infraestructura. Esta dimensión es capaz de influir en la impresión que pueda crearse el cliente con respecto a la calidad de servicio de dos formas: los intangibles dan una concepción de naturaleza misma y de la calidad de servicio y los tangibles, impactan directamente con la percepción de la calidad de servicio.
- **Fiabilidad:** Representa la realización eficaz y eficiente del servicio desde el primer instante en el cual se encuentra el cliente con el servicio así como también este término define la formalidad y exactitud del mismo.
- **Responsabilidad:** En esta dimensión se aborda la capacidad que tiene la organización de realizar el servicio dentro de los parámetros aceptables por el cliente, es la respuesta pronta y oportuna.
- **Seguridad:** Esta referida a la inexistencia de riesgos y peligros así como de dudas que el servicio podría proporcionarle al cliente al momento de utilizarlo, es la confianza que percibe el cliente. Adicionalmente se basa en la competencia; personal capacitado con la información completa y necesaria igualmente se basa en la cortesía: Educación, Respeto y Amabilidad del personal hacia el cliente.

- **Empatía:** Va más allá de una sonrisa. Consiste en un trato hacia los clientes más que cortes; considerar y entender las necesidades que el cliente tiene con el propósito de proporcionarle la solución más adecuada a su requerimiento. También abarca el deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.

Atención Al Cliente

Según Kotler (2001) “Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece en este caso un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el instante y lugar adecuado y e asegure en uso correcto del mismo” (p.19).

Una vez descrita la definición de cliente es importante señalar que existen dos tipos de cliente, el interno y el externo los cuales se detallan a continuación:

Interno

Son aquellas personas dentro de la empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativas, administrativas o ejecutivo, recibe de otro algún producto servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.

Externos

Son aquellos que no pertenece a la empresa u organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto. Aun cuando en los conceptos anteriores, resulte sustentable el término de cliente interno no todo el mundo acepta esta definición y es que entre ambos tipos de clientes existe diferencia que los separan notablemente.

Importancia De La Atención Al Cliente

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por eso muchas compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa. Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus proveedores, ya que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario.

Técnica

Falcón y Herrera (2005) al respecto que se entiende como técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información (p.12)

En opinión Rodríguez P. (2008-2010) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevista, encuesta.

Herramientas

Es un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una actividad.

Herramientas Técnicas

Es el ordenamiento de la conducta o determinada forma de actuar y usar herramientas como medio para alcanzar un fin determinado

Bases Legales

En esta sección de la investigación se encuentran plasmadas las leyes que sustentan la misma o que se encuentran relacionados.

LEY ORGANICA DE SALUD

Gaceta Oficial N° 36.579 de fecha 11 de noviembre de 1998

El congreso de la república de Venezuela

Ley Orgánica de Salud

Título I

Disposiciones Preliminares

Artículo 3°. Los servicios de salud garantizarán la protección de la salud a todos los habitantes del país y funcionarán de conformidad con los siguientes principios:

- Principio de Calidad: En los establecimientos de atención médica se desarrollarán mecanismos de control para garantizar a los usuarios la calidad en la prestación de los servicios, la cual deberá observar criterios de integridad, personalización, continuidad, suficiencia, oportunidad y adecuación a las normas, procedimientos administrativos y prácticas profesionales

Dicho artículo abarca la protección que se les debe brindar a los usuarios, basado en ciertos criterios que establece la ley para brindarles a los usuarios una atención de calidad.

Capítulo II

Del Funcionamiento de los Establecimientos de Atención Médica

Artículo 44.- Los principios que rigen los servicios para la salud y las normas de funcionamiento de los establecimientos de atención médica previstos en esta Ley serán aplicables, igualmente y con las especificidades del caso concreto, a los establecimientos de atención médica propiedad de los particulares.

En este artículo, se establece que esta ley debe ser aplicable para toda organización que presente servicio de salud bien sea público o privado.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Naturaleza De La Investigación

La modalidad de la presente investigación se enmarcara de tipo descriptiva porque tiene como propósito la descripción cuantitativa de un evento o fenómeno tal cual debe ocurrir en la realidad sin generalización categórica.

En este propósito señala Arias F. (2006)

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (p.24).

La investigación descriptiva se clasifica en:

- Estudios de medición de variables independientes: Su misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre éstas. Es decir, cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente. En este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables.

“Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación” (Arias F.; 1999)

- Investigación correlacional: Su finalidad es determinar el grado de relación o asociación (no casual) existente entre dos o más variables. En estos estudios, primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación.

“Los estudios correlacionales son un tipo de investigación descriptiva que trata de determinar el grado de relación existente entre las variables” (Ary, Jacobs y Razavieh, 1989, p.18)

Diseño De La Investigación

Tomando en cuenta a la naturaleza de la investigación, esta se fundamentara en un diseño de campo, no experimental. Pudiendo definir diseño de acuerdo a Arias F. (2006) como:

El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en: documental, de campo y experimental (p.26).

De igual manera el estudio se adecua a los propósitos de la investigación no experimental definida por Arias F. (2006), de la siguiente manera:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos

(datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (p.31).

Al respecto se busca Analizar la calidad de servicio que presta el área de Salud Ocupacional en la Clínica Docente Los Jarales Del Municipio San Diego Estado Carabobo tal como es, sin manipula las acciones al personal.

Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos

Las técnicas o procedimientos de recolección de los datos explican, los procedimientos, lugar y condiciones que tienen las mismas para su aplicación.

Observación y su Instrumento

Definida de la siguiente manera según Arias F. (2006).

La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetos de investigación preestablecidos. (p.69).

Para la técnica de observación, el instrumento utilizado es la llamada hoja de observación, representado por los siguientes aspectos, atención al cliente, servicio prestado al usuario, solución a las inquietudes y problemas, así como los indicadores excelente, bueno, regular y deficiente, obteniendo los datos observados para luego registrarlos una vez seleccionados.

Encuesta y su Instrumento

Asimismo, se utilizará como técnica la encuesta definida por Arias F. (2006), como:

Es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema en particular. (p.72); y como instrumento se aplicará un cuestionario basado en el modelo de SERVQUAL, que permite captar las percepciones de los clientes, definiendo cuestionario de la siguiente manera según Arias F. (2006),

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (p.74).

Por otra parte podemos definir el modelo de SERVQUAL cómo, un modelo cuyo, propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco (5) dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, y está constituida por una escala de respuestas cerradas diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio.

De igual manera, el cuestionario contiene veinte dos (22) preguntas, las cuales están redactadas de manera general, donde los clientes evalúan la importancia que tiene cada una de las cinco (5) dimensiones de servicio.

Validación del Instrumento

Tamayo (1998), consideran que la validez es un “Acuerdo entre el resultado de una prueba o medida y la cosa que se supone medida” (P. 224). Para determinar esta característica pueden tenerse en cuenta diferentes tipos de evidencias relacionadas con el contenido, el criterio y el experto entre otras.

Por otra parte, Hernández S. (2010) expone la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Por lo que dos (02) expertos de la Facultad de Ciencias de la Educación de los cuales, uno (01) es del departamento de administración y planeamiento educativo y uno (01) una profesora egresada de la facultad del departamento de orientación se encargaron de validarlo.

Confiabilidad del Instrumento

Se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales. Hernández S. (2010).

Sin embargo, para la confiabilidad del instrumento, es importante destacar que su medición, para Hernández, Fernandez y Baptista (2006), lo que se busca es minimizar el grado de error del mismo. Para determinar la confiabilidad del instrumento se utilizó el Coeficiente de Kuder Richardson (KR-20) aplicando la siguiente formula:

$$KR - 20 = \left(\frac{k}{k-1}\right) * \left(1 - \frac{\sum p_i q_i}{V_t}\right)$$

- KR-20: Coeficiente de confiabilidad (Kuder Richardson)
- K: Numero de ítems que contiene el instrumento
- Vt: Varianza total de la prueba

- S_p^2 : Sumatoria de la varianza individual de los ítems
- p : TRC/N; Total de respuestas correctas entre números de sujetos iguales
- $q = 1 - p$

Este coeficiente requiere de una sola administración, el cual produce valores entre 0 y 1, entendiéndose que cero (0) significa confiabilidad nula y uno (1) máxima confiabilidad, a tal efecto Serrano (1996), “expresa que un resultado igual o mayor a 0,80 significa que el instrumento es confiable” (p.109).

Valor de Confiabilidad:

Muy Bajo	Bajo	Regular	Aceptable	Elevado
Entre 0 y 0,20 medición con error	Entre 0,21 y 0,40 medición con pocos errores	Entre 0,41 y 0,60 medición con error	Entre 0,61 y 0,80 medición sin errores	Entre 0,81 y 1,00 medición sin errores

Para medir la confiabilidad del instrumento se aplicó una prueba piloto a seis (06) trabajadores de la clínica docente los jarales, dividido de la siguiente manera, tres (04) analista administrativos, y dos (02) enfermeras.

Muestra

La muestra es un subconjunto de la población, son los sujetos involucrados en el estudio es decir, es la unidad contextual que aporta la información.

Al respecto Arias F. (2006) indica: La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. (p.83)

Tratándose de que el presente estudio se trata de una población finita, se toma como muestra las seis (6) personas representantes de las empresas afiliadas a la clínica Docente Los Jarales, ya que cumplen con las condiciones anteriormente mencionadas.

En tal sentido, la muestra es total o exhaustiva que según Hernández (1998) la definen como el censo, el cual es: “El proceso de toma de información de todos y cada uno de los elementos que constituyen la población”. (p.320).

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Objetivo General: Proponer herramientas técnicas que promuevan la calidad de servicio en el Área Empresarial Clínica Docente los Jarales del Municipio San Diego Estado Carabobo

Variables	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	ITEMS
Herramientas Técnicas: Es el ordenamiento de la conducta o determinada forma de actuar y usar herramientas como medio para alcanzar un fin determinado	Forma de Actuar	Comportamiento	¿Los empleados poseen una conducta intachable?	1
	Herramientas	Entrenamiento al personal para la atención al cliente	¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?	2
		Buzón de sugerencias	¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?	3
		Computadora	¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizado de los pacientes?	4
		Agenda	¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?	5

Calidad de Servicio: Está representada por el grado o nivel en que un servicio cumple o satisface las expectativas del cliente, es decir, la diferencia entre lo que el cliente espera y lo que recibe. (Denton, 1991)	Expectativas del Cliente	Apariencia	¿Los empleados poseen una apariencia pulcra?	6
		Organización	¿La oficina se encuentra organizada?	7
		Equipamiento básico	¿El área cuenta con buena estructura?	8
			¿El área cuenta con equipos tecnológicos modernos?	9
		Disponibilidad	¿Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema?	10
			¿Los empleados se encuentran disponibles a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda?	11
		Comunicación	¿Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen?	12

			¿Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa?	13
		Responsabilidad	¿Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes?	14
			¿Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes?	15
		Experiencia profesional	¿Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio?	16
			¿Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad?	17
		Calidad en el trato	¿Los empleados tienen una actitud amable?	18
			¿Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente?	19

			¿Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente?	20
			¿El servicio se presta bien en todo momento?	21
			¿El tiempo de espera para ser atendido es el indicado?	22

CAPITULO IV
ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos del análisis de los datos y seguido de esto la interpretación de los mismos. Después de tabular los resultados, que se obtuvieron en la aplicación del instrumento, el cual fue un cuestionario utilizando el modelo SERVQUAL, tomando en cuenta los indicadores asociados a las variables de estudio.

Presentación de los Resultados

Observación directa

Cuadro N° 1

ASPECTO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Atención al cliente			X	
Servicio prestado al cliente			X	
Solución a las inquietudes y problemas				X

Fuente: Borges (2015)

Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de la hoja de observación se observó que el área empresarial clínica docente los jarales

ofrece a sus clientes una atención regular, al igual que se pudo observar que las necesidades de los clientes no son atendidas ni solucionadas de manera rápida ni de manera cordial. En cuanto al servicio que les brindan también es regular ya que los empleados no siempre muestran amabilidad y cortesía.

Por medio de la observación que se realizó en el área empresarial clínica docente los jarales, se pudo evidenciar las debilidades con las que cuenta el personal que allí labora como es la mala actitud hacia el cliente, la conducta de los empleados, el poco interés en ayudar a los clientes fuera de la realización de los exámenes, entre otros factores.

Encuesta aplicada a los clientes

Dimensión: Forma De Actuar

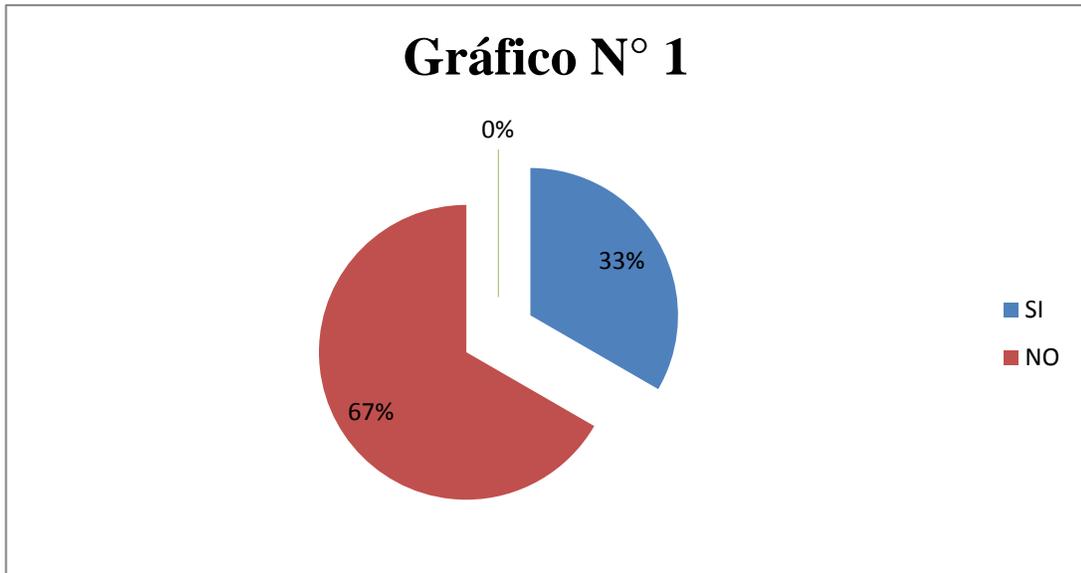
Indicador: Comportamiento

Ítem 1. ¿Los empleados poseen una conducta intachable?

Tabla N° 1

ÍTEMS 1	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	2	33	4	67	6	100

Fuente: Borges 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: En el Ítem N° 1 perteneciente a la dimensión formar de actuar derivada del indicador comportamiento de los empleados, 33% de los clientes respondieron que los empleados si cuentan con una conducta intachable, 67% contestó que no poseen una conducta intachable. Según Prasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la tangibilidad abarca al personal de contacto que interactúa directamente con el cliente el cual puede influir en la impresión que pueda crearse el cliente con respecto a la calidad de servicio. Los empleados del área empresarial clínica docente los jarales no muestran una conducta intachable ante los clientes, y es importante tener en cuenta el comportamiento que los empleados muestren ante las personas que le están brindando el servicio ya que deben presentar una buena imagen.

Dimensión: Herramientas

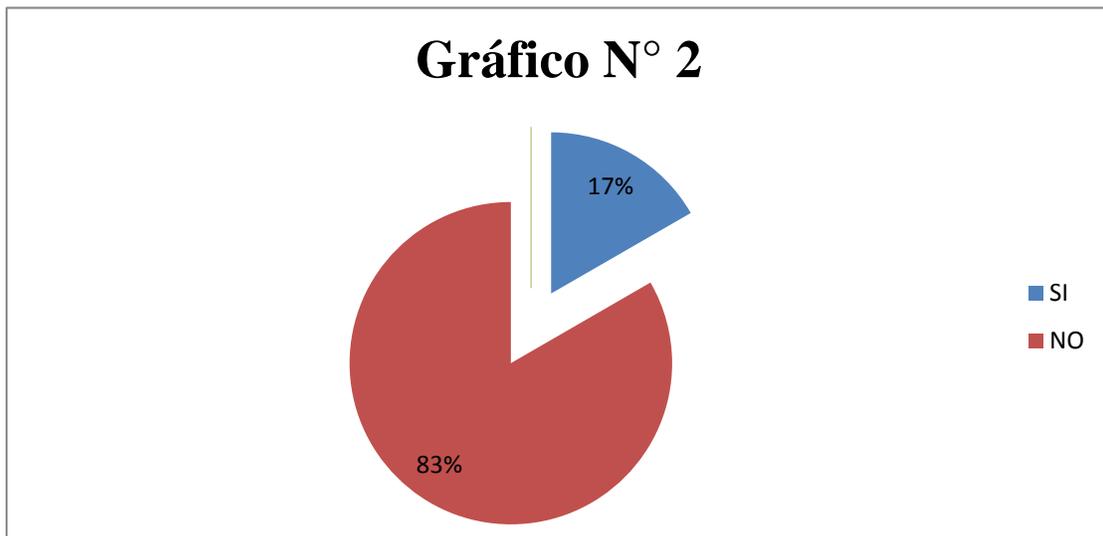
Indicador: Entrenamiento Al Personal Para La Atención Al Cliente

Ítem 2. ¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?

Tabla N° 2:

ÍTEMS 2	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	1	17	5	83	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: El Ítem N° 2 relacionado con la dimensión herramientas y derivado del indicador entrenamiento al personal para la atención al cliente, obtuvo como resultado que 17% de los encuestados respondió positivamente y un 83% respondió de manera negativa, lo que quiere decir que los clientes consideran que los empleados no cuentan con una capacitación adecuada para atenderlos. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la seguridad se refiere a la capacitación del personal acerca del servicio que ofrecen. Esto quiere decir que los empleados deben estar capacitados con el conocimiento adecuado para atender a las necesidades del cliente.

Dimensión: Herramientas

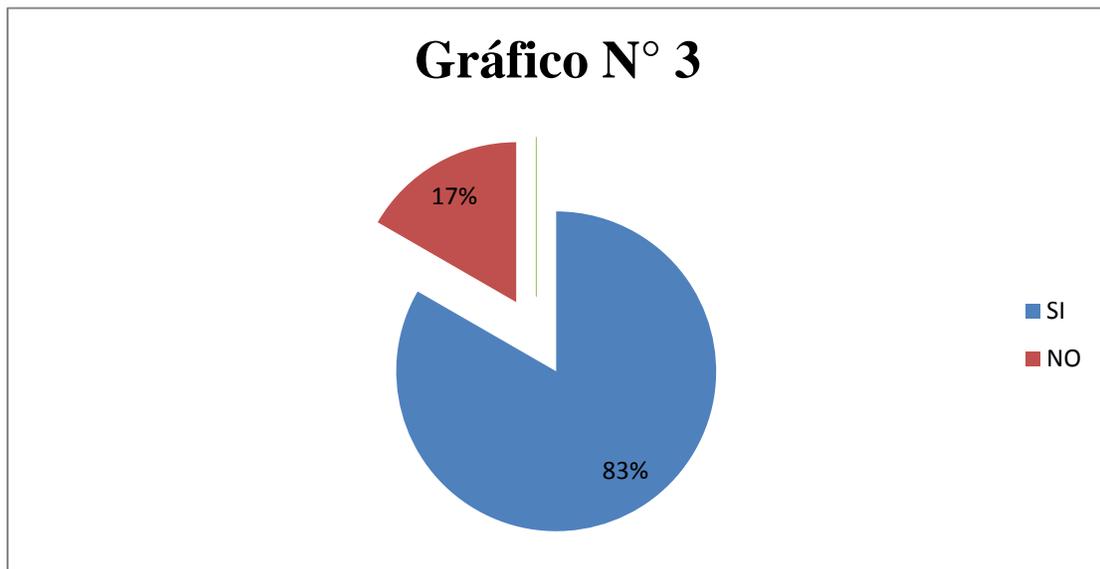
Indicador: Buzón de sugerencias

Ítem 3. ¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?

Tabla N° 3

ITEMS 3	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	5	83	1	17	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Para el Ítem N° 3, se evidencia que un 83% respondió que si considera necesario un buzón de sugerencias en el área mientras un 17% considera que no se necesita un buzón de sugerencias, lo que indica que la mayoría de los clientes está de acuerdo en que se debe aplicar un buzón de sugerencias para que sean atendidas las necesidades del cliente. Según Prasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la tangibilidad abarca la parte del negocio, soporte material, la apariencia de las instalaciones, equipos. Esto

quiere decir que la mayoría de los clientes encuestados están de acuerdo en que el área empresarial clínica docente los jarales debe implementar el uso de un buzón de sugerencias que les permita a los clientes hacer saber sus necesidades e inconvenientes en caso de presentarlos, ya que también abarca una parte del negocio que sería de mucha utilidad para ofrecer un mejor servicio.

Dimensión: Herramientas

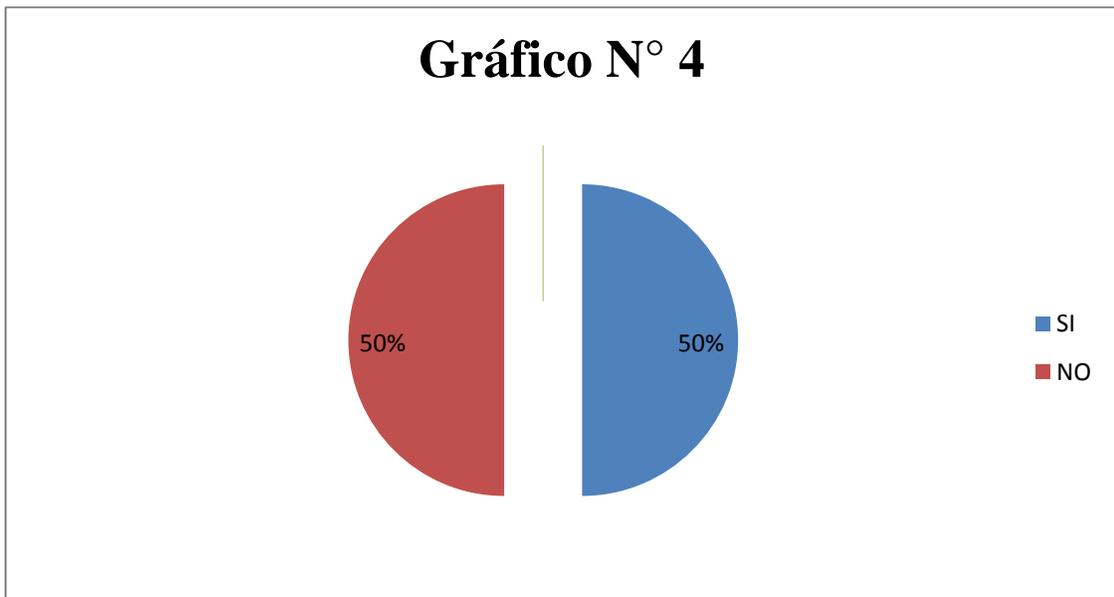
Indicador: Computadoras

Ítem 4. ¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizada de los clientes?

Tabla N° 4

ITEMS 4	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	3	50		50	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: El ítem N° 4, se obtuvo como resultado que 50% contestó positivamente y el otro 50% negativamente. Según Denton, D. (1991) afirma que un servicio es una combinación de una conducta o actividad humana con objetos y procesos específicos, cuya finalidad es ayudar al cliente a satisfacer necesidades continuas e inmediatas. Esto quiere decir que el personal que labora en el área empresarial clínica docente los jarales cuenta con datos de los pacientes pero los mismos no son actualizados periódicamente, siendo un requisito importante porque de esta manera facilita la localización del cliente en caso de que sea requerido.

Dimensión: Herramientas

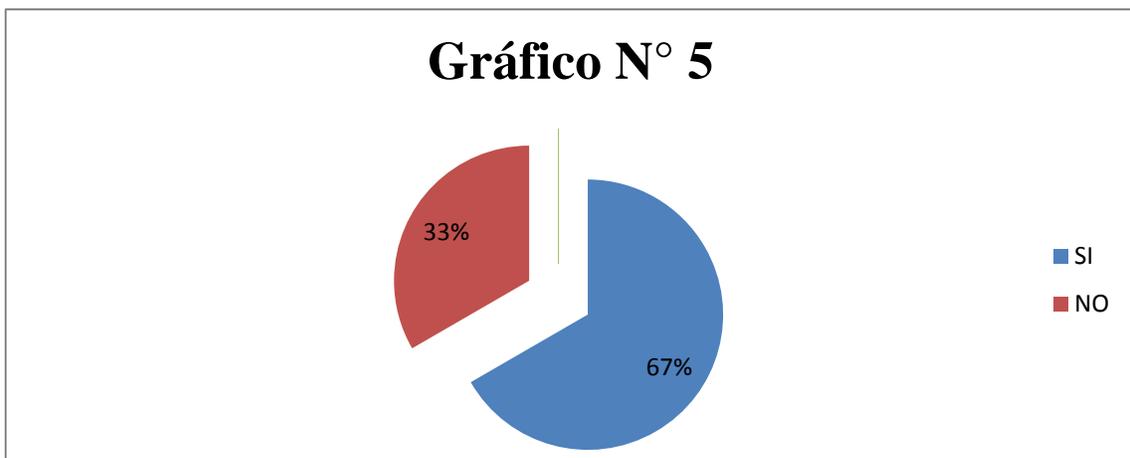
Indicador: Agenda

Ítem 5. ¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?

Tabla N° 5:

ITEMS 5	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	4	67	2	33	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Bajo el ítem N° 5, los resultados obtenidos fueron que 67% contestó positivamente y un 33% negativamente, lo cual refleja que los empleados si llevan un control del todo de las citas médicas solicitadas por los clientes. Según Prasuram yZeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la responsabilidad aborda la capacidad que tiene la organización y los empleados de realizar el servicio dentro de los parámetros aceptables por el cliente, es la respuesta pronta y oportuna. Basado en los resultados arrojados en las encuestas se pudo evidenciar que los empleados mantienen mayormente el registro y el orden de las citas médicas que solicitan los clientes.

Dimensión: Expectativa del cliente

Indicador: Apariencia

Ítem 6. ¿Los empleados poseen una apariencia pulcra?

Tabla N° 6

ITEMS 6	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	6	100	0	0	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: En el Ítem N° 6, el cual abarca en su dimensión la expectativa del cliente y su primer indicador habla acerca de la apariencia de los empleados, el 100% de los clientes contestaron que sí, lo cual refleja que los empleados muestran una buena apariencia frente a los clientes. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la tangibilidad abarca la apariencia del personal que interactúa directamente con el cliente el cual puede influir en la impresión que pueda crearse el cliente con respecto a la calidad de servicio. Es decir que los empleados al momento de atender al cliente muestran una apariencia pulcra, portando de manera correcta el uniforme de pies a cabeza.

Dimensión: Expectativa del cliente

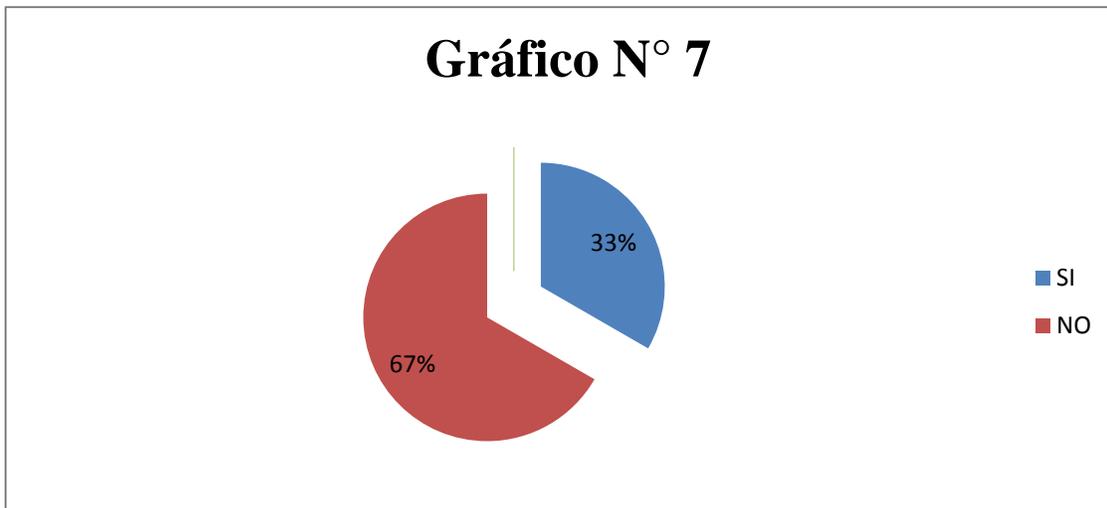
Indicador: Organización

Ítem 7. ¿La oficina se encuentra organizada

Tabla N° 7

ITEMS 7	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	2	33	4	67	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Para el Ítem N° 7, con la dimensión expectativa del cliente y el indicador organización, 33% concuerda de manera positiva y 67% de manera negativa, es decir, que los clientes consideran que los empleados no mantienen ordenada el área de trabajo. Según Prasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la responsabilidad aborda la capacidad que tiene la organización de realizar el servicio dentro de los parámetros aceptables por el cliente. A través de los resultados que arrojaron las encuestas realizadas, el cual fue que la oficina del área empresarial no se encuentra del todo organizada, por lo tanto puede ocasionar pérdida de los resultados médicos, al igual que atraso en la atención al cliente y de igual manera no es una buena imagen para la clínica. Por lo que se debe tomar en cuenta en mantenerla más organizada.

Dimensión: Expectativa del cliente

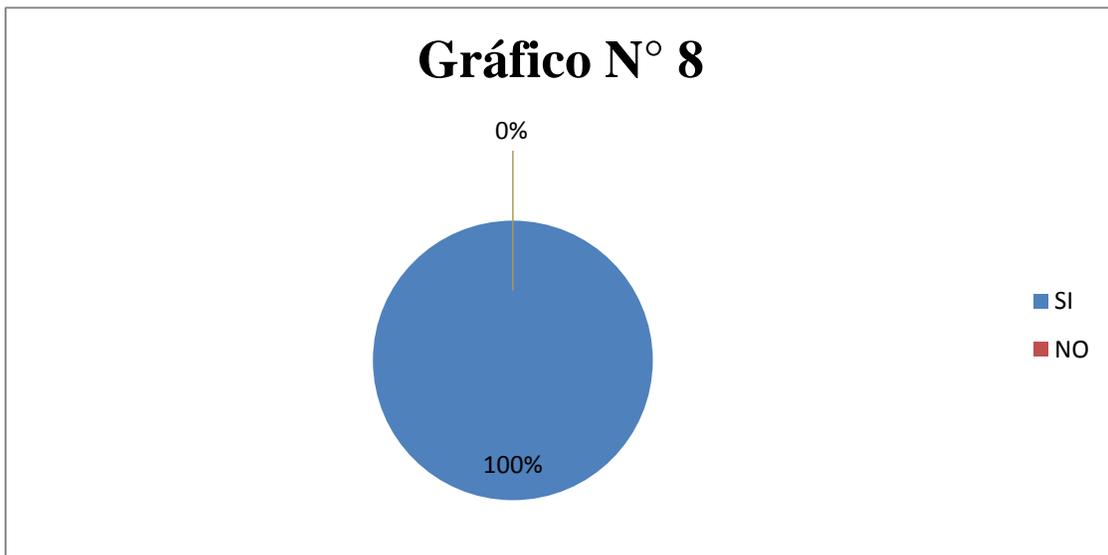
Indicador: Equipamiento básico

Ítem 8. ¿El área cuenta con buena estructura?

Tabla N° 8

ITEMS 8	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	6	100	0	0	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: El Ítem N° 8, obtuvo como resultado que el 100% de los clientes concuerdan que el área cuenta con buena estructura siendo acta para atender a los clientes. Según Prasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la tangibilidad abarca la parte del negocio, soporte material, la apariencia de las instalaciones, equipos. Esto quiere decir que las empresas deben contar con condiciones estructurales adecuadas para brindar un servicio de calidad.

Dimensión: Expectativa del cliente

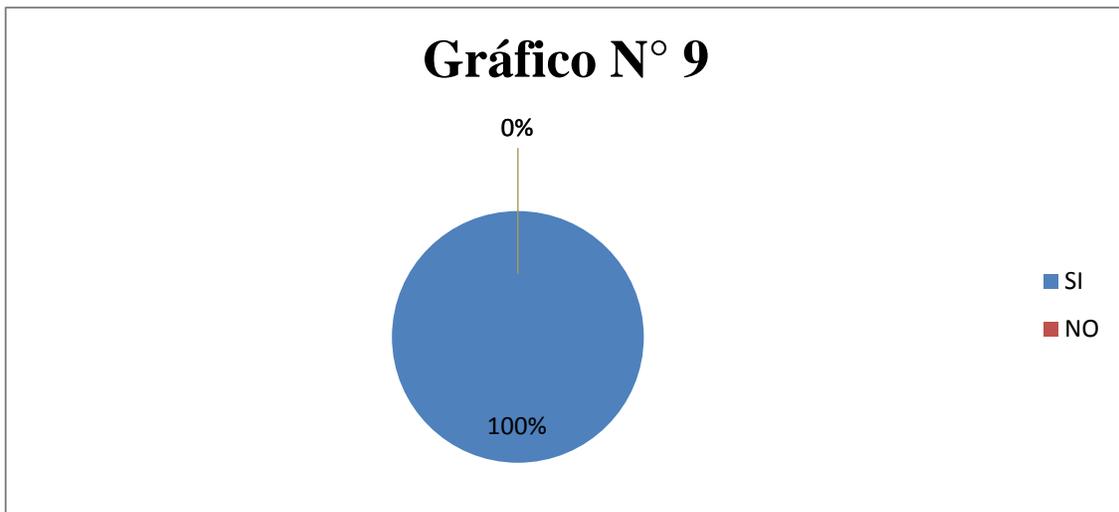
Indicador: Equipamiento básico

Ítem 9. ¿El área cuenta con equipos tecnológicos modernos?

Tabla N° 9

ITEMS 9	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	6	100	0	0	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos en el Ítem N° 9, evidencian que el 100% contento de manera positiva. Según Kotler (2001) las herramientas son un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una actividad. Es decir que el área cuenta con equipos tecnológicos para la realización de los exámenes pertinentes, sintiéndose a justo al momento de realizarse alguno ya que cuentan con equipos modernos y actos para la realización de los mismos.

Dimensión: Expectativa del cliente

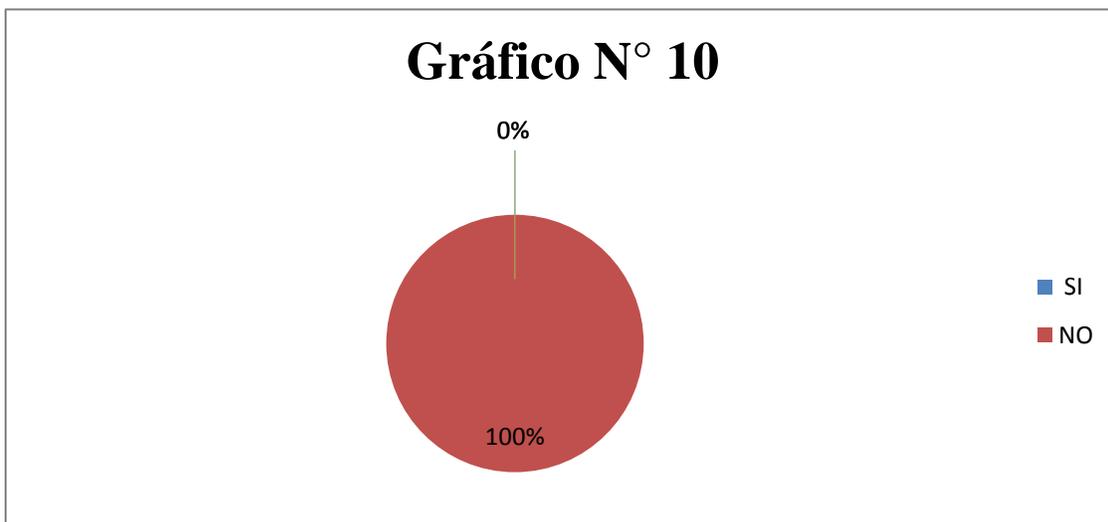
Indicador: Disponibilidad

Ítem 10. ¿Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema?

Tabla N° 10

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
10	0	0	6	100	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Acerca del Ítem N° 10, reflejado en la dimensión la expectativa del cliente y en su indicador disponibilidad, el resultado de la encuesta fue que el 100% contestó que los empleados no muestran interés en ayudar a los clientes. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la empatía, también consiste en el deseo de ayudar al cliente y de servirle de forma rápida. Como evidencia de los resultados obtenidos, se observó que el 100% de los encuestados no se encuentran satisfechos con la disponibilidad que les brindan los empleados, ya que al momento de necesitar ayuda de alguno de ellos no siempre son brindadas, y en caso de hacerlo, no muestran un interés grato, siendo de mal gusto para el cliente.

Dimensión: Expectativa del cliente

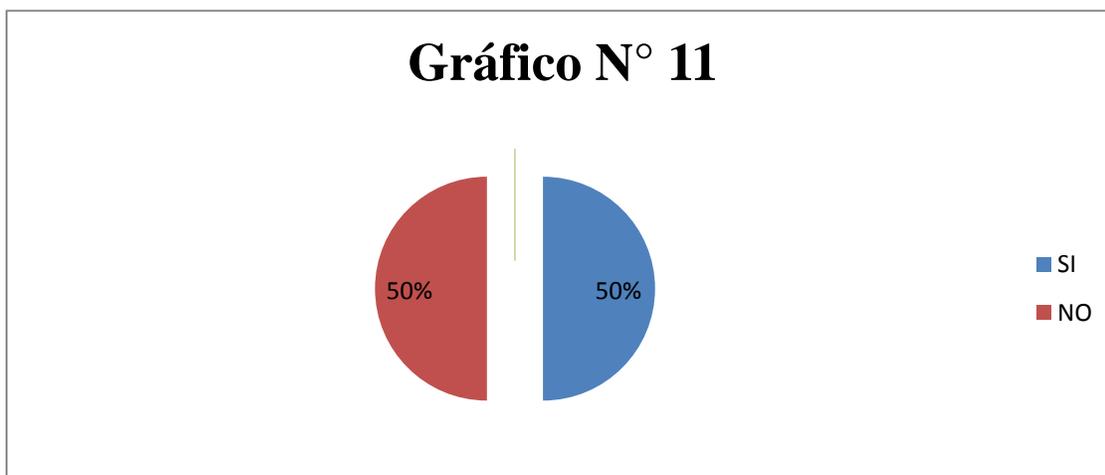
Indicador: Disponibilidad

Ítem 11. ¿Los empleados se encuentran disponible a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda

Tabla N° 11

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	3	50	3	50	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Para el ítem N° 11, ubicado bajo la dimensión expectativa del cliente y basado en el indicador disponibilidad, para la pregunta realizada se obtuvo como resultado, que el 50% de los clientes contestaron afirmativamente y el otro 50% de los clientes contestaron negativamente. Según Prsuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la empatía, también consiste en el deseo de ayudar al cliente y de servirle de forma rápida. Por lo

tanto se evidencio, que parte de los clientes consideran que los empleados si muestran disponibilidad de asesorarlos al momento de presentar alguna duda con algún examen, resultado o cualquier otra inquietud, mientras que la otra parte de los clientes encuestados opinan que no cuentan con la disponibilidad de los empleados cuando son requeridos. Basado en la teoría de Prasuram los empleados deben mantener la empatía con el cliente, de manera que puedan ayudarlos cuando ellos lo necesiten.

Dimensión: Expectativa del cliente

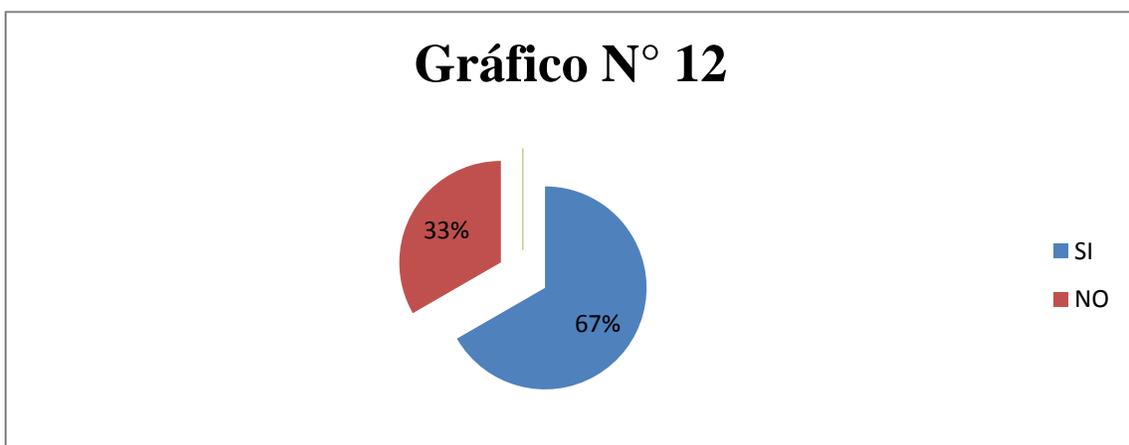
Indicador: Comunicación

Ítem 12. ¿Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen?

Tabla N° 12

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
	4	67	2	33	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Análisis e Interpretación: Para el ítem N° 12, el 67% de los clientes respondieron que sí los mantienen informados, mientras que el otro 33% respondió

que no se les mantienen informados utilizando un lenguaje acorde. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la tangibilidad abarca también el soporte de comunicación que se le transmite al cliente. Es decir, de acuerdo a los resultados arrojados por los encuestados parte de los clientes consideran que si son informados de manera acorde, mientras que el resto considera que no se les informa de manera acorde, siendo la comunicación un factor importante al momento de atender al cliente, la misma debe ser transmitida de modo que llegue a cada uno de los clientes tratando de aclarar dudas.

Dimensión: Expectativa del cliente

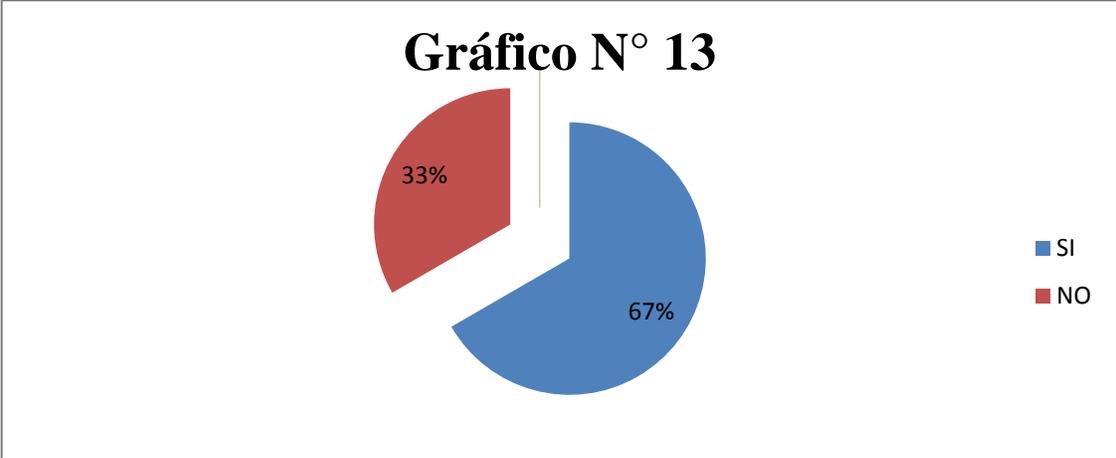
Indicador: Comunicación

Ítem 13. ¿Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa?

Tabla N° 13

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
13	4	67	2	33	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Análisis e Interpretación: Para el ítem N° 13, 67% de los encuestados contestaron positivamente y un 33% contestó negativamente, considerando que la mayoría de los clientes piensan que los empleados si les transmiten la información de manera clara y precisa. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la tangibilidad abarca también el soporte de comunicación que se le transmite al cliente. Al igual que el ítem anterior, se pudo evidenciar que los empleados si transmiten la información de manera clara de manera que los clientes puedan entenderla.

Dimensión: Expectativa del cliente

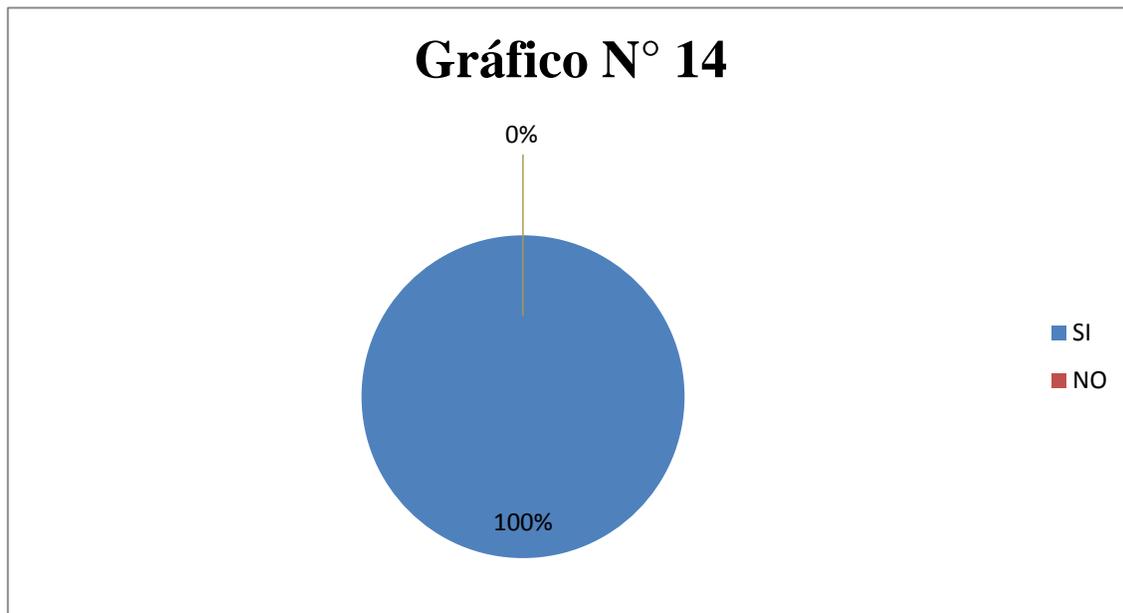
Indicador: Responsabilidad

Ítem 14. ¿Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes

Tabla N° 14

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
14	6	100	0	0	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Para el ítem N° 14, los resultados arrojados según las encuestas realizadas fue que el 100% de los clientes considera que los empleados sí son responsables al momento de transcribir los exámenes. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la responsabilidad aborda la capacidad que tiene la organización los empleados de realizar el servicio dentro de los parámetros aceptables por el cliente. Por lo tanto se evidenció que la totalidad de los encuestados está de acuerdo en que los empleados son responsables para transcribir los resultados médicos, ya que los mismos no son entregados con errores

Dimensión: Expectativa del cliente

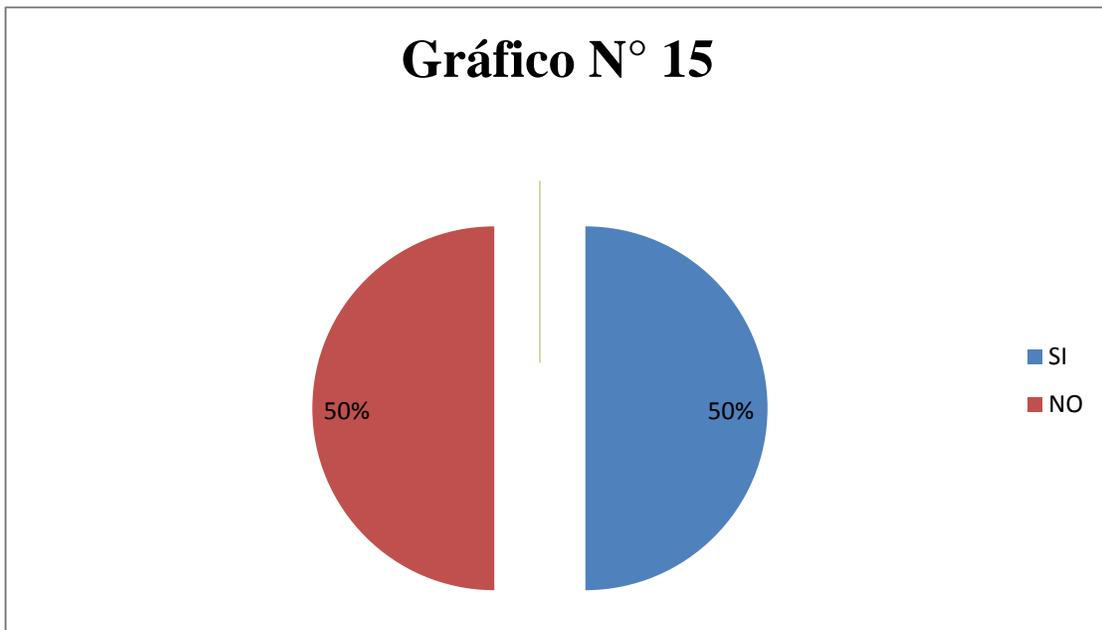
Indicador: Responsabilidad

Ítem 15. ¿Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes?

Tabla N° 15

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
15	3	50	3	50	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: De igual manera el ítem N° 15 se encuentra ubicado en la dimensión expectativa del cliente y bajo el mismo indicador responsabilidad, y para la pregunta relacionada, los clientes contestaron un 50% que sí y el otro 50% que no, existiendo un equilibrio de respuesta, ya que algunos clientes han recibido de manera correcta los resultados de sus exámenes mientras que a otros les han entregados resultados que no les pertenecen. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la responsabilidad aborda la capacidad que tiene la organización los empleados de realizar el servicio dentro de los parámetros

aceptables por el cliente. Por lo tanto, se pudo evidenciar con los resultados arrojados que en algunos casos los empleados se han equivocado al momento de entregar los resultados médicos siendo un asunto delicado, por lo cual es importante tener en cuenta el orden y la responsabilidad al momento de prestar el servicio a los clientes.

Dimensión: Expectativa del cliente

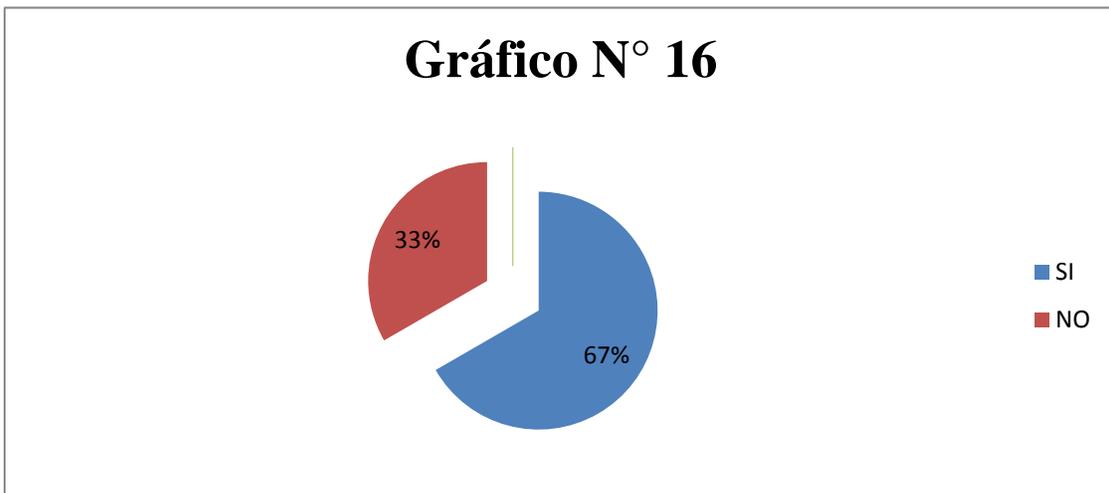
Indicador: Experiencia profesional

Ítem 16. ¿Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio?

Tabla N° 16

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
16	4	67	2	33	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Abarca la dimensión expectativa del cliente y el indicador experiencial profesional, y en la pregunta N° 16, los resultados que se obtuvieron fue 67% de los clientes respondieron que sí, mientras que el otro 33% respondió que no. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la seguridad se refiere a la capacitación del personal acerca del servicio que ofrecen. Esto quiere decir que los empleados cuentan con el conocimiento adecuado para ofrecerle el servicio al cliente y la información acerca del mismo.

Dimensión: Expectativa del cliente

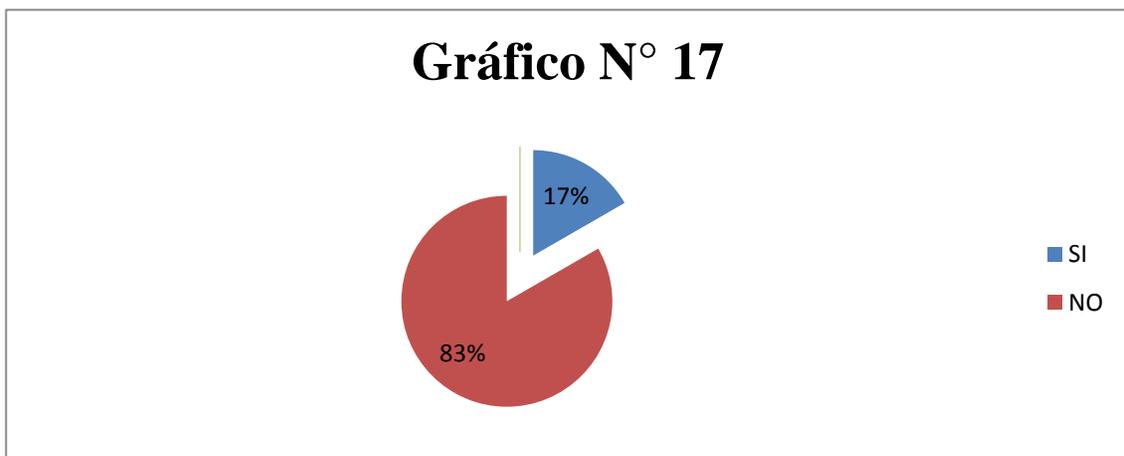
Indicador: Experiencia profesional

Ítem 17. ¿Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad?

Tabla N° 17:

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
17	1	17	5	83	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Abarca la dimensión expectativa del cliente y el indicador experiencial profesional, y para el ítem N° 17, los clientes contestaron 17% positivamente y 83% negativamente. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la seguridad se refiere a la capacitación del personal acerca del servicio que ofrecen. Los encuestados en su mayoría consideran que los empleados no están del todo preparados para ofrecer un servicio de calidad de acuerdo a las necesidades que el cliente reclama, y de acuerdo a Parasuram los empleados deben generar seguridad en los clientes a través del servicio que les brindan.

Dimensión: Expectativa del cliente

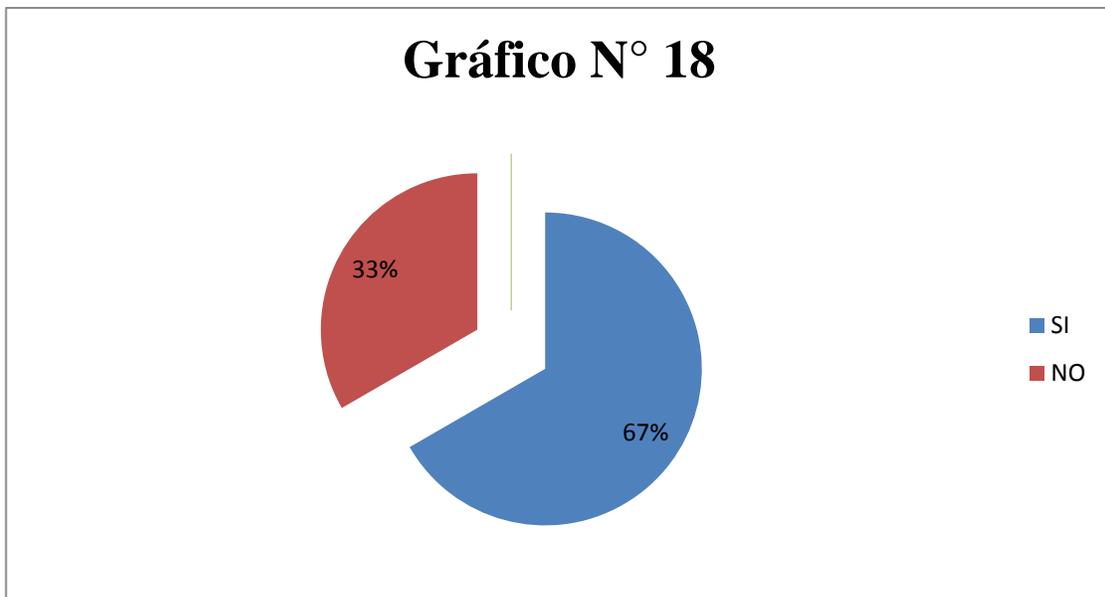
Indicador: Calidad en el trato

Ítem 18. ¿Los empleados tienen una actitud amable?

Tabla N° 18

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
19	4	67	2	33	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Análisis e Interpretación: El ítem N° 18, obtuvo que como resultado en las encuestas realizadas que 67% de los clientes respondieron de manera afirmativa y 33% de manera negativa, la mayoría de los clientes consideran. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la empatía va más allá de una sonrisa, consiste en un trato hacia los clientes más que cortes, considerar y entender las necesidades que el cliente tiene con el propósito de proporcionarle la solución más adecuada a su requerimiento. Por medio de los resultados obtenidos en la encuesta se observó que gran parte de los encuestados consideran que los empleados cuentan con buena actitud al momento de atenderlos, y la otra parte de los encuestados consideran que los empleados no muestran una actitud amable al momento de prestar el servicio. De igual manera, se debe tomar en cuenta que los empleados deben tener una actitud acorde al momento de atender a los clientes para generar satisfacción en ellos.

Dimensión: Expectativa del cliente

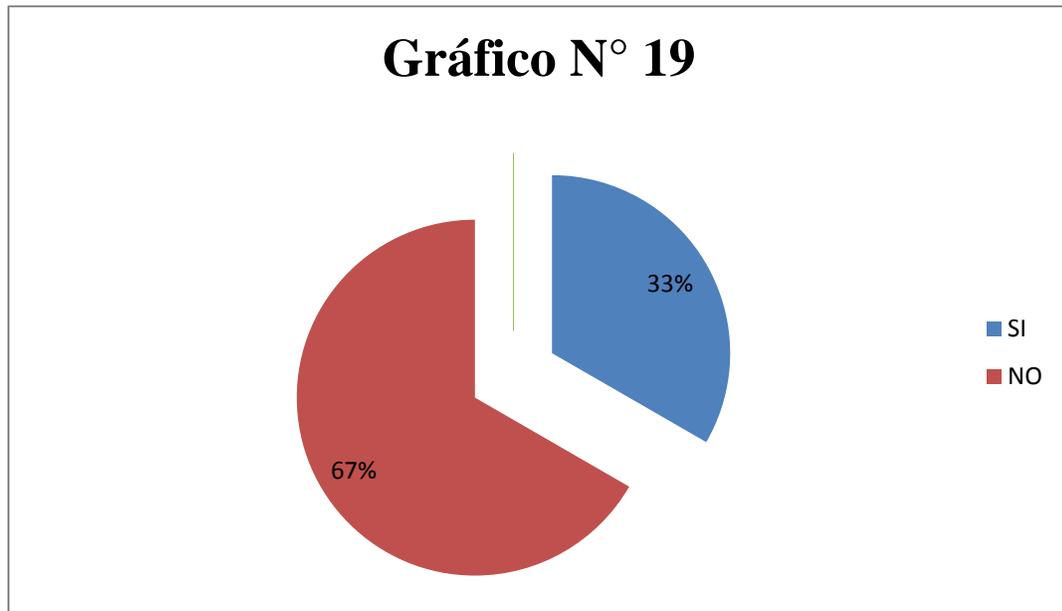
Indicador: Calidad en el trato

Ítem 19. ¿Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente?

Tabla N° 19

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
19	2	33	4	67	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: El ítem N° 19 relacionado con la calidad de trato, los resultados obtenidos fueron que 33% de los clientes contestaron que si consideran que los empleados hacen un esfuerzo por conocer sus necesidades, mientras que un 67% de los clientes contestaron que no. Según Prsuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la empatía, va más allá de una sonrisa, consiste en un trato hacia los clientes más que cortes, considerar y entender las necesidades que el cliente tiene con el propósito de proporcionarle la solución más adecuada a su requerimiento. A través de los resultados obtenidos se evidencia que la mayoría de los clientes encuestados están de acuerdo en que los empleados no se esmeran en conocer sus necesidades, mientras que la otra parte de los encuestados consideran que si se esmeran en conocer las necesidades que a los clientes les afectan. De tal manera, los empleados deben demostrar más interés en conocer lo que afecta a los clientes dentro del área empresarial clínica docente los jarales, ya que una de las dimensiones de la calidad de servicio abarca el trato que se les da al cliente y la manera en que se ayuda a resolver sus necesidades.

Dimensión: Expectativa del cliente

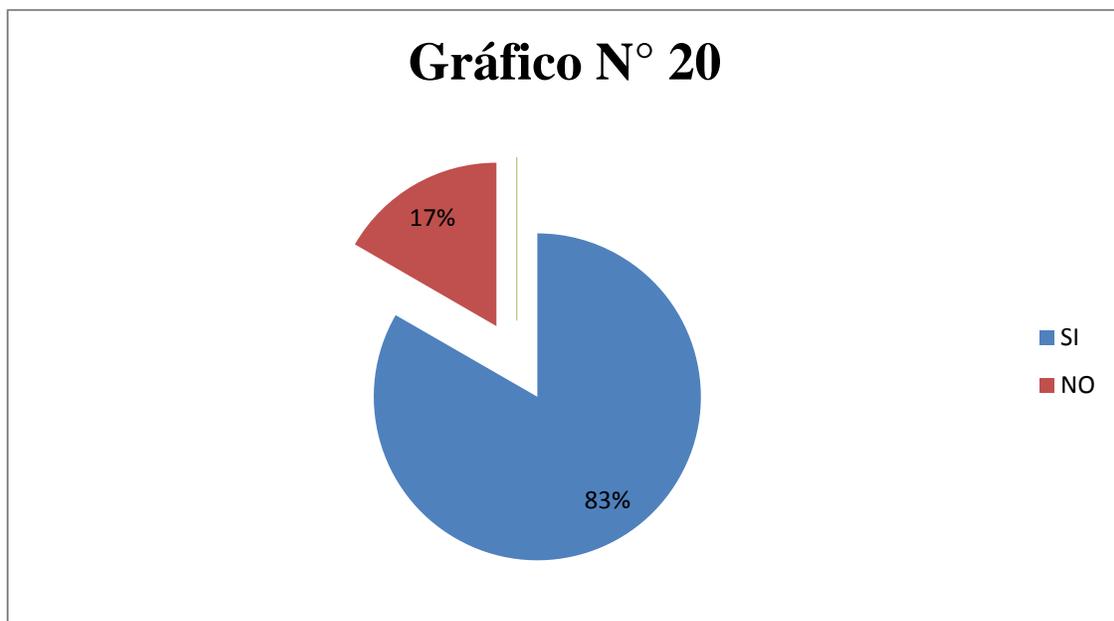
Indicador: Calidad en el trato

Ítem 20. ¿Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente?

Tabla N° 20

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
20	5	83	1	17	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: Para el ítem N° 20, los resultados arrojados de las encuestas realizadas fueron que 83% de los clientes contestaron positivamente y un 17% contestó que negativamente. Según Catun D. (2001) basado en los principios básicos del servicio, establece en el carácter transitorio la actitud positiva, dinámica y abierta que debe poseer el empleado. Basado en los resultados obtenidos, donde

refleja que gran mayoría de los encuestados opinan que si les brindan atención, respeto y amabilidad al momento de ser atendidos por los empleados y donde la minoría de los encuestados considera que no reciben ese trato, se puede concluir que los empleados deben enfocarse en siempre tratar con una actitud adecuada al cliente donde queden reflejados el respeto, la amabilidad y la atención que el cliente requiere y merece.

Dimensión: Expectativa del cliente

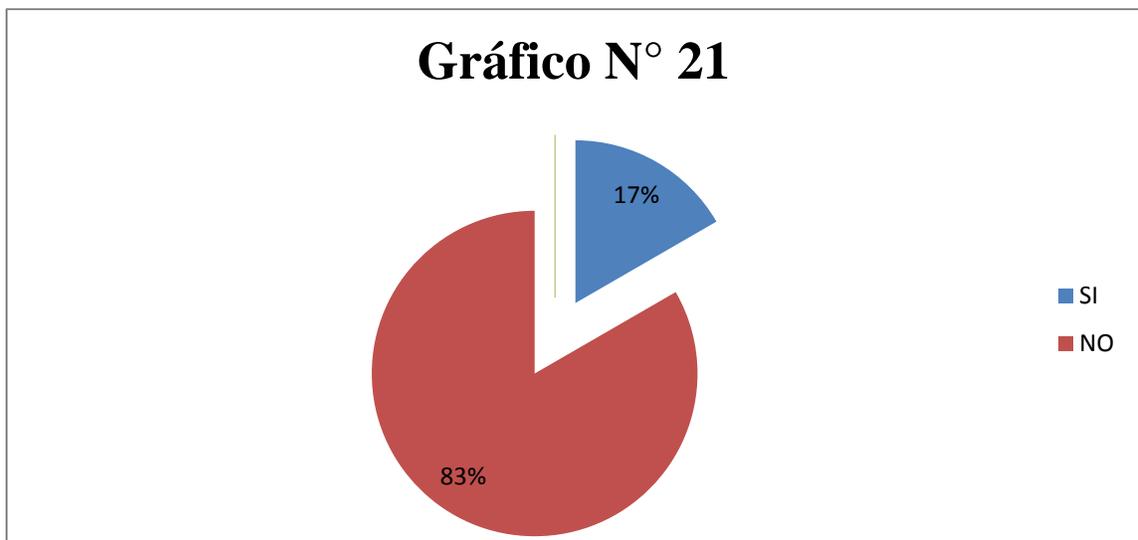
Indicador: Calidad en el trato

Ítem 21. ¿El servicio se presta bien en todo momento?

Tabla N° 21

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
21	1	17	5	83	6	100

Fuente: Borges Año 2015



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: El ítem N° 21, está estructurado bajo la dimensión expectativa del cliente y derivado del indicador calidad en el trato, donde los resultados obtenidos a la pregunta realizada para conocer cómo se ofrece el servicio fueron 7% de los clientes contestaron positivamente, y el restante que son de un 83% de los clientes contestaron negativamente. Según Parasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la empatía, va más allá de una sonrisa, consiste en un trato hacia los clientes más que cortes, considerar y entender las necesidades que el cliente tiene con el propósito de proporcionarle la solución más adecuada a su requerimiento. Es decir que los encuestados consideran que no se les brindan todo el tiempo un servicio de calidad y de buena manera, por lo cual es importante tomar en cuenta este factor ya que si el cliente considera que no es atendido de la manera en que a él le gustaría no permanecerá frecuentando la organización.

Dimensión: Expectativa del cliente

Indicador: Calidad en el trato

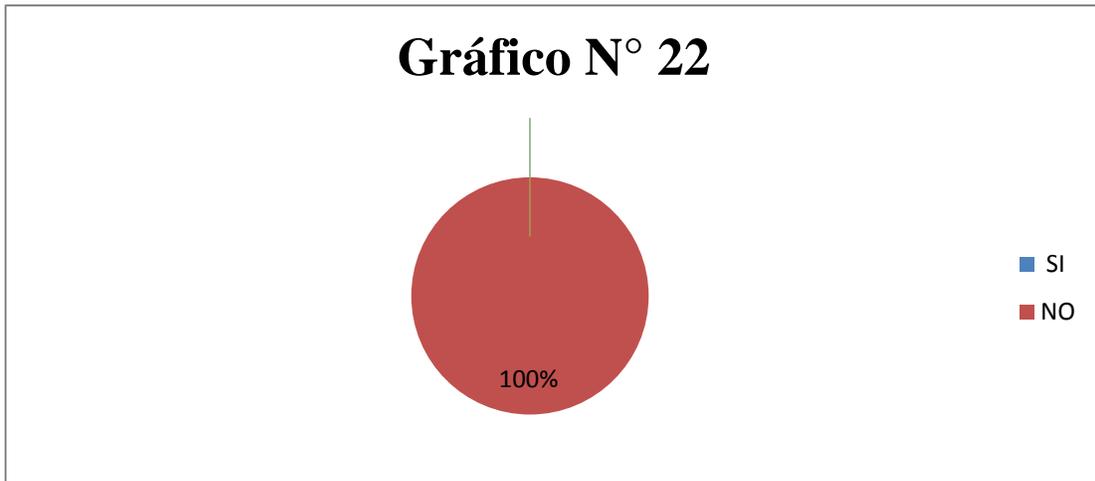
Ítem 22. ¿El tiempo de espera para ser atendido es el indicado?

Tabla N° 22

ITEMS	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
22	0	0	6	100	6	100

Fuente: Borges Año 2015

Gráfico N° 22



Fuente: Borges Año 2015

Análisis e Interpretación: De igual manera el ítem N° 22, se basa en la dimensión expectativa del cliente bajo el indicador calidad en el trato, donde los resultados obtenidos a la pregunta de dicho ítems fueron que el 100% de los clientes contestaron que no se les brinda el tiempo adecuado para ser atendido. Según Prasuram y Zeithaml (1989) en las dimensiones de la calidad de servicio, la fiabilidad, representa la realización eficaz y eficiente del servicio desde el primer instante en el cual se encuentra el cliente con el servicio. Basado en los resultados obtenidos, los cuales fueron negativos, se debe tomar en cuenta el tiempo de espera que se les da a los clientes para ser atendido o para entregar algún resultado médico, ya que los clientes sienten que no se les brinda el tiempo adecuado causando molestias e incomodidades, siendo este un factor muy importante para cualquier usuario. De igual manera basado en Prasuram y en las dimensiones de la calidad del servicio, se debe tener presente que se debe realizar el servicio de buena manera desde primera instancia para que el cliente pueda generar una respuestas grata.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A continuación se ofrecen las conclusiones derivadas de las encuestas aplicada a los clientes.

Una vez analizado los resultados, se pudo evidenciar que existe una problemática que afecta el nivel de calidad en el servicio ofrecido a los clientes. Dicha problemática es la relación que existe entre los empleados que laboran en el área y los clientes, debido a la actitud de los empleados hacia los clientes, generando malestar en los clientes.

De igual manera, se concluye, que los clientes perciben que el servicio que se les brinda no es el adecuado, ya que ellos esperan tener una atención de los empleados más allá que solo brindarles un servicio básico y rutinario, ya que ellos esperan que sus necesidades sean atendidas y solucionadas.

De igual manera, se espera que con la propuesta del diseño del manual como herramientas técnicas sea de utilidad a los empleados del área empresarial.

En tal sentido, este trabajo dará respuesta a las siguientes preguntas formuladas en el capítulo I.

¿Cuál es la situación actual de la calidad de servicio que presta el área empresarial clínica docente los jarales?

Actualmente, el área empresarial clínica docente los jarales presta un servicio fallo con respecto al trato que le brindan a los clientes, a la falta de organización de la encargada del área, a la falta de comunicación, lo que trae como consecuencias quejas de los clientes

¿Qué herramientas técnicas se pueden proponer para promover la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales?

Una vez que se diagnosticó la situación del servicio que ofrecía el área empresarial clínica docente los jarales y de analizar los resultados de las encuestas realizadas, se procedió a proponer un manual como herramienta técnica que fuera de utilidad para la empresa, tomando en cuenta herramientas para ofrecerle al cliente una atención acorde a sus necesidades.

Recomendaciones

- Desarrollar talleres de capacitación al personal para el mejoramiento en el área de atención al cliente y calidad de servicio
- Mostrar interés en las necesidades del cliente, para generar en ellos una mejor percepción e imagen.
- Proponer el manual desarrollado con herramientas que permitan mejorar la calidad del servicio.

CAPITULO VI
DISEÑAR UN MANUAL COMO HERRAMIENTA TECNICA
QUE PROMUEVA LA CALIDAD DE SERVICIO

Este capítulo, se encuentra estructurado por el diseño de un manual con propuestas que servirá como una herramienta para los empleados de la clínica para mejorar la calidad de servicio que les brindan a los clientes.

El manual se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- Introducción
- Objetivo
- Misión y Visión de la empresa
- Propuestas



CALIDAD EN EL SEVICIO A LOS CLIENTES

Agosto 2015

INTRODUCCION

El presente manual, tiene como propósito dar a conocer herramientas que permitan al personal promover la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales, aplicando herramientas técnicas que incluya: conocer al cliente, estandarizar procesos para la prestación de servicios, tener una adecuada comunicación y manejo de quejas, entre otros factores que influyen en el servicio que se le brinda al cliente. Este documento es de observación general, como instrumento de información y consulta, en todas las áreas que conforman la clínica.

El manual es un medio para familiarizarse con propuestas que sean de utilidad para los empleados para ofrecer un servicio de mejor calidad a los clientes. Su consulta proporciona conocimientos para brindar un servicio de calidad, así como a los empleados les permitirá desarrollarse en sus funciones.

El manual calidad en el servicio a los clientes está dirigido principalmente al personal que labora en el área empresarial clínica docente los arales, de igual manera su información está dirigida a gerentes, administradores, analistas, enfermeros, camilleros y todo aquel personal que labore dentro de la clínica que se encargue de brindar un servicio.

Un servicio de calidad implica poseer procesos eficientes que aseguren no solo la satisfacción de las necesidades del cliente sino, también que la prestación recibida exceda las expectativas del cliente generando en el mediano y largo plazo, la fidelidad permanente del cliente.

Se espera que las herramientas de este manual sean de utilidad para la empresa.

OBJETIVO

- Describir herramientas técnicas que promuevan la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los jarales.

MISION

Satisfacer las necesidades del mercado en el área de salud a través de la prestación de un servicio de calidad, humano y receptivo a las demandas de la población.

VISION

Ser la mejor empresa de salud por la rápida y efectiva calidad de respuesta en la solución de los problemas, con tecnología de vanguardia, junto a un equipo de profesionales y una estructura organizacional competitiva, dentro de un marco de servicio con calidad.

HERRAMIENTAS

- Capacitar al personal: A través de cursos y talleres por lo menos cada tres meses, de modo que tengan bien desarrolladas las habilidades necesarias y poder realizar sus actividades, y de igual manera cuenten con el conocimiento y la actitud adecuada para atender al cliente. La capacitación es una inversión que trae beneficios a la persona y a la empresa, entre los beneficios que se pueden obtener por medio de una buena capacitación a los empleados están:
 - ✓ Aumentar el nivel de satisfacción con el puesto
 - ✓ Ayudar a solucionar problemas al cliente y/o a los compañeros de trabajos
 - ✓ Mejorar el tiempo de respuesta a los cliente ante problemas
 - ✓ Crear una mejor imagen de la empresa
- Personalidad: Los empleados deben contar con ciertas características que le permitan atender de forma adecuada al cliente como el gustar relacionarse con otras personas, ser comunicativo, amable, educado.
- Profesionalidad: Se debe atender al cliente con profesionalismo, con habilidades y en el menor tiempo posible, ya que el tiempo de espera se convierte molesto para los clientes.
- Conocer al cliente: Este es un medio que le permite a los empleados conocer cuáles son las necesidades de los clientes para de esta manera tratar de satisfacer sus necesidades.
 - ✓ Conocer los gustos y preferencias del cliente

- ✓ Determinar cuáles son sus niveles de satisfacción en cuanto al servicio que se les brindan.
- Escuchar al cliente: Se le debe prestar atención al cliente y escucharlo activamente de manera que ellos sepan que son entendidos y que se responde a sus demandas.
- Contar con una base de datos del cliente: A parte de conocer al cliente acerca de sus necesidades, se debe tener información acerca de ellos, información que debe ser actualizada de manera constante o por lo menos verificadas para saber que se cuenta con los datos al día de los clientes.
 - ✓ Nombre, dirección, teléfono del cliente, al igual que el de algún familiar cercano.
 - ✓ Control constante de las citas médicas programadas.
- Brindar calidad en la atención al cliente: Los empleados deben tener la capacidad y el conocimiento para satisfacer las necesidades del cliente, para eso deben saber qué es lo que el cliente desea, como quieren que lo atiendan y poder ofrecerle calidad en la atención. Para brindar una buena calidad en la atención al cliente los empleados deben mostrar:
 - ✓ Respeto
 - ✓ Amistad
 - ✓ Interés
 - ✓ Buen humor
 - ✓ Tolerante
 - ✓ Justo
 - ✓ Actitud positiva

- Recibir al cliente bien: Es importante que una vez que el cliente ingrese a la clínica, y se ponga en contacto con los empleados, el mismo lo trate con educación, saluden con amabilidad y lo atiendan de buena manera.
- Desarrollar una buena actitud: Los empleados deben mostrar ante los clientes una actitud amistosa, deben mostrar cualidades que generen confianza en el cliente, entre esas cualidades se encuentran:
 - ✓ Ser amable
 - ✓ Cortes
 - ✓ Comprensivo
 - ✓ Servicial
 - ✓ Rápido
 - ✓ Eficiente
- Demostrar interés en el cliente: Siendo el cliente lo más importante para la empresa, los empleados deben escucharlos y demostrar interés en ellos, en si necesitan algo, si tienen alguna inquietud con algún examen médico, se debe generar confianza y seguridad en los clientes.
- Tiempo: Los empleados deben demostrarle a los clientes que a pesar de que se encuentren ocupados cuentan con un momento disponible para ellos en caso de que el cliente requiera de algún asesoramiento.
- Comunicación: Es un factor importante al brindar un servicio, donde sus elementos deben estar perfectamente armonizados (emisor, mensaje, medio, receptor) para que fluya de manera correcta y así poder transmitir la información

lo más clara posible. Los empleados al comunicarse con el cliente deben tener en cuenta:

- ✓ El tono de voz
 - ✓ El lenguaje
 - ✓ Los gestos
-
- Crear un ambiente agradable: Los clientes al ingresar a la clínica deben sentirse a gusto, no solo con las instalaciones y estructura de la misma, sino que deben sentir un clima agradable en el área que se encuentren, como si estuvieran en casa. Es importante que la oficina se encuentre limpia, organizada, que cuenten con folletos informativos y que los empleados cuenten con una actitud positiva.

 - Buzón de sugerencias: Implementar en el área un buzón de sugerencias que le permita a los clientes hacer saber las inquietudes, quejas y sugerencias que puedan tener con respecto al servicio que se les brinda, a través de este medio los empleados podrán:
 - ✓ Conocer la percepción que el cliente tiene del servicio que se le brinda
 - ✓ Sirve de guía para corregir errores
 - ✓ Permite mejorar la relación con el cliente ya que, se sentirá atendido, escuchado.
 - ✓ Conocer más información acerca de las necesidades y expectativas que tiene el cliente.

BIBLIOGRAFIA

ARIAS, F. (2006). **El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración** (5ta edición)

Editorial Episteme. Venezuela

ÁLVAREZ, N. (2009). **Sistema de Gestión de Atención al Trabajador para Mejorar la Calidad de Servicio del Departamento de Relaciones Laborales en el Área de Carrocería de una Empresa Automotriz Venezolana.**

Universidad de Carabobo

BELISARIO D. (2011). **Diseñar Estrategias para Promover la Gestión de Calidad en el Servicio de Hospitalización de la Clínica Caso de Estudio**

Universidad José Antonio Páez

CASTILLO, L. (2003). **Calidad de Servicio de los Clientes Digitel Valencia. Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales.**

Universidad de Carabobo, Valencia Venezuela

CONTRERAS, S. (2013). **Calidad de Servicio que Ofrece el Departamento de Recursos Humanos al Cliente Interno en una Empresa de Servicio Ubicada en San Diego, Estado Carabobo.**

Universidad de Carabobo

DIAZ, V. (2009). **Calidad de Servicio a los Clientes que se ofrece en el Departamento Comercial de una empresa de Servicios Temáticos para las Seguridad Integral de Vehículos**

Universidad de Carabobo

GOMEZ, J. (2004) Calidad del Servicio al Cliente Interno en el Departamento de Recursos Humanos de una Empresa de Telecomunicaciones en el Estado Carabobo.

Universidad de Carabobo

HERNÁNDEZ, R. (2000). Metodología de la Investigación

ROJAS, M. (2009) La Calidad de Servicio Interno como Vía para Mejorar la Atención de los Usuarios en la Oficina Sectorial de Recursos Humanos (FACE) de la Universidad de Carabobo.

SANCHES, Z. (2012). Procedimiento para la Mejora de la Calidad de Servicio Dirigido a los Clientes Basados en las Normas NFV-ISO 9001:2008 en la Empresa Especialista en Salud Ocupacional Esoca.

Universidad de Carabobo

UPEL (2010). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales

Electrónicas

CARRAZCO, N. (2010). Evaluar la Calidad en el Servicio y Atención al Cliente en la Hosteria Karen Estefania en la Ciudad de Guano. Tesis de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión de Gastronomica.

LASCURAIN, I. (2012). Diagnóstico y Propuesta de Mejora de Calidad en el Servicio de una Empresa de Unidades de Energía Eléctrica Ininterrumpida. Tesis para obtener el Grado de Maestría en Ingeniería de Calidad. Universidad Iberoamericana México DF.

MARIÑO, M. (2007). **Diagnóstico de la Calidad de Servicio Prestada por el Centro de Atención al Cliente de la Empresa B.O.C. Gases de Venezuela, C.A. Proyecto presentado para optar al Grado de Especialista en Gerencia.** Barquisimeto.

Manual del Participante: Curso de Calidad y Calidez en el Servicio a Clientes

REQUENA, M. y SERRANO, G. (2007). **Calidad de Servicio desde la Perspectiva de Clientes, Usuario y Auto – Percepción de Empresas de Captación de Talentos.** Universidad Católica Andrés Bello

KOTHER (2001). Definición de atención al cliente: Disponible: <http://www.apuntesgestion.com>.

QUINTANILLA, M. A. (1997). Definición de herramienta. Disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/herramientas>

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

SOLICITUD DE VALIDACION

Estimado Experto: FREDDY CAMASQUERO

Reciba ante todo un cordial saludo, es grato dirigirme a usted en la oportunidad de solicitarle su valiosa colaboración para la validación del instrumento de investigación del Trabajo Especial de Grado titulado: **HERRAMIENTAS TECNICAS QUE PROUEVAN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA EMPRESARIAL CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN DIEGO ESTADO CARABOBO.**

El instrumento ha sido elaborado con la finalidad de recabar información acerca de la calidad de servicio que brinda el Are Empresarial Clínica Docente Los Jarales, que contribuirá como soporte para la búsqueda del presente estudio.

A los fines propuestos se anexa la copia del instrumento y la hoja de evaluación.

Agradeciendo de antemano su inestimable apoyo, se despide de usted muy atentamente.

Br. Mary Carmen Borges

C.I: 19.443.630



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

DATOS DE IDENTIFICACION DEL EXPERTO

Nombre y Apellido: FREDDY CARRASQUERO

Mención de Pregrado: LICDO. EN EDUCACIÓN MENCION EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

Año de Egreso: 2006

Egresado de: U.C

Mención de Postgrado: GERENCIA AVANZADA EN EDUCACIÓN

Año de Egreso: 2011

Egresado de: U.C



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO
MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA
COMERCIAL



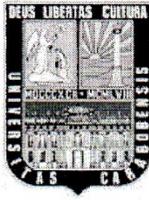
APROBACIÓN DEL EXPERTO

En mi carácter de experto, previa revisión y consideraciones realizadas al instrumento de investigación presentados por la Br. Mary Carmen Borges para la ejecución de su trabajo de grado **HERRAMIENTAS TECNICAS QUE PROMUEVAN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA EMPRESARIAL CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN DIEGO ESTADO CARABOBO**, bajo la tutoría del Profesor Orlando Castro, considero que dicho instrumento reúne los requisitos y méritos suficientes para ser aplicados en la investigación.

En VALENCIA, a los 02 días del mes de Julio del año 2015

Firma del Experto

C.I/S. 088.647



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

SOLICITUD DE VALIDACION

Estimado Experto: Alejandra Rijos.

Reciba ante todo un cordial saludo, es grato dirigirme a usted en la oportunidad de solicitarle su valiosa colaboración para la validación del instrumento de investigación del Trabajo Especial de Grado titulado: **HERRAMIENTAS TECNICAS QUE PROUEVAN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA EMPRESARIAL CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN DIEGO ESTADO CARABOBO.**

El instrumento ha sido elaborado con la finalidad de recabar información acerca de la calidad de servicio que brinda el Are Empresarial Clínica Docente Los Jarales, que contribuirá como soporte para la búsqueda del presente estudio.

A los fines propuestos se anexa la copia del instrumento y la hoja de evaluación.

Agradeciendo de antemano su inestimable apoyo, se despide de usted muy atentamente.

Br. Mary Carmen Borges

C.I: 19.443.630



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

DATOS DE IDENTIFICACION DEL EXPERTO

Nombre y Apellido: Alejandra Rigas

Mención de Pregrado: Lic En Educación Mención Orientación

Año de Egreso: 2009

Egresado de: Universidad de Carabobo

Mención de Postgrado: _____

Año de Egreso: _____

Egresado de: _____



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO
MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA
COMERCIAL



APROBACIÓN DEL EXPERTO

En mi carácter de experto, previa revisión y consideraciones realizadas al instrumento de investigación presentados por la Br. Mary Carmen Borges para la ejecución de su trabajo de grado **HERRAMIENTAS TECNICAS QUE PROMUEVAN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA EMPRESARIAL CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN DIEGO ESTADO CARABOBO**, bajo la tutoría del Profesor Orlando Castro, considero que dicho instrumento reúne los requisitos y méritos suficientes para ser aplicados en la investigación.

En Naquanagua, a los 24 días del mes de Junio del año 2015,

Firma del Experto

C.I. 1836873



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

Estimado Usuario:

Es grato dirigirme a usted, con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración para dar cumplimiento a los objetivos fijados en la investigación denominada: “HERRAMIENTAS TECNICAS QUE PROMUEVAN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL ARE EMPRESARIAL CLINICA DOCENTE LOS JARALES DEL MUNICIPIO SAN DIEGO ESTADO CARABOBO”.

A continuación se le presenta un cuestionario cuyo objetivo es recolectar información que permita evaluar la calidad de servicio que brinda el Área Empresarial Clínica Docente los Jarales. La información por usted aportada será de carácter confidencial y representa un aporte para la realización del trabajo de grado para optar al título de Licenciada en Educación Mención Educación para el Trabajo Sub-Área Comercial Su opinión es importante por lo que se le invita a responder con el mayor grado de acercamiento a la realidad.

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente cada ítem. Cada uno tiene dos (02) posibles respuestas, de las cuales solo seleccione una (01).

- Marque con una equis (x) la alternativa que usted considere conveniente, así: Si o No.
- Responda de manera directa y sincera cada interrogante
- No deje ninguna pregunta sin contestar

Agradeciendo su valiosa colaboración y atención

Br. Mary Carmen Borges

Cliente N° 1



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO
MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL



ITEMS	ASPECTO VALORADO	SI	NO
1	¿Los empleados poseen una conducta intachable?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2	¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3	¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizado de los pacientes?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5	¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Los empleados poseen una apariencia pulcra	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	La oficina se encuentra organizada	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8	El área cuenta con buena estructura	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	El área cuenta con equipos tecnológicos modernos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11	Los empleados se encuentran disponible a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

12	Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen	X	X
13	Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa		X
14	Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes	X	
15	Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes		X
16	Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio.	X	X
17	Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad		X
18	Los empleados tiene una actitud amable	X	
19	Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente		X
20	Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente	X	
21	El servicio se presta bien en todo momento		X
22	El tiempo de espera para ser atendido es el indicado		X

Cliente N° 2



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

ITEMS	ASPECTO VALORADO	SI	NO
1	¿Los empleados poseen una conducta intachable?		X
2	¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?		X
3	¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?	X	
4	¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizado de los pacientes?		X
5	¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?		X
6	Los empleados poseen una apariencia pulcra	X	
7	La oficina se encuentra organizada	X	
8	El área cuenta con buena estructura	X	
9	El área cuenta con equipos tecnológicos modernos	X	
10	Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema		X
11	Los empleados se encuentran disponible a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda		X

12	Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen	X	
13	Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa	X	
14	Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes	X	
15	Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes		X
16	Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio.	X	
17	Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad		X
18	Los empleados tiene una actitud amable	X	
19	Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente		X
20	Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente	X	
21	El servicio se presta bien en todo momento		X
22	El tiempo de espera para ser atendido es el indicado		X

Cliente N° 3



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
 PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

ITEMS	ASPECTO VALORADO	SI	NO
1	¿Los empleados poseen una conducta intachable?	X	
2	¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?		X
3	¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?	X	
4	¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizado de los pacientes?	X	
5	¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?	X	
6	Los empleados poseen una apariencia pulcra	X	
7	La oficina se encuentra organizada	X	
8	El área cuenta con buena estructura	X	
9	El área cuenta con equipos tecnológicos modernos	X	
10	Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema		X
11	Los empleados se encuentran disponible a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda	X	

12	Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen	X	
13	Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa	X	
14	Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes	X	
15	Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes		X
16	Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio.	X	
17	Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad		X
18	Los empleados tiene una actitud amable		X
19	Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente		X
20	Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente	X	
21	El servicio se presta bien en todo momento		X
22	El tiempo de espera para ser atendido es el indicado		X

Cliente N° 4



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
 PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

ITEMS	ASPECTO VALORADO	SI	NO
1	¿Los empleados poseen una conducta intachable?	X	
2	¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?		X
3	¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?	X	
4	¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizado de los pacientes?	X	
5	¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?	X	
6	Los empleados poseen una apariencia pulcra	X	
7	La oficina se encuentra organizada	X	
8	El área cuenta con buena estructura	X	
9	El área cuenta con equipos tecnológicos modernos	X	
10	Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema		X
11	Los empleados se encuentran disponible a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda	X	

12	Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen	X	
13	Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa	X	
14	Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes	X	
15	Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes	X	
16	Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio.		X
17	Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad		X
18	Los empleados tiene una actitud amable	X	
19	Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente	X	
20	Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente	X	
21	El servicio se presta bien en todo momento		X
22	El tiempo de espera para ser atendido es el indicado		X

Cliente N° 5



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
 PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

ITEMS	ASPECTO VALORADO	SI	NO
1	¿Los empleados poseen una conducta intachable?		X
2	¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?	X	
3	¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?		X
4	¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizado de los pacientes?	X	
5	¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?		X
6	Los empleados poseen una apariencia pulcra	X	
7	La oficina se encuentra organizada		X
8	El área cuenta con buena estructura	X	
9	El área cuenta con equipos tecnológicos modernos	X	
10	Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema		X
11	Los empleados se encuentran disponible a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda	X	

12	Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen	X	
13	Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa	X	
14	Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes	X	
15	Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes	X	
16	Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio.	X	
17	Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad		X
18	Los empleados tiene una actitud amable		X
19	Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente	X	
20	Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente	X	
21	El servicio se presta bien en todo momento		X
22	El tiempo de espera para ser atendido es el indicado		X

Cliente N° 6



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y
PLANEAMIENTO EDUCATIVO



MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

ITEMS	ASPECTO VALORADO	SI	NO
1	¿Los empleados poseen una conducta intachable?		X
2	¿Observa usted en los empleados una capacitación adecuada para atender al cliente?		X
3	¿Considera usted adecuado implementar un buzón de sugerencias en el área?	X	
4	¿Los empleados cuentan con una base de datos actualizado de los pacientes?		X
5	¿Los empleados llevan un registro de las citas médicas?	X	
6	Los empleados poseen una apariencia pulcra	X	
7	La oficina se encuentra organizada		X
8	El área cuenta con buena estructura	X	
9	El área cuenta con equipos tecnológicos modernos	X	
10	Los empleados muestran interés en ayudar a los clientes cuando presentan un problema		X
11	Los empleados se encuentran disponible a ofrecer asesoramiento al cliente ante cualquier duda		X

12	Los empleados mantienen a los clientes informados utilizando un lenguaje acorde al servicio que ofrecen		X
13	Los empleados transmiten la información de manera clara y precisa		X
14	Los empleados son responsables al momento de transcribir los resultados de los exámenes	X	
15	Los empleados son cuidadosos al momento de entregar los resultados de los exámenes	X	
16	Los empleados poseen el conocimiento necesario para la ejecución del servicio.	X	
17	Los empleados están preparados para ofrecer un servicio de calidad	X	
18	Los empleados tiene una actitud amable	X	
19	Los empleados hacen el esfuerzo por conocer las necesidades del cliente		X
20	Brindan atención, respeto y amabilidad hacia el cliente		X
21	El servicio se presta bien en todo momento	X	
22	El tiempo de espera para ser atendido es el indicado		X