



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL CON  
MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN AGROINDUSTRIAL Y  
AGROPECUARIA**

**MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE  
SERVICIO DE LA CLÍNICA ECOMEDIC EN QUITO Y GUAYAQUIL.**

**AUTORES:**

**MARÍA GUADALUPE PINCAY GANCHOZO  
NATALIA MISHHELL ROMERO TARCO**

**TUTORA:**

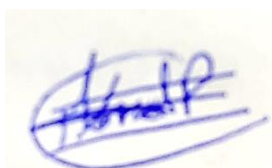
**MG. EVELYN PINARGOTE NAVARRETE**

**CALCETA, FEBRERO 2024**

## DERECHO DE AUTORÍA

María Guadalupe Pincay Ganchozo y Natalia Mishel Romero Tarco declaramos, bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y se ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

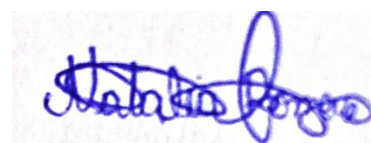
A través de la presente declaración, concedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de las autoras sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e innovación.



---

**María Guadalupe Pincay Ganchozo**

**CC: 1723832265**



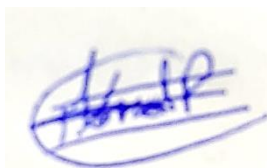
---

**Natalia Mishel Romero Tarco**

**CC: 1316872967**

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

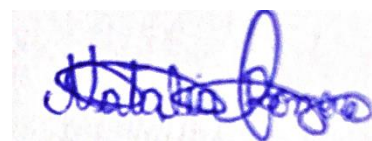
**María Guadalupe Pincay Ganchozo**, con cédula de ciudadanía 1723832265 y **Natalia Mishell Romero Tarco**, con cédula de ciudadanía 1316872967, autorizo a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: **CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA CLÍNICA ECOMEDIC DE QUITO Y GUAYAQUIL**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.



---

**María Guadalupe Pincay Ganchozo**

**CC: 1723832265**



---

**Natalia Mishell Romero Tarco**

**CC: 1316872967**

## **CERTIFICACIÓN DE TUTORA**

**MG, EVELYN PINARGOTE NAVARRETE** certifico haber tutelado el proyecto **CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA CLÍNICA ECOMEDIC EN QUITO Y GUAYAQUIL**, que ha sido desarrollada por **MARÍA GUADALUPE PINCAY GANCHOZO Y NATALIA MISHHELL ROMERO TARCO**, previa la obtención del título Ingeniera Comercial con mención especial en Administración Agroindustrial y Agropecuaria, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**MG. EVELYN PINARGOTE NAVARRETE**

**CC: 1717247785**

**TUTORA**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos APROBADO el trabajo de titulación **CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA CLÍNICA ECOMEDIC EN QUITO Y GUAYAQUIL**, que ha sido propuesta, desarrollada por **María Guadalupe Pincay Ganchozo** y **Natalia Mishel Romero Tarco**, previa la obtención del título Ingeniera Comercial con mención especial en Administración Agroindustrial y Agropecuaria, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**MG. MARÍA GABRIELA MONTESDEOCA CALDERÓN**

**CC: 1310477490**

**PRESIDENTA DEL TRIBUNAL**

---

**MG. KAREN PILOSO CHÁVEZ**

**CC:1310501638**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**MG. PAMELA ZAMBRANO ÁLVAREZ**

**CC: 1310470537**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios en primera instancia por haber guiado mi camino y darme fuerzas para seguir luchando por mis sueños y metas propuestas.

A mi familia por estar conmigo en las buenas y en las malas, por haberme dado la oportunidad de seguir luchando por mis sueños y apoyarme incondicionalmente, además, de guiarme por el buen camino.

A mi tía por brindarme su apoyo y permitirme que forme parte de su familia, le agradezco por tratarme como una hija más y estar ahí conmigo en mi trayectoria universitaria.

Agradezco a los docentes de la carrera de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, por inculcarme cada uno de sus conocimientos y motivarme a ser mejor cada día.

A la tutora Evelyn Pinargote por guiarnos, durante todo este proceso y tenernos paciencia.

**MARÍA GUADALUPE PINCAY GANCHOZO**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todas las personas que se han involucrado en la realización de mi tesis, por esta razón los principales merecedores de este reconocimiento es Dios porque me ha dado las fuerzas necesarias y la bendición de no decaer en esta gran meta.

A mis padres que, con cada esfuerzo realizado y dedicación, me ayudaron a culminar mi carrera universitaria, así mismo me dieron el apoyo que necesitaba cuando sentía que se complicaba y lo veía imposible.

Agradezco infinitamente a mis hermanos por ser quienes también me daban los mejores consejos, estar conmigo por horas hasta que culmine cualquier avance que realizaba.

A mi tutora Evelyn Pinargote, quien, con su experiencia y conocimiento, fue la guía y apoyo en todo el transcurso de realización de mi tesis.

Agradezco al Magister Iván Zambrano que, debido a su conocimiento, nos direccionó a la ejecución de este trabajo de investigación, para la consecución de esta meta profesional.

No podría faltar agradecerte a ti mejor amiga de mi vida universitaria Lupita, has sido mi compañera fiel, de tesis ahora también de mi corazón y de mi vida.

**NATALIA MISHHELL ROMERO TARCO**

## **DEDICATORIA**

Primeramente, le doy gracias a mis padres por haber sido mi pilar fundamental en toda esta trayectoria universitaria, dándome apoyo incondicional, estando conmigo en las buenas y en las malas, en mis noches de desvelos. Les agradezco por haber confiado en mí y nunca dejarme caer, por recordarme que cada objetivo que me proponga va a estar ahí para apoyarme.

A mis hermanos por brindarme su cariño y apoyo, durante todo este proceso, por estar conmigo en los buenos y malos ratos, por darme los mejores consejos para ser una gran persona.

Asimismo, a mi tía y a su familia por confiar en mí brindándome un hogar, por convertirse como en mi segunda familia, especialmente le dedico este trabajo por estar ahí conmigo apoyándome incondicionalmente.

Finalmente me gustaría dedicarle esta tesis al Ingeniero Iván Zambrano por haberme ayudado y apoyado en este proceso, por guiarme y tenerme paciencia.

**MARÍA GUADALUPE PINCAY GANCHOZO**



## DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada principalmente a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome, dándome fuerzas para continuar y así haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres, hermano, hermana y sobrino quienes son mi pilar fundamental para luchar por mis metas que, con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

A mi hermana Ginger J. Romero por ser mi gran amiga y motivación, porque estuviste apoyándome en estos hermosos 5 años y hoy me está viendo triunfar con lo más anhelado.

A mi abuelito Luis E. Tarco por ser mi ángel que siempre me dio su fuerza desde el cielo y va dedicado este sueño para ti, porque también fue tu sueño verme culminar esta meta.

A mis compañeros que en toda la trayectoria universitaria estuvieron compartiendo día a día las mejores experiencias.

¡Que nadie se quede afuera, porque se los dedico a todos!

**NATALIA MISHHELL ROMERO TARCO**

## CONTENIDO

DERECHO DE AUTORÍA .....	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD.....	iii
CERTIFICACIÓN DE TUTORA.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
CONTENIDO .....	ix
CONTENIDO DE FIGURAS.....	x
CONTENIDO DE GRÁFICOS .....	xi
CONTENIDO DE TABLAS .....	xii
RESUMEN.....	xv
PALABRAS CLAVES: .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
KEY WORDS:.....	xvi
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES .....	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	4
1.3. OBJETIVOS .....	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
1.4. HIPÓTESIS .....	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	48
3.1. UBICACIÓN.....	48
3.2. DURACIÓN .....	49
3.3. VARIABLES EN ESTUDIO .....	49
3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	51
3.4.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	51
3.4.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	51
3.4.3. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA .....	52
3.5. MÉTODOS .....	52
3.5.1. MÉTODO INDUCTIVO .....	53
3.5.2. MÉTODO DEDUCTIVO.....	53
3.5.3. MÉTODO CORRELACIONAL.....	54

	X
3.6. TÉCNICAS .....	54
3.6.1. ENCUESTA .....	54
3.6.2. SEMAFORIZACIÓN .....	55
3.6.3. ÍNDICE DE LA CALIDAD DE SERVICIO (ICS) .....	56
3.7. HERRAMIENTAS .....	57
3.7.1. CUESTIONARIO .....	57
3.7.2. ESCALA LIKERT .....	58
3.7.3. DIAGRAMA ISHIKAWA.....	58
3.7.4. MATRIZ 5W+1H.....	59
3.7.5. SOFTWARE SPSS (STATISTICAL PRODUCT AND SERVICE SOLUTIONS).....	60
3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	60
3.9. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	61
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	64
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	132
5.1. Conclusiones .....	132
5.2. Recomendaciones.....	133
BIBLIOGRAFÍA.....	134

## CONTENIDO DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Hilo conductor acerca de la calidad percibida a través de la evaluación cultural de los clientes .....	7
<b>Figura 2.</b> Tipos de cultura en el modelo de valores en competencia.....	10
<b>Figura 3.</b> Tipos de cultura organizacional con sus características.....	12
<b>Figura 4.</b> Elementos subyacentes, visibles implícitos y visibles explícitos que conforman la cultura organizacional. ....	15
<b>Figura 5.</b> Características del servicio .....	28
<b>Figura 6.</b> Proceso del ciclo vital del servicio.....	30
<b>Figura 7.</b> Ciclo del servicio. ....	31
<b>Figura 8.</b> Concepto de clientes según varios investigadores.....	33
<b>Figura 9.</b> Dimensiones del modelo SERVQUAL .....	38
<b>Figura 10.</b> Dimensiones del modelo SERVQUAL. ....	39
<b>Figura 11.</b> División del Sistema Nacional de Salud de Ecuador. ....	44
<b>Figura 12.</b> Ubicación clínica EcoMedic Guayaquil .....	48
<b>Figura 13.</b> Ubicación clínica EcoMedic Quito.....	48
<b>Figura 14.</b> Diagrama de Ishikawa con los factores deficientes. ....	129

## CONTENIDO DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> La comunicación interna funciona correctamente.....	71
<b>Gráfico 2.</b> Existencia de procedimiento para recopilar información.....	72
<b>Gráfico 3.</b> El personal maneja suficiente información en el área de trabajo.....	73
<b>Gráfico 4.</b> Se fomenta la comunicación entre usuarios y personal.....	74
<b>Gráfico 5.</b> Medición de la dimensión de comunicación.....	75
<b>Gráfico 6.</b> Los valores organizacionales en la clínica EcoMedic.....	76
<b>Gráfico 7.</b> Los empleados transmiten honestidad y confianza.....	77
<b>Gráfico 8.</b> Las funciones y límites de responsabilidad del cargo están definidas.....	78
<b>Gráfico 9.</b> Compromiso con los objetivos de EcoMedic.....	79
<b>Gráfico 10.</b> Medición de la dimensión valores y objetivos.....	80
<b>Gráfico 11.</b> Los empleados cuentan con recursos para desarrollar las tareas.....	81
<b>Gráfico 12.</b> Realizan trabajo de calidad y afrontan situaciones difíciles.....	82
<b>Gráfico 13.</b> Los empleados trabajan en equipo.....	83
<b>Gráfico 14.</b> Los procedimientos ejecutados contribuyen en el rendimiento de los empleados.....	84
<b>Gráfico 15.</b> Medición de la dimensión de orientación de resultados y al trabajo en equipo.....	85
<b>Gráfico 16.</b> El servicio brindado responde a los requerimientos de los usuarios.....	86
<b>Gráfico 17.</b> El personal responde a las preguntas de los usuarios.....	87
<b>Gráfico 18.</b> La clínica cumple con sus compromisos eficientemente.....	88
<b>Gráfico 19.</b> Los empleados solucionan los problemas que se presentan.....	89
<b>Gráfico 20.</b> Medición de la dimensión excelencia.....	90
<b>Gráfico 21.</b> Existe un clima organizacional adecuado.....	91
<b>Gráfico 22.</b> EcoMedic cuenta con empleados dispuestos a brindar asistencia a los clientes.....	92
<b>Gráfico 23.</b> La estructura física es favorable.....	93
<b>Gráfico 24.</b> Las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas.....	94
<b>Gráfico 25.</b> Medición de la dimensión clima laboral de EcoMedic.....	95
<b>Gráfico 26.</b> Instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas.....	97
<b>Gráfico 27.</b> Los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic son los idóneos.....	98
<b>Gráfico 28.</b> Trabajan en forma coordinada para brindarle una atención de calidad.....	99
<b>Gráfico 29.</b> El Departamento de Información y reclamaciones está ubicado en un lugar visible.....	100
<b>Gráfico 30.</b> Medición de la dimensión tangibilidad.....	101
<b>Gráfico 31.</b> Ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado.....	102
<b>Gráfico 32.</b> La seguridad en las instalaciones es suficiente.....	104
<b>Gráfico 33.</b> Los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza.....	105
<b>Gráfico 34.</b> Las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada.....	106
<b>Gráfico 35.</b> Medición de la dimensión seguridad.....	107
<b>Gráfico 36.</b> EcoMedic responde a las necesidades y problemas de los usuarios.....	108

<b>Gráfico 37.</b> Ha podido observar cambios para la mejora del servicio.....	109
<b>Gráfico 38.</b> Comunicarse fácilmente con el personal para satisfacer sus necesidades .....	110
<b>Gráfico 39.</b> Se informa en forma anticipada sobre las actividades .....	111
<b>Gráfico 40.</b> Medición de la dimensión fiabilidad.....	112
<b>Gráfico 41.</b> Se ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna.....	113
<b>Gráfico 42.</b> El personal de EcoMedic está dispuesto a ayudarlo.....	114
<b>Gráfico 43.</b> Recibes un buen servicio de forma ágil y rápida.....	115
<b>Gráfico 44.</b> Tienes información sobre los servicios de EcoMedic.....	116
<b>Gráfico 45.</b> Medición de la dimensión capacidad de respuesta.....	117
<b>Gráfico 46.</b> El personal proporciona a los usuarios un trato considerado y amable.....	118
<b>Gráfico 47.</b> Recibió una atención personalizada según sus necesidades.....	119
<b>Gráfico 48.</b> Los horarios de atención y el tiempo de espera para los usuarios. ....	120
<b>Gráfico 49.</b> EcoMedic cumple con las exigencias de los usuarios. ....	121
<b>Gráfico 50.</b> Medición de la dimensión empatía. ....	122
<b>Gráfico 51.</b> Índice de calidad de servicio. ....	123
<b>Gráfico 52.</b> Análisis de brecha entre expectativa y percepción. ....	124

## CONTENIDO DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Elementos de la cultura organizacional.....	14
<b>Tabla 2.</b> Comparación de los modelos teóricos de Hofstede, Schein y Denison.....	16
<b>Tabla 3.</b> Clasificación de las dimensiones y subdimensiones de la cultura organizacional.....	19
<b>Tabla 4.</b> Teorías sobre la calidad.....	21
<b>Tabla 5.</b> Importancia y factores de gestión de calidad en el servicio de salud del Ecuador .....	23
<b>Tabla 6.</b> Modelos utilizados para medir la calidad de servicio. ....	40
<b>Tabla 7.</b> Matriz de Operacionalización de la variable cultura organizacional y calidad de servicio.....	50
<b>Tabla 8.</b> Revisión bibliográfica de los indicadores de la variable de cultura organizacional.....	64
<b>Tabla 9.</b> Revisión bibliográfica de los indicadores de la variable de calidad de servicio. ....	68
<b>Tabla 10.</b> La comunicación interna funciona correctamente. ....	71
<b>Tabla 11.</b> Existencia de procedimientos para recopilar información. ....	72
<b>Tabla 12.</b> El personal maneja suficiente información en el área de trabajo.....	73
<b>Tabla 13.</b> Se fomenta la comunicación entre usuarios y personal. ....	74
<b>Tabla 14.</b> Medición de la dimensión de comunicación. ....	75
<b>Tabla 15.</b> Los valores organizacionales en la clínica EcoMedic. ....	76
<b>Tabla 16.</b> Los empleados transmiten honestidad y confianza.....	77
<b>Tabla 17.</b> Las funciones y límites de responsabilidad del cargo están definidas.....	78
<b>Tabla 18.</b> Compromiso con los objetivos de EcoMedic.....	79

<b>Tabla 19.</b> Medición de la dimensión de valores y objetivos. ....	80
<b>Tabla 20.</b> Los empleados cuentan con recursos para desarrollar las tareas. ....	81
<b>Tabla 21.</b> Realizan trabajo de calidad y afrontan situaciones difíciles. ....	82
<b>Tabla 22.</b> Los empleados trabajan en equipo. ....	83
<b>Tabla 23.</b> Los procedimientos ejecutados contribuyen en el rendimiento de los empleados. ....	84
<b>Tabla 24.</b> Medición de la dimensión de orientación de resultados y al trabajo en equipo. ....	85
<b>Tabla 25.</b> El servicio brindado responde a los requerimientos de los usuarios. ....	86
<b>Tabla 26.</b> El personal responde a las preguntas de los usuarios. ....	87
<b>Tabla 27.</b> La clínica cumple con sus compromisos eficientemente. ....	88
<b>Tabla 28.</b> Los empleados solucionan los problemas que se presentan. ....	89
<b>Tabla 29.</b> Medición de la dimensión excelencia. ....	90
<b>Tabla 30.</b> Existe un clima organizacional adecuado. ....	91
<b>Tabla 31.</b> EcoMedic cuenta con empleados dispuestos a brindar asistencia a los clientes. ....	92
<b>Tabla 32.</b> La estructura física es favorable. ....	93
<b>Tabla 33.</b> Las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas. ....	94
<b>Tabla 34.</b> Medición de la dimensión clima laboral de EcoMedic. ....	95
<b>Tabla 35.</b> Instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas. ....	97
<b>Tabla 36.</b> Los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic son los idóneos. ....	98
<b>Tabla 37.</b> Trabajan en forma coordinada para brindarle una atención de calidad. ....	99
<b>Tabla 38.</b> El Departamento de Información y reclamaciones está ubicado en un lugar visible. ....	100
<b>Tabla 39.</b> Dimensión tangibilidad. ....	101
<b>Tabla 40.</b> Ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado. ....	102
<b>Tabla 41.</b> La seguridad en las instalaciones es suficiente. ....	103
<b>Tabla 42.</b> Los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza ....	104
<b>Tabla 43.</b> Las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada. ....	105
<b>Tabla 44.</b> Medición de la dimensión seguridad. ....	106
<b>Tabla 45.</b> EcoMedic responde a las necesidades y problemas de los usuarios. ....	108
<b>Tabla 46.</b> Ha podido observar cambios para la mejora del servicio. ....	109
<b>Tabla 47.</b> Comunicarse fácilmente con el personal para satisfacer sus necesidades ....	110
<b>Tabla 48.</b> Se informa en forma anticipada sobre las actividades ....	111
<b>Tabla 49.</b> Medición de la dimensión fiabilidad. ....	112
<b>Tabla 50.</b> Se ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna. ....	113
<b>Tabla 51.</b> El personal de EcoMedic está dispuesto a ayudarle. ....	114
<b>Tabla 52.</b> Recibes un buen servicio de forma ágil y rápida. ....	115
<b>Tabla 53.</b> Tienes información sobre los servicios de EcoMedic. ....	116
<b>Tabla 54.</b> Medición de la dimensión capacidad de respuesta ....	117
<b>Tabla 55.</b> El personal proporciona a los usuarios un trato considerado y amable. ....	118
<b>Tabla 56.</b> Recibió una atención personalizada según sus necesidades. ....	119

<b>Tabla 57.</b> Los horarios de atención y el tiempo de espera para los usuarios. ....	120
<b>Tabla 58.</b> EcoMedic cumple con las exigencias de los usuarios. ....	121
<b>Tabla 59.</b> Medición de la dimensión empatía. ....	122
<b>Tabla 60.</b> Medición de las dimensiones. ....	124
<b>Tabla 61.</b> Correlación de las variables de estudio. ....	125
<b>Tabla 62.</b> Correlación de las variables de estudio. ....	127
<b>Tabla 63.</b> Matriz 5W+1H plan de acciones de mejora de la cultura organizacional de la clínica EcoMedic. ....	130
<b>Tabla 64.</b> Matriz 5W+1H plan de acciones de mejora de la calidad de servicio de la clínica EcoMedic. ....	131

## RESUMEN

El propósito de este estudio fue determinar la relación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito. Como metodología, se aplicó la investigación de campo, bibliográfica y descriptiva, además de los métodos inductivo, deductivo y de correlación de Pearson, con la técnica de la encuesta. Este trabajo se planteó en tres fases, que inició con un diagnóstico de la situación actual de ambas variables, a través de una recopilación de información, donde se identificó elementos de la cultura organizacional como la comunicación, valores y objetivos, orientación de resultados, excelencia, y clima organización. Mientras que para valorar la calidad de servicio se utilizó el modelo SERVQUAL. Cabe destacar que con estos indicadores se evaluó a los 9 empleados y 235 clientes de la clínica, dando paso a la ejecución de la segunda etapa, en la que se determinó la relación de las variables a través de la aplicación del programa estadístico SPSS, que mostró un valor de 0,858 siendo positiva de acuerdo a su interpretación. Adicionalmente, los resultados de la evaluación colocaron a la cultura organizacional en un nivel de 94% y la calidad de servicio en un 91%, datos que evidencia que las variables se encuentran en un punto favorable, pero es necesario fortalecerlas, razón por la cual se empleó la tercera fase que consistió en proponer un plan de mejora con la matriz 5W+1H, que sirvió para contrarrestar ciertas deficiencias detectadas en la investigación. En conclusión, en la clínica EcoMedic mantiene una gestión buena, sin embargo, es factible optimizar algunos elementos de la cultura organizacional que permita la excelencia de del servicio.

### PALABRAS CLAVES:

Cultura organizacional, calidad de servicio, clínica, comunicación, excelencia, usuarios.



## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the relationship between organizational culture and quality of service at the EcoMedic clinic in Guayaquil and Quito. As a methodology, field research, bibliographic and descriptive, as well as Pearson's inductive, deductive and correlation methods, were applied with the survey technique. This work was proposed in three phases, which began with a diagnosis of the current situation of both variables, through a compilation of information, where elements of the organizational culture were identified, such as communication, values and objectives, results orientation, excellence, and organizational climate. The SERVQUAL model was used to assess the quality of service. It should be noted that with these indicators, the 9 employees and 235 clients of the clinic were evaluated, giving way to the execution of the second stage, in which the relationship of the variables was determined through the application of the SPSS statistical program, which It showed a value of 0.858, which was positive according to its interpretation. Additionally, the results of the evaluation placed the organizational culture at a level of 94% and the quality of service at 91%, data that shows that the variables are at a favorable point, but it is necessary to strengthen them, which is why the third phase was used, which consisted of proposing an improvement plan with the 5W+1H matrix, which served to counteract certain shortcomings detected in the research. In conclusion, EcoMedic maintains good management at the clinic, however, it is feasible to optimize some elements of the organizational culture that allow the excellence of the service.

## **KEY WORDS:**

Organizational culture, quality of service, clinical, communication, excellence, user

# CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

## 1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Las organizaciones de hoy no solo han cambiado en cómo se estructuran y gestionan (Llanos y Bell, 2018). Por lo tanto, la cultura organizacional se convierte en un aspecto importante de la investigación debido al entorno en constante cambio, influyendo en el comportamiento interno de las empresas (Carrillo, 2016). Considerándose crucial dentro de una organización porque a través de ella se puede conocer el éxito y las operaciones de esa empresa, pues revela la forma en que los empleados se relacionan entre sí en el ambiente laboral; además, reflejan valores y creencias compartidas que influyen en el trabajo y la calidad del servicio prestado a los usuarios. En este contexto, la cultura organizacional de una clínica puede tener un impacto significativo en la satisfacción del usuario a través de la eficiencia y los resultados de la atención médica.

A nivel mundial, la cultura organizacional se define como la identidad de cada individuo que permite las interacciones entre empleados y clientes dentro de la organización; para ello, el empresario de Disney World, Bill Capodagli (The Disney Way; 2010) promueve un sistema de reconocimiento que sustenta la empresa sobre la cultura, y reconoce el trabajo de su equipo, generando aprecio y gratitud. En este sentido, Etkin (2000, citado por Ricón y Aldana, 2021) afirman que esta se convierte en una parte estratégica dentro de la organización, impulsando a sus miembros a formar un sentido de identidad con la empresa a través de mentalidades, creencias y valores, potenciando así su ventaja competitiva y mejora en su desempeño.

En otra instancia, la Organización Internacional de Normalización (ISO, 2015) señala que una empresa orientada a la calidad promueve una cultura que se traduce en comportamientos, actitudes, actividades y procesos que entregan valor al satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes; por lo que es seguro que la calidad de un producto o servicio incluye su funcionalidad, desempeño esperado, valor y beneficio general percibido por el usuario. Desde esta perspectiva, Vega (2013, citado por Sanabria et al., 2019), argumenta que las empresas que no ponen énfasis en desarrollar una cultura organizacional orientada a la calidad pueden no ser competitivas.

La cultura organizacional en Ecuador está enfocada en lo que las empresas quieren lograr para sobrevivir en el mundo empresarial, por este motivo las organizaciones tratan de adaptarse a los diversos cambios del mercado. En este sentido, Argüello (2012) recomienda hacer un plan corporativo que permita a los empleados aprovechar los atributos culturales de la empresa tales como: confianza, entusiasmo e innovación. De igual manera, Rodríguez y Romo (2013, citado por Checa, 2023) declaran que “la cultura de una organización puede ser una herramienta estratégica para el éxito de esta, porque influye la forma en que la empresa conduce su negocio y ayuda a regular, controlar y modelar el comportamiento organizacional” (p. 72).

Al mismo tiempo, se dice que la cultura de la organización tiene muchos factores que inciden en la gestión de la empresa de manera negativa o positiva, pues guarda relación con variables representativas como el desempeño, la satisfacción, la calidad de servicio, entre otras. Rojas-Martínez et al., (2020; citado por Tuesta et al., 2023), indica que la calidad del servicio cobra mucha importancia en las organizaciones, “siendo un trabajo de pertinencia a desarrollar, y se ha convertido en una tarea ardua y difícil de aplicar en las organizaciones que se dedican al servicio en general” (p. 222).

La Ley Orgánica de Saneamiento de Ecuador (2011) estipula que los servicios de saneamiento deben ser de alta calidad, entusiastas y eficientes, por lo que es necesario establecer un mecanismo para evaluar la satisfacción del cliente interno y externo. Uno de los mayores desafíos que tiene y enfrentará siempre el sector salud es lograr mayores niveles de calidad en el servicio, por lo que esta es una preocupación para las instituciones que prestan servicios de salud.

El sistema de salud del país se divide en dos sectores: público y privado. En el ámbito privado, las clínicas generales desempeñan un papel destacado, representando el 91,02% de la participación, lo que equivale a 507 establecimientos. Le siguen las clínicas especializadas, con un 5,21%, abarcando 29 establecimientos (INEC, 2016). De igual manera dentro de estas instituciones, la percepción de calidad por parte de los usuarios ya sea positiva o negativa, tiene un impacto significativo que trasciende hacia terceros. Esta apreciación se traduce en lealtad y supervivencia, marcando así la diferencia entre organizaciones, empresas y otros competidores.

Correa (2016) también coincide en que la calidad de los servicios de salud se concentra principalmente en el punto técnico, sin embargo, actualmente hay mucho énfasis en el aspecto humano, midiendo la calidad a partir de las percepciones de los clientes. No comprender la percepción de la satisfacción del cliente puede llevar a no aplicar estrategias que mantengan contentos a sus usuarios o pacientes.

La Clínica EcoMedic de Quito (UIO) y Guayaquil (GYE), tiene profesionales altamente capacitados, cada uno de ellos competentes, dotados de implementos y equipos de primer nivel; oferta servicios en las áreas de Odontología y Ginecología. Sin embargo, esta institución no cuenta con un estudio referente a la cultura organizacional y su relación de la calidad de servicio, que permita abordar las incidencias que se presentan, como las deficiencias de comunicación, considerando que su fuerza de trabajo en mayor proporción es extranjera, además, de desencadenar un desinterés en la realización de las actividades por la falta de sentido de pertenencia, lo que implica que estas causales afecten a la calidad de servicio prestado EcoMedic Guayaquil y Quito. Por lo expuesto anteriormente, se decidió llevar a cabo esta investigación, respondiendo a la siguiente pregunta:

¿Cómo incide la cultura organizacional en la calidad de servicio de la clínica EcoMedic en Quito y Guayaquil?

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación pretende analizar las interrogantes que plantean las clínicas EcoMedic de Quito y Guayaquil en cuanto a cultura, organización y relación con la calidad de servicio percibida por el usuario, considerando que estas dos variables son elementos fundamentales de toda empresa, dada la satisfacción, bienestar de los empleados para obtener el éxito general de la organización. Por lo tanto, este estudio se justifica teórica, social, económica, legal y metodológicamente.

En cuanto a la base teórica, las autoras de este informe expresan puntos de vista de pensadores conocedores del tema y relacionan este tema con la experiencia revelada por la investigación realizada, por lo que es de gran interés para los lectores que requieren conocimientos teóricos previos, a futuro, siendo favorable para empresarios, emprendedores o ciudadanos, ya que es significativo para ellos conocer sobre temáticas relacionadas con la cultura organizacional y la calidad de servicio en las clínicas EcoMedic de Quito y Guayaquil.

En lo social, ayuda a la organización a conocer y mejorar su cultura organizacional, siendo el reflejo de esta la calidad que perciben los usuarios. Asumiendo que una cultura efectiva y orientada al usuario puede motivar a los empleados, fomentar el trabajo en equipo y generar confianza en los usuarios, además, de tener un impacto positivo en la satisfacción de sus necesidades, considerando que todos los usuarios aspiran obtener un servicio de calidad de la clínica EcoMedic en Quito y Guayaquil, lo que se traducirá en el progreso y sostenibilidad a largo plazo.

En el ámbito legal, esta investigación cuenta con respaldo en la Constitución de la República del Ecuador (2008) que estipula en su artículo 52. Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. De igual manera, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2000) establece en su artículo 4. Los derechos de los consumidores donde se destaca en su literal 2. El derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad. Teniendo en cuenta que una cultura organizacional enfocada en la calidad de servicios contribuye a garantizar el cumplimiento de estas leyes.

De igual manera, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2000) establece en su artículo 4. Los derechos de los consumidores donde se destaca en su literal 2. El derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad. Teniendo en cuenta que una cultura organizacional enfocada en la calidad de servicios contribuye a garantizar el cumplimiento de estas leyes.

En términos económicos, la implementación del proyecto trae importantes beneficios económicos a través de la fidelización de los clientes, la diferenciación en el mercado y la mejora del desempeño. Ya que al contar con una cultura organizacional sólida y brindar servicios de calidad, habrá una respuesta positiva de los usuarios, lo que se traduce en el desempeño de la empresa y la sostenibilidad.

En el apartado de metodología se utilizó métodos, técnicas y herramientas para realizar el estudio, a través de la consecución de los resultados de la evaluación se realizarán recomendaciones de mejora mediante el uso de indicadores de cultura organizacional y calidad del servicio. Clínicas EcoMedic en Quito y Guayaquil, con el objetivo de disminuir los problemas identificados en las clínicas.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la relación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio de la clínica EcoMedic Quito y EcoMedic Guayaquil para mejorar su competitividad.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

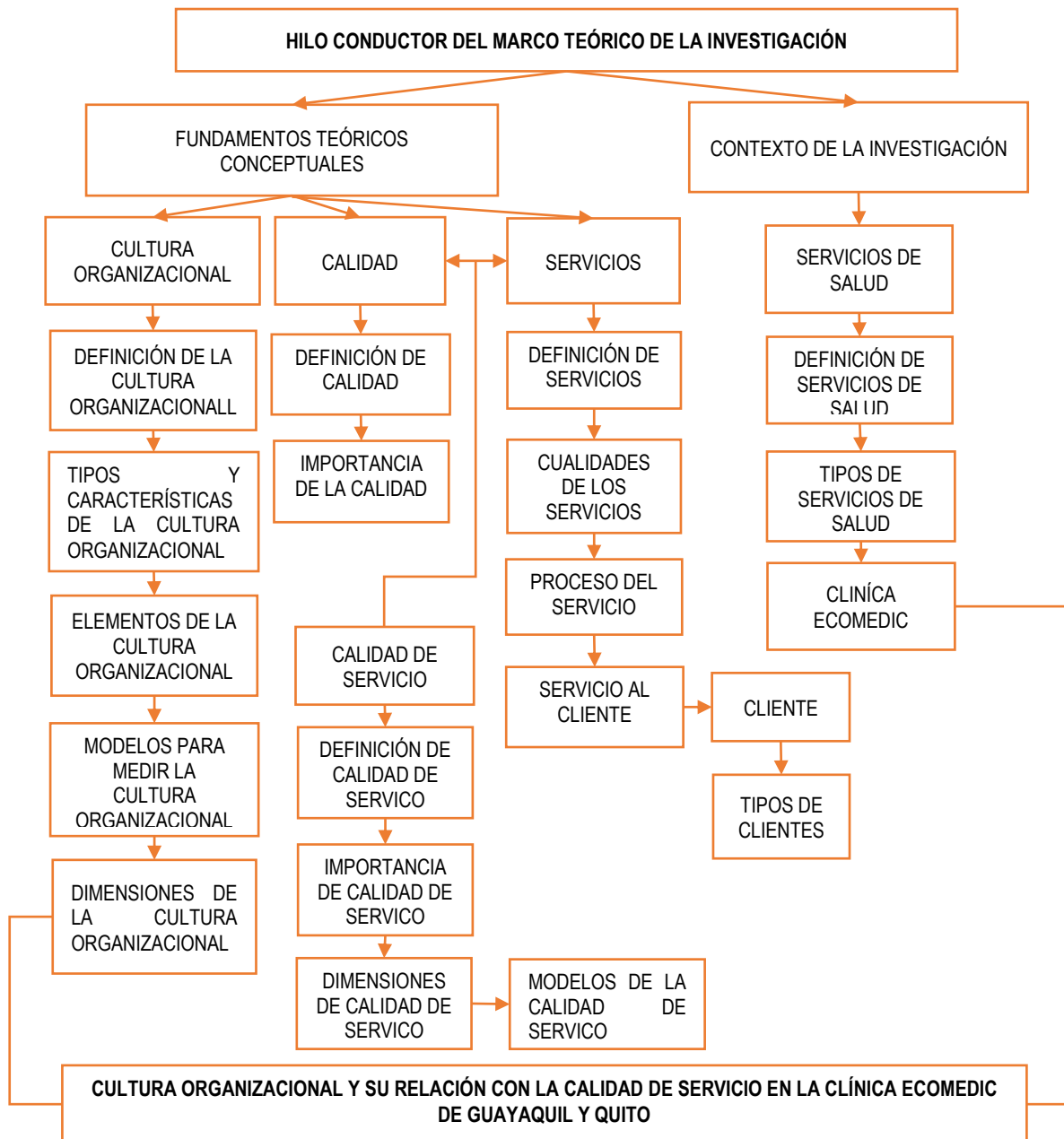
- Diagnosticar la situación actual de la cultura organizacional y la calidad de servicio de la clínica EcoMedic Quito y EcoMedic Guayaquil.
- Evaluar la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en la clínica EcoMedic Quito y EcoMedic Guayaquil.
- Proponer acciones de mejora que contribuya a la calidad del servicio para satisfacción de los usuarios de la clínica EcoMedic Quito y Guayaquil.

## **1.4. HIPÓTESIS**

La cultura organizacional influye en la calidad de servicios percibidos por los usuarios de la clínica EcoMedic Quito y Guayaquil.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este punto de la investigación, se dio tratamiento a la información extraída de libros, revistas, artículos y documentos científicos, que aporten con sustentos teóricos las variables de estudio referente a la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en la clínica EcoMedic, por ello, a continuación, se despliega la figura 1 del hilo conductor donde se plantearon los principales temas del marco teórico.



**Figura 1.** Hilo conductor acerca de la calidad percibida a través de la evaluación cultural de los clientes

**Elaborado por:** Las autoras.



## **2.1. CULTURA ORGANIZACIONAL**

### **2.1.1. DEFINICIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL**

Para Sanabria et al., (2019) la cultura es un término muy amplio que evoca aspectos internos y externos, sociológicos y psicológicos, que evolucionó a lo largo de la historia. De igual modo, Schneider y Barbera (2014), citado en Vesga et al., (2020) afirman que el concepto tuvo su origen en la antropología y la sociología, disciplinas en las que se estudió como una forma de describir y comprender las diferencias en los valores básicos que caracterizan a los grupos sociales. Igualmente, Ferrer, Hernández y Planes (2022) hace alusión que esta tiene una naturaleza social que concierne a la actividad humana en las organizaciones, es portadora de atributos positivos que favorecen a la misma.

Es así como, Rocha, Henao y Cardona (2022) enfatizan que la cultura organizacional es importante porque permite analizar las creencias y normas sociales que influyen en el desempeño de las empresas, tanto del sector público como privado, además de fortalecer las relaciones interpersonales para trabajar en equipo y hacer más ameno el entorno laboral. En particular, la cultura organizacional se define como el conjunto de normas y valores que rigen el comportamiento de los miembros de una empresa o institución educativa, lo que les otorga identidad y distinción frente a otras organizaciones (Escudero et al., 2023).

De manera similar, Schwartz y Davis (1981) y Schein (1987), citado en Llanos y Bell, (2018), afirman que la cultura organizacional es un patrón de las creencias y expectativas compartidas por los miembros de la organización y que influye de una u otra forma en el comportamiento. Asociado a esto, Díaz (2020) expone la teoría de Schein (1988), que en toda institución conviven de manera indisoluble aspectos latentes y manifiestos de la cultura, formando una unidad orgánica. Es precisamente ese carácter binario el que permite que toda manifestación externa de cultura esté impregnada de un fuerte simbolismo, que transmite las creencias, convicciones profundas y principios rectores de la organización.

Bajo esta perspectiva, Schein (1984, citado en Martínez, Arellano y Lagarda, 2022), consideran que es una de las opciones más exitosas para estudiar las organizaciones, ya que se considera un activo intangible que se ha aprendido con el tiempo y se ha

enseñado a nuevos miembros. Por tal motivo, Porter (2006), citado en Guerrero y Silva, (2017), Cabe señalar que la cultura organizacional es un factor importante en la planificación estratégica de las organizaciones y puede permitir a las empresas diferenciarse y obtener ventajas competitivas. Además, Soria (2008), citado en Reyes y Moros, (2019) enfatizan que:

“La cultura organizacional es un elemento significativo para incrementar la competitividad y productividad de una empresa, porque reconoce la capacidad intelectual, el trabajo y el intercambio de ideas entre grupos. Al permitir el intercambio de ideas, facilita la realización de las actividades de la empresa, creándose un clima de compañerismo, y al mismo tiempo, de entrega en el trabajo favorable a su nivel de producción” (p.32).

Agregando a lo anterior, Llancari y Alania (2020), aseveran que la cultura organizacional es uno de los elementos más trascendentales a considerar para el buen funcionamiento de una organización porque está formada por las percepciones que tienen los empleados sobre las creencias, las expectativas, la forma de comunicarse y cómo estas percepciones se convierten en costumbres y patrones de todo lo que significa trabajar en una organización. Por lo tanto, la cultura organizacional es un factor estratégico de las organizaciones porque permite adaptarse a las demandas sociales, económicas, políticas, ambientales y tecnológicas del entorno Ferro (2012; citado en Carrillo et al., 2023).

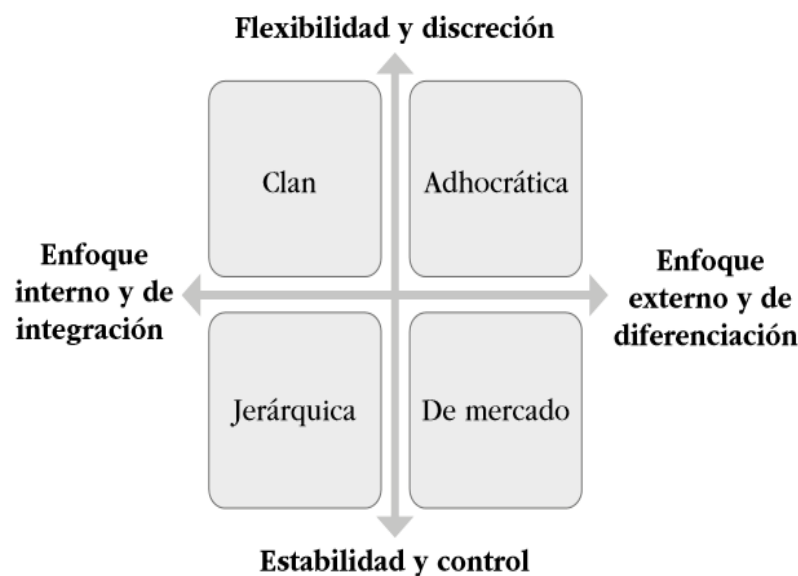
Por último, Navas, Vera y Cedeño (2019) asumen que la cultura organizacional es una poderosa herramienta que permite a los líderes, actores clave y empleados entender el impacto que su cultura tiene sobre el desempeño de la organización y aprender a reorientar su cultura para mejorar la efectividad de la organización. Considerando lo expuesto por Carrillo (2016) que la CO cambia continuamente porque se ve afectada por una serie de factores que moldean el comportamiento individual y colectivo de las personas.

En conclusión, la cultura organizacional se refiere al conjunto de valores, creencias, normas, comportamientos y prácticas compartidas que prevalecen en una organización. Además, cabe destacar que esta filosofía influye tanto de forma positiva o negativa, dado que inciden en cómo se comportan, interactúan y se relacionan sus

colaboradores entre sí. Por esto, la cultura organizacional es una parte fundamental de la identidad de una empresa y puede tener un impacto significativo en su éxito y su capacidad para lograr sus objetivos.

### 2.1.2. TIPOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

La clasificación propuesta por Calderón, Vivares y Jiménez (2022) se basa en la investigación de Cameron y Quinn (1999), en la que los ejes verticales mantienen la pareja de valores de la estructura (flexibilidad y discreción versus estabilidad y control), mientras que el eje horizontal representa el enfoque (externo y diferenciación versus interno e integración). Por lo tanto, existen cuatro tipos de cultura: adhocrática, de mercado, jerárquica y clan en el interior de cada cuadrante (ver figura 2).



**Figura 2.** Tipos de cultura en el modelo de valores en competencia.

**Fuente:** Adaptación de Cameron y Quinn (1999) citado en Calderón, Vivares y Jiménez (2022).

De igual manera, Vesga et al., (2020) consideran lo planteado por Cameron y Quinn (2006), determinando cuatro tipos de cultura establecidos que presentan características que permiten identificarlas de forma adecuada:

“En una cultura de clan predomina el trabajo en equipo, el apoyo y la guía de líderes que actúan como mentores, por lo que prevalecen la lealtad y la tradición. En una cultura de adhocracia, la organización es vista como dinámica, cambiante y altamente flexible, innovadora y de vanguardia. La cultura del marketing está orientada a resultados y demuestra organizaciones

altamente competitivas con líderes muy exigentes. Por último, la cultura jerárquica mantiene una estructura rígida, con políticas y reglas claramente establecidas, de modo que es muy importante el cumplimiento estricto de las normas y el orden jerárquico” (p. 54).

También, Saavedra et al., (2021) mencionan lo propuesto por Cameron y Quinn (2006) definiendo cada uno de los componentes de la cultura:

- **Cultura adhocracia.** Caracterizada por un liderazgo creativo, proactivo e innovador y un ambiente de trabajo en el que los empleados están dispuestos y son capaces de asumir riesgos; permitiendo que la organización permanezca siempre unida, teniendo siempre en cuenta nuevos conocimientos, servicios y productos.
- **Cultura clan.** Es como una empresa de tipo familiar donde destaca la integración de los empleados, el trabajo en equipo y el compromiso. Permitiendo que este tipo de empresas premien a sus empleados.
- **Cultura jerarquía.** Se identifica por tener una adecuada estructura y formalidad para trabajar. Los líderes son buenos organizadores y coordinadores. Uno de los problemas de esta cultura es la preocupación por la suficiente eficiencia, estabilidad y previsibilidad en la organización a largo plazo.
- **Cultura de mercado.** Se orienta a la obtención de resultados. Los líderes son fuertes competidores y productores, además son demandantes con una gran fortaleza. Lo que mantiene unida a una empresa es ganar a través de los ingresos y la participación de mercado.



**Figura 3.** Tipos de cultura organizacional con sus características.

**Fuente:** Adaptado de Cameron y Quinn (2006).

**Elaborado por:** Las autoras

Por otra parte, Robbins (1991, citado en Rocha et al., 2022) alude que una de las características más relevantes de la cultura organizacional es que cumple la función de definir los límites, esto ocurre cuando los comportamientos de los empleados son distintos unos de otros; transmite un sentido de identidad a sus miembros, facilita la creación de un compromiso personal con algo más amplio que los intereses egoístas de las personas y aumenta la estabilidad del entorno laboral. Asimismo, Chiavenato (2009, citado en Lázaro e Yzaguirre, 2023), enumera las siguientes características clave:

- **Regularidad de los comportamientos observados**, las cuales al interactuar entre los individuos se diferencian por tener una terminología propia, un lenguaje común y rituales referentes a las diferencias y conductas.
- **Normas, que son las políticas de trabajo**, las pautas de comportamiento, lineamientos y reglamentos sobre la forma de hacer las cosas.
- **Valores dominantes**, principios que protege la organización y que espera que sus colaboradores compartan.

- **Filosofía**, que son políticas, las cuales reflejan las creencias que se tiene sobre la relación y el trato que deben recibir los clientes o trabajadores.
- **Reglas**, estas son las guías ya existentes que se refieren a las conductas que se deben tener dentro de la organización.
- **Clima organizacional**, el trato a los clientes, la sensación que transmite el local, la manera en que interactúan las personas y proveedores, etc. (p.126)

Hunger et al., (2007), citado en Guerrero y Silva, (2017) establece que la cultura organizacional tiene dos características: intensidad e integración. La primera se define como el grado en que los miembros de un departamento aceptan las normas, valores u otros contenidos culturales asociados con el departamento. Este nivel de aceptación muestra la profundidad de la cultura. La segunda característica indica el grado en que los distintos departamentos de una organización comparten una cultura común, lo que implica una cultura amplia.

En fin, lo que caracteriza principalmente a una cultura organizacional son los valores, las creencias y las manifestaciones entendidas como elementos constitutivos de la filosofía institucional que se encuentran definidos como la imagen corporativa de la entidad (Lemo, 2000; citado en Ulloa, 2019). Es importante señalar que las autoras consideran, que la cultura organizacional abarca elementos que moldean la forma en que los empleados interactúan entre sí y con el entorno laboral. Sin embargo, es esencial considerar que las organizaciones cuenten con culturas que le permite combinar sus diferentes tipos, dado que cada una tiene sus propias características distintivas que ayuda a gestionar la cultura de una organización de manera efectiva para lograr sus objetivos y mantener un entorno de trabajo saludable.

### **2.1.3. ELEMENTOS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL**

Lázaro e e Yzaguirre (2023) mencionan que la cultura es la columna vertebral de una organización que cuenta con una serie de elementos a modo de engranajes que conectan la esfera interna y externa. Ambos permiten que la cultura progrese y se desarrolle constantemente, además se manifiesta en todas las actividades y en las relaciones de sus miembros. De la misma forma, Pedraza et al., (2015), citando a Schein, (1985) citado en Rocha et al., (2022, p. 24) señalan que las creencias y los valores determinan las decisiones en cuanto a las prácticas de dirección,

comunicaciones públicas o la selección de los productos que identifica a la compañía en el mercado, tal como lo describe el autor a continuación:

**Tabla 1.** Elementos de la cultura organizacional.

Elementos	Descripción
Las creencias	Se expresan en los sentimientos y actitudes de los miembros de la organización y suelen estar en un universo simbólico en la sociedad.
Valores conscientes	Son aquellos que influyen en la forma en que las personas actúan y toman decisiones de acuerdo con lo que la sociedad considera apropiado o aceptable.
Las normas sociales	<p>Son los supuestos o normas de comportamiento de una sociedad o grupo. Estas normas tienen cuatro componentes que distinguen las normas sociales:</p> <p><b>Las normas institucionales:</b> son aquellas que definen en la organización las directrices de los sistemas de gestión.</p> <p><b>Las narraciones:</b> son las anécdotas, chistes, que circulan en la compañía.</p> <p><b>Acciones:</b> eventos, ceremonias y reconocimientos son acciones comunes en la empresa.</p> <p><b>Objetos:</b> manifestaciones tangibles de los principios de la organización. Son las representaciones simbólicas más evidentes de los principios que debe fomentar una organización.</p>

Fuente: Adaptado de Schein (1985), Pedraza et al., (2015) y Rocha et al., (2022).

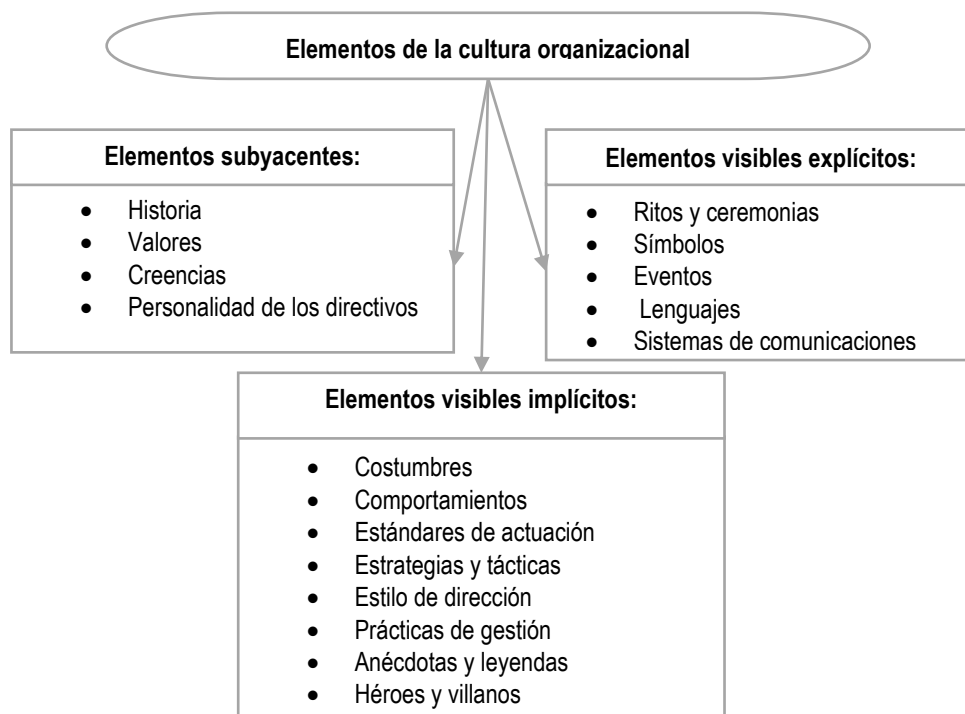
Elaborado por: Las autoras.

Por otro lado, Bernedo et al., (2021, pp. 6-7) indican que la cultura organizacional tiene diez elementos básicos que la definen:

1. **La identidad de sus miembros:** consiste en la forma como los empleados se definen dentro de la organización, su sentido de compromiso como un todo.
2. **Énfasis en el grupo:** consiste en organizar actividades grupales, motivar el trabajo en equipo y no enfocarlo de manera individual.
3. **El enfoque hacia las personas:** consiste en tomar decisiones considerando la relevancia de los miembros de la organización.
4. **La integración de unidades:** consiste en la forma como las unidades organizativas se ubican de forma independiente y coordinada, integradas y sistematizadas.
5. **El control:** está referido al uso de normas y procedimientos que garanticen una conducta apropiada de los individuos dentro de la organización.
6. **Tolerancia al riesgo:** está relacionado con la motivación a la innovación y a las decisiones arriesgadas.

7. **Los criterios para recompensar:** consiste en la valoración al logro, los aumentos salariales, los ascensos, relacionados además con el tiempo de permanencia en el trabajo, entre otros factores ajenos al rendimiento.
8. **El perfil hacia los fines o los medios:** consiste en la forma cómo la organización está enfocada en las metas y objetivos globales, y no centrada en los procesos intermedios o técnicas para alcanzarlos.
9. **El enfoque hacia un sistema abierto:** está relacionado con la rapidez y eficiencia de respuesta en la que la organización atiende los factores externos.
10. **Tolerancia al conflicto:** consiste en motivar a los empleados a participar activamente en la formulación de resultados, a expresar sus inconformidades, sus inquietudes y sus propuestas.

En este contexto, Mena (2019) reitera que la cultura organizativa no se limita a la ideología, la identidad corporativa o los métodos de gestión. Es un fenómeno mucho más amplio y enriquecedor que involucra audiencias tanto internas como externas porque está construido socialmente. Por ello, cuenta con varios elementos como se especifica en la figura 4 que se presenta a continuación:



**Figura 4.** Elementos subyacentes, visibles implícitos y visibles explícitos que conforman la cultura organizacional.

**Fuente:** Adaptado de Mena (2019).



En fin, al analizar lo expresado por estos autores, se puede destacar que estos elementos interactúan de manera compleja, dado que la cultura de una organización puede variar significativamente de una empresa a otra, debido a que cada una cuenta con sus valores o creencias que las diferencian y que enmarcan su identidad. Por esto, es importante mantener una cultura organizacional sólida, definiendo sus elementos e ideología que permita tener un impacto positivo en el desempeño y la capacidad de la organización para alcanzar sus objetivos.

#### 2.1.4. MODELOS PARA MEDIR LA CULTURA ORGANIZACIONAL

El medir la cultura organizacional es fundamental para comprender y mejorar el ambiente de trabajo para las empresas. De acuerdo con Hernández, Méndez y Contreras (2014, citado en Arévalo, Navarro y Bayona, 2017), medir la intervención organizacional ayuda a identificar sus dimensiones y, por lo tanto, conocer su impacto en los resultados de la empresa. Esto demuestra que la cultura puede influir en los resultados comerciales de cualquier industria. Algunos de los modelos de medición de la cultura que se mencionan bajo este concepto incluyen el modelo de orientación cultural de Hofstede, el modelo tridimensional de la cultura de Payne, el modelo de Schein y el modelo de valores en competencia (MVC) de Cameron y Quinn. Igualmente, Acosta et al., (2021) en su estudio plantearon tres modelos teóricos realizando una comparación entre ellos, como se describe a continuación en la tabla 2.

**Tabla 2.** Comparación de los modelos teóricos de Hofstede, Schein y Denison.

	<b>Hofstede (1983)</b>	<b>Schein (1988)</b>	<b>Denison (2006)</b>
<b>Características principales</b>	Relaciona la cultura nacional y los valores relacionados con el trabajo.	Se enfoca en factores de naturaleza interna que pueden ser creados o inducidos por la gerencia.	Hace referencia a la cultura interna y externa, y cómo afecta el desempeño.
<b>Dimensiones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Individualismo vs colectivismo</li> <li>✓ Distancia al poder</li> <li>✓ Evasión de la incertidumbre</li> <li>✓ Masculinidad – Feminidad Dinamismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Artefactos</li> <li>✓ Creencias y valores</li> <li>✓ Presunciones subyacentes básicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Involucramiento</li> <li>✓ Consistencia</li> <li>✓ Adaptabilidad</li> <li>✓ Misión</li> </ul>

**Fuente:** Adaptado de Acosta et al., (2021).

Por otra parte, Gregory et al., (2009) plantearon en su investigación que uno de los modelos más populares en el estudio de la CO, es el modelo de Valores en Competencias (MVC), propuesto por Quinn y Rohrbaugh (1983, citado en Cansino y Vial, 2022) tienen como objetivo diagnosticar e identificar rasgos culturales de una

organización, especialmente cuando la meta es establecer una vinculación de la cultura con el desempeño de una organización. Cabe mencionar, que para el desarrollo de este modelo se realizó en función a lo determinado por Cameron y Quinn (1999) que desarrollaron el Organizational Culture Assessment Instrument conocido también por su sigla OCAI, el cual se estructuró con base en las culturas dominantes como: adhocracia, clan, jerárquica y de mercado. Además, para consecución del MVC junto con las culturas antes estudiadas se incluyeron dos dimensiones comunes como: orientación interna e integración y las características de estabilidad y control.

Es importante, considerar que en el aspecto teórico se contempla una serie de modelos que permite una adecuada evaluación de la cultura en las empresas, por ende, tener la elección del modelo o enfoque dependerá de los objetivos de medición y de la cultura en un contexto específico de la organización.

#### **2.1.5. DIMENSIONES DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL**

Cameron y Quinn (1999, citado en Guerrero y Silva, 2017, Calderón et al., 2022 y Carillo et al., 2023) propusieron seis categorías o dimensiones, cada una de las cuales se resuelve con cuatro ítems: características organizacionales dominantes, énfasis estratégico, estilo de liderazgo, gestión de empleados, cohesión organizacional y criterios de éxito.

En este mismo contexto, Díaz (2020) concluyó que es posible afirmar una triple dimensión en la cultura interna, permitiendo pasar del ámbito de la teoría organizacional a la dimensión real y práctica de las empresas, donde sucede la convivencia y el devenir de las personas, tal como:

- 1. La gestión y comunicación de la identidad corporativa:** es la que afecta a la identidad corporativa de la compañía y se refiere al sentido de pertenencia a la empresa, es decir, con el grado en el que los colaboradores se reconocen o proyectan en sus valores corporativos.
- 2. Las condiciones laborales específicas del puesto de trabajo:** muestra las características externas de las oficinas o lugares de trabajo (talleres, fábricas, naves industriales), los espacios de esparcimiento o los lugares comunes como cantinas, comedores, salas de reuniones, por citar algunos, son fundamentales en la valoración de este aspecto.

- 3. El recorrido profesional de cada empleado/a dentro de la corporación:** es el conjunto de acciones que tienen que ver con el recorrido profesional de cada empleado o empleada dentro de la corporación, una vez que comienza a formar parte de ella.

Por otro lado, Lázaro e Yzaguirre (2023) sugiere no ver a la cultura como un agente instrumentalista y de mera productividad, sino que merece revisar las dimensiones que atañen a la cultura organizacional de forma global para gestionar su funcionamiento eficiente y, estos son: dimensión simbólica, dimensión instrumental y dimensión estabilizadora.

- **Dimensión simbólica:** llega a ser un contexto en constante cambio que se relaciona con la interpretación y el análisis de las dinámicas culturales que existen en las organizaciones. En este caso, se trata de los hábitos, objetivos y modelos de la realidad empresarial o institucional que son propios del individuo y el grado de similitud con ellos.
- **Dimensión instrumental:** se llevan a cabo acciones que hacen que la cultura sea vista como un recurso estratégico, lo que puede resultar en la identificación o rechazo de los empleados. También es un factor crítico en el éxito organizacional no solo en términos de resultados y eficiencia, sino también en términos de bienestar, compromiso, satisfacción y productividad de los empleados.
- **Dimensión estabilizadora:** fomenta comportamientos beneficiosos para el logro de objetivos colectivos, lo que permite la cohesión interna. Además, si se gestiona adecuadamente la cultura, la dirección puede obtener una herramienta para manipular a los empleados en este momento, lo que elimina la necesidad de supervisión o incentivos constantes.

En definitiva, Escudero et al., (2023), enfatizan que el modelo de Denison se convierte en una herramienta propicia para el diagnóstico de la cultura organizacional, considerando las dimensiones que conforman cuatro cuadrantes que determinan los rasgos o dimensiones culturales (específicas): misión, involucramiento, adaptabilidad, y consistencia. Por tanto, para mejor comprensión Kitsutani y Cossio (2021) las definen a continuación.

**Tabla 3.** Clasificación de las dimensiones y subdimensiones de la cultura organizacional.

<b>DIMENSIONES</b>	<b>SUBDIMENSIONES</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>INVOLUCRAMIENTO</b>	<b>Empoderamiento</b>	Con esta subcategoría se deseaba identificar cómo es percibida la toma de decisiones y la autonomía entre los colaboradores.
	<b>Trabajo en Equipo</b>	Se trata de determinar si hay trabajo en equipo, cómo se demuestra y cómo se relacionan con los objetivos de las empresas.
	<b>Desarrollo de Capacidades</b>	Una organización debe estar constantemente invirtiendo en el desarrollo de las habilidades y las competencias de sus empleados para mantener su competitividad y adaptarse a las nuevas necesidades.
<b>CONSISTENCIA</b>	<b>Valores centrales</b>	Se busca comprender cómo los colaboradores de la organización comparten valores que generen identidad.
	<b>Consenso</b>	El consenso es medido desde la capacidad de los colaboradores de una organización para tomar acuerdos
	<b>Coordinación e integración</b>	Examina la capacidad que tienen los colaboradores de diferentes áreas para trabajar juntos y lograr objetivos compartidos.
<b>ADAPTABILIDAD</b>	<b>Orientación al Cambio</b>	Tiene como objetivo definir la capacidad de una organización para reconocer lo que sucede en su entorno y reaccionar anticipadamente a los cambios.
	<b>Orientación al Usuario</b>	Busca definir si la organización conoce a los usuarios de sus servicios, así como a su comunidad en general.
	<b>Aprendizaje organizativo</b>	Se refiere a la capacidad de una organización para recibir, interpretar y transformar las señales que el entorno le proporciona para convertirlas en oportunidades.
<b>MISIÓN</b>	<b>Dirección y propósitos estratégicos</b>	Se puede explicar cómo los miembros del personal de una organización comprenden los objetivos de la organización y cómo lo logran mediante la contribución de todos.
	<b>Metas y objetivos</b>	Se busca determinar si todos conocen la planificación y si el trabajo está relacionado con los objetivos de la organización, lo cual es crucial para concretar las metas propuestas.
	<b>Visión</b>	Busca determinar si la organización tiene un deseo para el futuro y si está haciendo esfuerzos porque son conocidos y compartidos. Esta perspectiva engloba los principios fundamentales que dan sentido a la organización.

**Fuente:** Adaptado de Denison (2001) citado en Kitsutani y Cossio (2021).

**Elaborado por:** Las autoras.

La cultura organizacional es un factor esencial en la forma en que una organización atrae, retiene y motiva a sus empleados, así como en su éxito a largo plazo. En este punto, el establecer las dimensiones, ayuda a las empresas a conocer el nivel de influencia en la forma en que las organizaciones operan y se comportan.

## **2.2. CALIDAD**

### **2.2.1. DEFINICIÓN DE CALIDAD**

Juran (1990), citado en Kaplan et al., (2022) menciona que la calidad consiste en aquellas características de un producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto y del cliente. Considerando que el comprador se ha convertido en un factor clave en las empresas, las obliga a desarrollar nuevas políticas y mejoras constantes para ofrecer productos o servicios de alta calidad (Londoño y Acevedo, 2018, citado en Borja, Monsalve y Bermúdez, 2019). Igualmente, Sánchez (2019), citado en Demarquet y Chedraui (2022) indica que el objetivo de las actividades que se realizan en una empresa, están direccionadas al cliente quién es que percibe el resultado final, por tal motivo, el alcance de la calidad se convierte en uno de los ejes fundamentales del éxito de la misma. Por esto, Cevallos et al., (2019) definen que el concepto de calidad:

“Puede resumirse como el cumplimiento de los requisitos del cliente. Al asociar este concepto con el servicio, se entenderá entonces que es el hábito o habilidad desarrollada por una organización para interpretar las expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio que las cumpla” (p.50).

Por lo que se refiere a Varo (1994), citado en Barrera e Ysuiza, (2018), la calidad puede referirse a diversos aspectos de una organización: un producto o servicio, un proceso, un sistema de producción o prestación de servicios, y también puede entenderse como una corriente de pensamiento que impregna a toda la empresa. Por su parte, Izquierdo (2021) menciona que la calidad implica la ausencia de errores o fallas en el bien. Coincidiendo con Imai (1998, citado en Hernández, Lugo y Ordoñez, 2022) que la calidad se refiere no únicamente a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se atañen a dichos productos o servicios. La calidad atraviesa todas las etapas del movimiento de la empresa, es decir, por los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

En concreto, Correa y Vélez (2023) declaran que la calidad es uno de los principales pilares de la mejora organizacional y está involucrada en la construcción del futuro,

apuntando principalmente a la capacidad de entregar productos y servicios a un mercado cada vez más exigente y competitivo. Para mejor referencia de la calidad, Díaz y Salazar (2021) detallan la evolución de esta a través del tiempo de acuerdo con el estudio de Griful y Canela (2010), donde exponen sus teorías y principios, como se evidencia en la tabla 4.

**Tabla 4.** Teorías sobre la calidad.

Autor	Teorías y aportes	Principios y conceptos
<b>Crosby, Philip (1926-2001)</b>	Gestión de la calidad enfocada en la producción de bienes o servicios bajo la normativa “cero defectos” Los 14 pasos para el mejoramiento de la calidad. Cultura de prevención para evitar errores en los procesos productivos.	Los esfuerzos deben enfocarse en acciones relacionadas con la calidad en lugar del estilo organizacional. Medición de la calidad a través de los costos de calidad. Hacerlo bien a la primera vez.
<b>Deming, W. Edwards (1900-1993)</b>	Teoría de la calidad total. Teoría sobre administración de la calidad total. Ciclo PHVA (Planificar, hacer, verificar, actuar)	14 puntos sobre la calidad. Control del desperdicio y despilfarro. La competitividad como herramienta para alcanzar la calidad.
<b>Feigenbaum, Armand (1922-2014)</b>	Prácticas orientadas hacia la excelencia antes que hacia los defectos. Los 10 principios fundamentales de la filosofía de Feigenbaum. Los tres pasos hacia la calidad. Los cuatro pecados capitales.	Concepto del control de la calidad total (TQC). Producción de bienes y servicios económicos, pero que logren satisfacción del consumidor. Ética de la calidad y clasificación de los costos de calidad.
<b>Ishikawa, Karou (1915-1989)</b>	7 herramientas de la calidad: Diagramas de Pareto, diagramas de causa-efecto, histograma, gráficas de control, formulario de toma de datos, análisis de correlación, brainstorming. Círculos de calidad.	Enfoque en el consumidor. Políticas de prevención en lugar de corrección. La calidad por encima del rédito económico
<b>Juran, Joseph M. (1904-2008)</b>	Trilogía de la calidad: planificación, control y mejora. Mejora continua de los productos o procesos.	La calidad adecuada al uso de un producto o servicio. La calidad es juzgada por el consumidor. Seguimiento de los costes asociados con la calidad (costes de no calidad).
<b>Shewhart, Walter A. (1891-1967)</b>	Teoría moderna de la gestión de la calidad. Pionero en la propuesta del famoso ciclo: PHVA (planear, hacer, verificar, actuar).	Control estadístico de los procesos. La calidad tiene dos características: objetiva y subjetiva. Dimensión de la calidad: valor recibido vs valor pagado.

<b>Taguchi, Genichi (1924-2012)</b>	La función de la pérdida. Control de calidad off line. Teoría de la variabilidad. El diseño robusto.	Métodos estadísticos para el control de calidad. Mejoramiento continuo en la calidad del producto. Diseñar productos que sobrepasen las expectativas del cliente.
-------------------------------------	---	---

Fuente: Adaptado de Díaz y Salazar (2021) a partir de Griful y Canela (2010, p.49).

En resumen, la gestión de la calidad en las organizaciones busca mejorar continuamente sus operaciones y productos para garantizar que sean eficiente y efectivos y cumplan con los altos estándares demandados por los clientes. Bajo esta perspectiva, la calidad se ha convertido en una parte crucial de las empresas, por el impacto significativo en el éxito y competitividad en el mercado.

### 2.2.2. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD

La importancia de la calidad en las organizaciones, según Hernández, Barrios y Martínez (2018) resulta hoy en día, una estrategia para incrementar la competitividad empresarial pues nos permite ver una organización desde un punto de vista integrado como un conjunto de procesos interconectados, cuyo objetivo final es, entre otras cosas, lograr la satisfacción del cliente. Asociado a esto, Cuatrecasas y González (2017, citado en Díaz y Salazar, 2021), sostienen que la fuerte competitividad en todos los sectores exige un elevado nivel de calidad en los productos y servicios, ello supone organizar y gestionar los procesos de la empresa con el fin de asegurar la calidad e implantarla de forma correcta y adecuada.

Añadiendo a lo anterior, Vilela et al., (2019) aseveran que en la actualidad las organizaciones, sean privadas o públicas de una sociedad, tienen una asentada preocupación por la calidad de los bienes y servicios que se producen para el consumo, como consecuencia de que los demandantes cada vez son más exigentes en cuanto a las bondades que deben contener. Con base en estos antecedentes se desarrolló una tabla con la importancia y factores de la gestión de la calidad propuesta por Guaita et al., (2023) como se detalla a continuación:

**Tabla 5.** Importancia y factores de gestión de calidad en el servicio de salud del Ecuador

Autor/año	Tipo de artículo	Instrumentos usados para medir la calidad	Población de estudio	Ciudad o provincia	Nivel de atención	Factores que impiden una buena calidad del servicio de salud		
1	Bustamante et al., 2020	Estudio cuantitativo no experimental y transeccional con alcance descriptivo	Se usó el modelo SERVQUAL	533 pacientes (412 mujeres, 77,3%)	Guayas	APS ( Atención primaria de salud)	Elementos tangibles	✓
							Confiabilidad	✓
							Capacidad de respuesta	✓
							Seguridad	✓
							Empatía	✓
2	Vite et al., 2018	Estudio no experimental de tipo transeccional	Se usó el modelo SERVQUAL	457 pacientes (237 hombres, 52%; 260 mujeres, 57%)	Pasaje y Santa Rosa	APS	Elementos tangibles	✓
							Confiabilidad	X
							Capacidad de respuesta	X
							Seguridad	✓
							Empatía	X
3	Paredes y Ronquillo, s.f.	Estudio cuantitativo descriptivo no experimental	Se usó el modelo SERVQUAL	317 pacientes (185 mujeres, 58,6%)	Milagro	Tercer nivel	Elementos tangibles	X
							Confiabilidad	✓
							Capacidad de respuesta	X
							Seguridad	✓
							Empatía	X
4	Urquiza et al., 2022	Artículo original	Se usó el modelo SERVQUAL	427 pacientes (288 mujeres, 67,4%)	Riobamba	APS	Elementos tangibles	✓
							Confiabilidad	X
							Capacidad de respuesta	X
							Seguridad	✓
							Empatía	X
5	Parreño et al., 2021	Artículo de investigación	Se usó el modelo SERVQUAL	383 pacientes	Riobamba	APS	Elementos tangibles	✓
							Confiabilidad	X
							Capacidad de respuesta	X
							Seguridad	✓
							Empatía	X
6	Bustamante et al., 2022	Estudio transversal y correlacional	Se usó el modelo SERVQUAL	533 pacientes (412 mujeres, 77,3%)	Guayaquil	APS	Elementos tangibles	X
							Confiabilidad	X
							Capacidad de respuesta	✓
							Seguridad	X



							Empatía	✓
7	Rivas et al., 2016	Artículo original	Se usó el modelo SERVQUAL	382 pacientes (251 mujeres, 66%)	Santo Domingo	APS	Elementos tangibles	✓
							Confiabilidad	✓
							Capacidad de respuesta	✓
							Seguridad	✓
							Empatía	✓
8	Fariño et al., 2018	Artículo original	Se usó el modelo SERVQUAL	384 pacientes (265 mujeres, 69%)	Milagro	APS	Elementos tangibles	✓
							Confiabilidad	X
							Capacidad de respuesta	X
							Seguridad	✓
							Empatía	X

Fuente: Guaita et al., 2023

Elaborado por: Las autoras

Por ende, competir en el mercado es cada vez más exigente, requiere respetar los estándares de calidad. Para lograrlo, debemos esforzarnos en la mejora continua, la satisfacción del cliente, la estandarización y el control de los procesos. Hurtado (2016) dice que “la calidad dentro de una organización es un factor importante que genera satisfacción entre clientes, empleados y accionistas y proporciona herramientas prácticas para una gestión integral”. En palabras de Cardozo (2021) sostiene que “brindar servicios de calidad no únicamente debe ser visto como una estrategia o área de la empresa, sino como una cultura organizacional.”.

En definitiva, la calidad es un principio fundamental que abarca muchos aspectos de la vida y los negocios. Desde la satisfacción del cliente hasta la eficiencia operativa, la calidad juega un papel relevante en la creación de productos y servicios que sean valiosos, seguros y confiables. La búsqueda constante de la calidad es un camino hacia la excelencia en cualquier campo y una clave para el éxito sostenible.

## **2.3. SERVICIOS**

### **2.3.1. DEFINICIÓN DE SERVICIOS**

Según Cantú (2011), citado en Kaplan et al., (2022) el servicio se puede definir también, como la actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre son intangible, que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado o en las instalaciones físicas de servicio, a fin de satisfacer un deseo o una necesidad del cliente. Asociado a esto, Sandhusen (2002), citado en Valenzuela et al., (2019) enfatizan que los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo. De igual forma, López et al., (2018) sostiene que “servicio es entonces entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor” (p. 450).

Desde el punto de vista de los autores Montoya y Boyero (2013), citado en García (2016), establece que un servicio consta de una serie de experiencias resultantes del contacto entre una organización y un cliente, por lo que se considera la mejor manera de generar relaciones adecuadas, de las cuales

depende su supervivencia y éxito. Sin embargo, Kotler (1997) que se citó en Duque (2005) Consideran que “es cualquier actividad o beneficio ofrecido por una parte a otra. Son esencialmente intangibles y no dan lugar a propiedad alguna. Su producción puede estar relacionada o no con un producto físico” (p. 656). Sin embargo, Fernández (2015) declara que el servicio debe entenderse como el resultado de una interacción entre un prestatario y un usuario, para lo cual se necesitan elementos tangibles y un sistema de organización interna que garantice su funcionamiento.

En este mismo concepto, Sánchez (2020) “dice que un servicio es heterogéneo porque, teniendo en cuenta diferentes factores, rara vez coinciden entre sí y suelen diseñarse e implementarse dando respuesta a cada cliente de forma individual”. En el mismo contexto, tenemos que “el servicio es un producto intangible, que requiere la necesidad de cumplir determinadas actividades para poder satisfacer las necesidades del cliente.” (Miranda et al., 2021). Para fundamentar lo expuesto por los investigadores, las autoras de esta investigación alegan que los servicios son parte integral de la economía y la sociedad y juegan un papel fundamental en la vida cotidiana, brindando soluciones y mejorando la calidad de vida de personas y organizaciones.

### **2.3.2. CUALIDADES DE LOS SERVICIOS**

Autores como Zeithaml et al., y Droguett (2012) describen en su libro las cualidades de los servicios siendo las mismas, y que se exponen en lo estudiado por López et al., (2018) que citó las siguientes características:

- **Cualidades de búsqueda:** son atributos que el cliente puede determinar y evaluar antes de la compra. Estas incluyen color, estilo, precio, ajuste, sensación, dureza y olfato. Los automóviles, la ropa, los muebles y la joyería son algunos de los productos con altas cualidades de búsqueda.
- **Cualidades de experiencia:** son características que el cliente solo puede identificar después de la compra o durante el consumo. Estos incluyen comodidad y facilidad de uso. Las vacaciones y las comidas en restaurantes son dos ejemplos de productos altos en cualidades de experiencia.

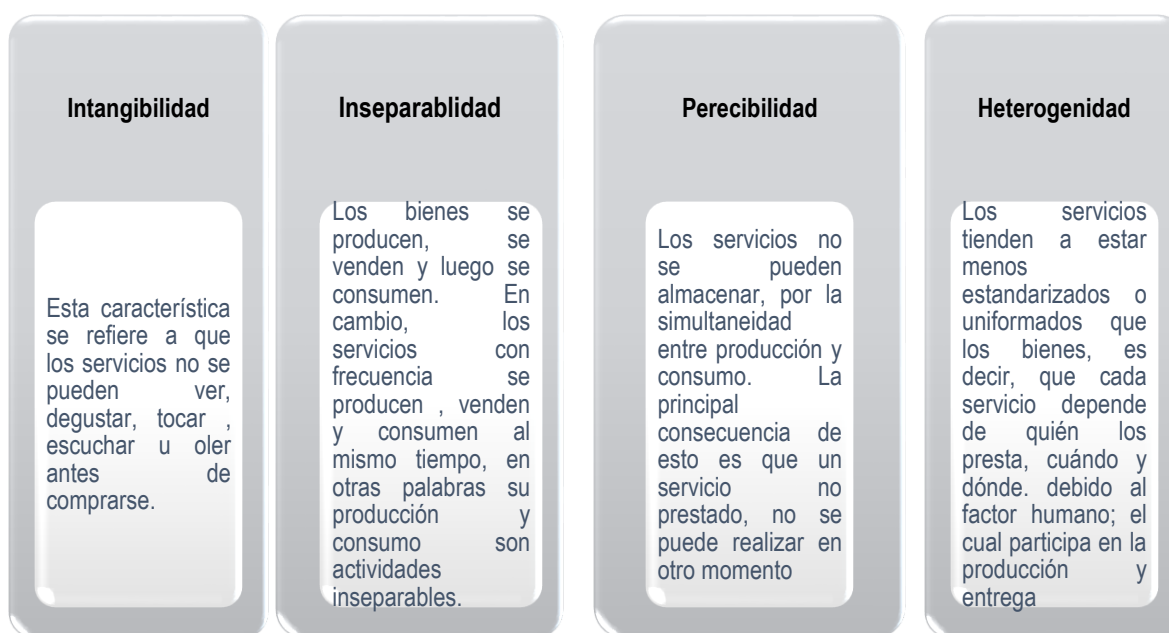
- **Cualidades de credibilidad:** son características que el cliente puede encontrar prácticamente imposibles de evaluar incluso después de la compra o el consumo. En este caso, incluso después del consumo, el cliente no está seguro de si el producto o servicio satisface sus necesidades o deseos. Las intervenciones quirúrgicas y las reparaciones de automóviles son algunos productos altos en cualidades de credibilidad.
- **Los productos con altas cualidades de búsqueda:** son más fáciles de evaluar, mientras que los productos con cualidades de experiencia pueden requerir consumir el producto para evaluarlo. Los consumidores pueden tener dificultades para evaluar los productos en términos de credibilidad porque pueden ignorarlos o no saber cómo evaluarlos.

En este punto de la investigación, se puede deducir que un servicio de calidad está basado en la confiabilidad, la calidad, la atención al cliente, la adaptabilidad y la comunicación efectiva. Al enfocarse en estas características, las empresas pueden construir relaciones sólidas con sus clientes y lograr el éxito a largo plazo.

Por esto, Florez et al., (2017) en teoría, un servicio tiene cuatro características diferenciales que le alejan del mundo de los productos:

1. Intangibilidad
2. Inseparabilidad
3. Heterogeneidad y
4. Perecibilidad.

Figura 5. Características del servicio



Fuente: Florez et al., 2017.

Elaborado por: Las autoras.

Igualmente, Sánchez (2016) declara que las características más importantes de los servicios son las siguientes:

1. **Intangibles:** no son perceptibles ni palpables. No son como bienes que se tocan; se utilizan y se guardan.
2. **Indivisibles:** existe una unidad mínima indivisible, aunque los paquetes de servicios se pueden adquirir por separado.
3. **Heterogéneos:** son muy variados y diversos.
4. **No se pueden conservar:** en este sentido, tanto la prestación del servicio como el consumo se realizan de manera simultánea.

En fin, los servicios deben tener unas series de características para captar la demanda existente en el mercado, razón por la cual (Chávez, 2022) los identificó de la siguiente forma:

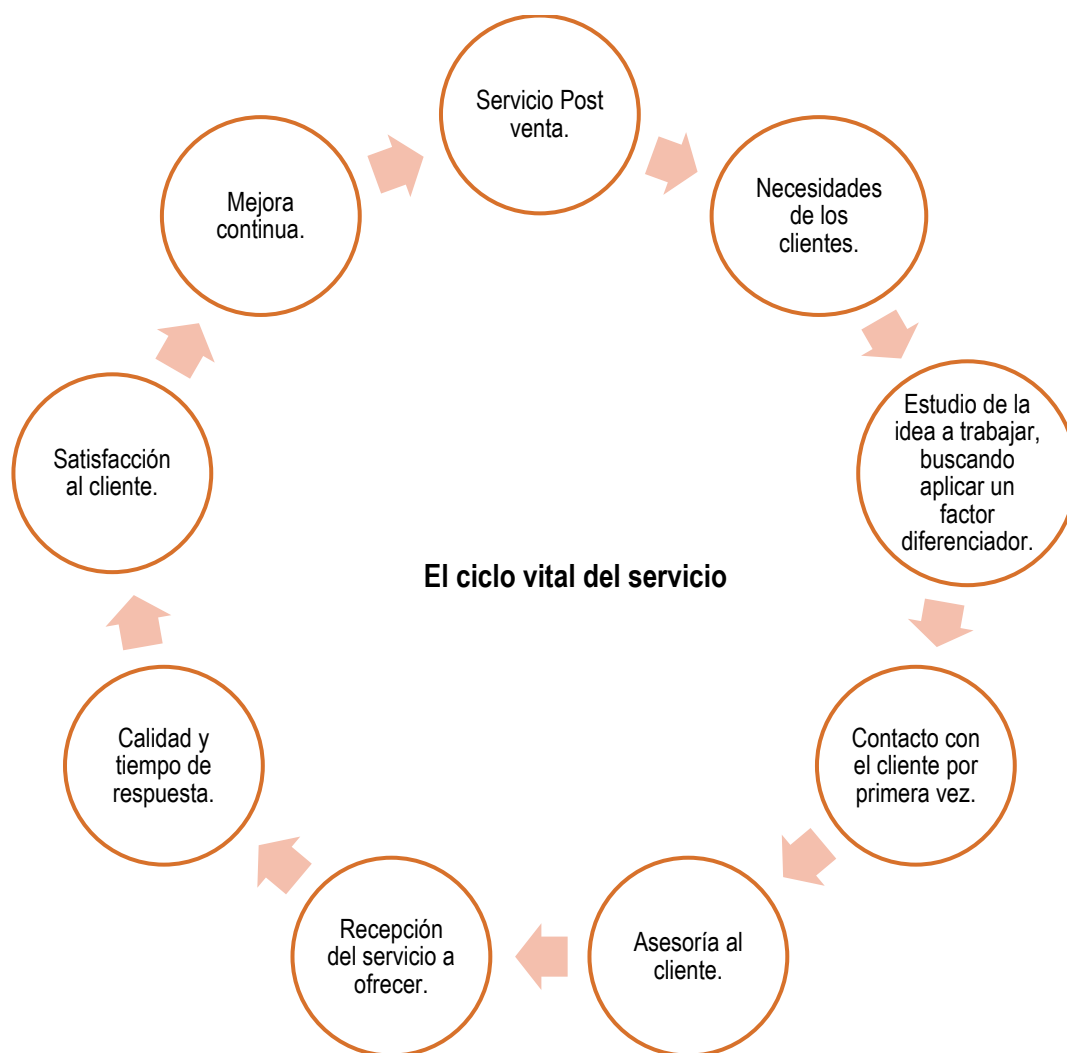
1. **Intangible:** es aquello que no es perceptible de forma física.
2. **Perecedero:** la vida útil de los servicios es corta.
3. **Inseparable:** significa que la producción y el consumo de servicios no se dividen en tareas separadas, sino que ocurren al mismo tiempo.

4. **Heterogéneo:** a menudo, dos servicios no son idénticos.
5. **Cubre una demanda:** el objetivo principal de un servicio es satisfacer una necesidad.
6. **Pertenece al sector terciario:** es una actividad económica que pertenece al sector terciario (no industrial, que transforma bienes materiales).
7. **Tiene un precio:** el cliente que desea satisfacer su demanda debe pagar un precio por la prestación de un servicio (p.1).

En conclusión, las características antes mencionadas son necesarias para la prestación eficiente de los servicios, considerando que actualmente estos atributos destacan cuando se gestionan de forma eficaz. Por tal razón, la importancia de estas cualidades radica en su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, lo que a su vez ayuda a que las empresas de servicios tengan éxito y sean rentables.

### **2.3.3. PROCESO DEL SERVICIO**

El proceso de brindar un servicio de calidad a los clientes implica la realización de varios pasos y actividades. En palabras de Ávila (2019) afirma que “el objetivo de un ciclo de servicio es personalizar el servicio al cliente y así aumentar la satisfacción y lealtad del cliente”. Además, sugiere utilizar herramientas de recolección de datos como encuestas, las cuales deben estar dirigidas tanto a clientes actuales como potenciales para conocer sus preferencias y necesidades.

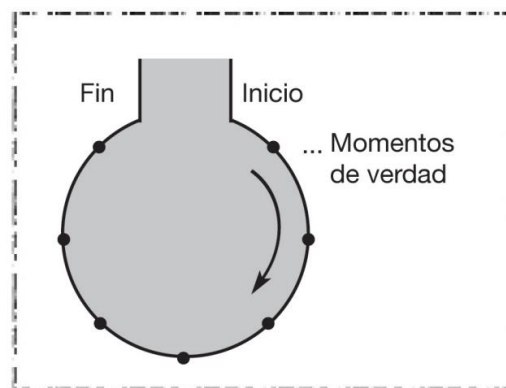


**Figura 6.** Proceso del ciclo vital del servicio

Fuente: Ávila, 2019.

Elaborado por: Las autoras.

Por su parte, Albretch (1992, citado en Duque, 2005) “llama los ciclos de servicio, fundamentados en los momentos de verdad”. Considerando que este ciclo ayuda a los miembros de las organizaciones a ofrecer asistencia a los clientes, permitiéndoles organizar los puntos necesarios para la prestación del servicio. Además, cabe destacar que la calidad ya no es una ejecución satisfactoria de la tarea asignada, sino que ahora se define como el resultado de los momentos de verdad que el consumidor o cliente ha experimentado en el tiempo designado para la obtención del servicio. Este proceso se estableció con base en los estudios investigativos de Grönroos (1984) que determinó que el proceso de servicio implica dos elementos principales, como: el montaje del servicio (process of services assembly, PSA), como el elemento técnico, y la entrega del servicio (process of service delivery, PDS).



**Figura 7.** Ciclo del servicio.

**Fuente:** Albretch (1992, p. 35), citado en Duque, 2005.

En palabras de Da Silva (2022) los procesos de atención al cliente son importantes porque brindan parámetros de calidad y eficiencia del servicio que brinda una empresa u organización. Este control del servicio al cliente también permite:

1. Estandarizar la calidad del servicio;
2. Mejorar continuamente las relaciones con los consumidores;
3. Mejorar la calidad del servicio al cliente;
4. Incrementar la satisfacción del cliente;
5. Aumentar la tasa de retención de clientes;
6. Incrementar la lealtad de los clientes;
7. Optimizar el trabajo de soporte técnico.

Sin embargo, López et al., (2018) manifiestan que en el sector de la salud no se aplican frecuentemente procedimientos en la práctica, que enlacen la evaluación de la calidad percibida con la mejora continua y el resto de los procesos que se realizan en las organizaciones de esta naturaleza.

En síntesis, el proceso del servicio es un componente trascendental, pues ayudará a garantizar la entrega constante de un servicio de alta calidad a un nivel eficiente. La optimización continua de estos procesos puede ayudar a las empresas a satisfacer las demandas cambiantes de los clientes, permitiendo mantenerse siempre por delante de sus competidores en el mercado.



#### **2.3.4. SERVICIO AL CLIENTE**

El servicio al cliente es un factor clave que hace la diferencia para que un consumidor tome la decisión de comprar. La satisfacción y la percepción de valor adquirido son elementos que el cliente considera en el momento anterior y posterior al recibir un servicio (Kaplan et al., 2022). Para Sánchez (2016) “un servicio en el ámbito económico es una acción o conjunto de acciones encaminadas a satisfacer una necesidad concreta del cliente, proporcionando un producto intangible y personalizado.”. La demanda de un servicio por parte de un cliente es un intento de satisfacer una necesidad que este pueda tener.

Con palabras de Miranda y Chiriboga (2021) “el servicio al cliente se enfoca en el manejo adecuado del contexto, en la venta del producto o servicio a los clientes para poder comunicarse de una manera directa, respondiendo cualquier inquietud y así lograr satisfacer su atención”. El servicio al cliente es la gestión eficaz de estrategias para poder satisfacer las necesidades de los clientes, a través de un proceso interno y personalizado, que permita alcanzar un nivel de satisfacción y permanencia en una organización. De igual manera, Duque (2005) alude que el servicio al cliente es el establecimiento y gestión de relaciones mutuamente satisfactorias entre clientes y organizaciones.

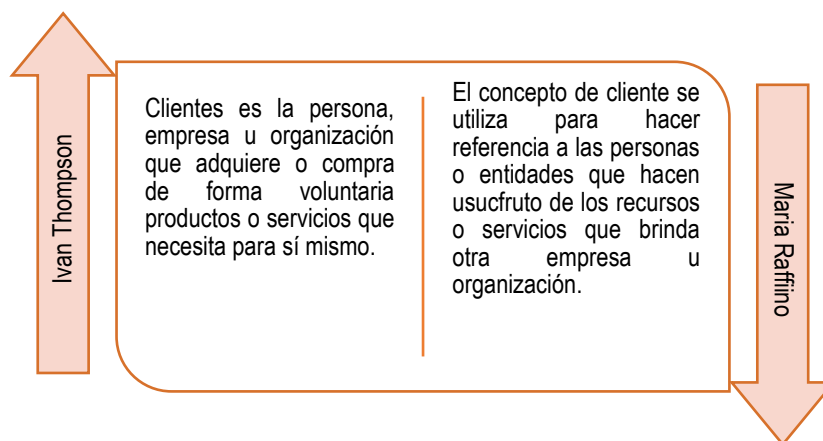
Adicionalmente, Couso (2005), citado en Florez (2021) sostiene, que el servicio al cliente no es una decisión opcional, sino el elemento básico de la supervivencia de una organización que constituye el centro de intereses fundamentales y es también, la clave del éxito o fracaso de la empresa. Por tal motivo, Miranda et al., (2021) consideran que la atención al cliente es el adecuado manejo de estrategias para poder satisfacer un nivel de atención idóneo hacia los clientes internos y externos, tomando en cuenta a la competencia.

En resumen, la atención al cliente no es solo un trabajo interno que se realiza dentro de una organización; sino que es un sistema universal que debe adaptarse a la cultura corporativa. Cuando una organización valora y prioriza la

satisfacción del cliente, crea las bases para un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva a largo plazo.

### 2.3.4.1. CLIENTE

Un cliente es la razón por la que se generó un producto o servicio, ya que están destinados a ser adquiridos por empresas, organizaciones o individuos que necesitan comprar bienes o servicios para satisfacer sus necesidades. En este sentido, Thompson (2019) y Raffino (2020) muestran el concepto de cliente bajo el esquema de varias investigaciones, como se devela en la figura 8.



**Figura 8.** Concepto de clientes según varios investigadores.

**Fuente:** (Thompson, 2019), (Raffino, 2020).

**Elaborado por:** Las autoras.

Rodríguez (2021) define que “un cliente es alguien que compra un producto o servicio de una empresa. Por tanto, es un consumidor, desde el punto de vista de la empresa.”. El mismo autor menciona que los clientes son importantes para una empresa, y da a conocer los siguientes puntos:

Un cliente es alguien que:

- **Hace rentable un negocio:** con sus compras, en cualquier volumen.
- **Promueve una marca que le gusta:** si tiene una buena experiencia con el servicio de la empresa y con lo que adquirió.
- **Posibilita que una empresa crezca:** con su preferencia, ayuda a que un negocio se mantenga y desarrolle.

- **Señala los puntos débiles del negocio:** por medio de sus comentarios en cualquier aspecto.
- **Brinda un feedback valioso sobre la oferta:** en tanto que esta debe basarse en sus preferencias.
- **Señala el camino del progreso para una compañía:** muchas veces, los clientes son quienes definen la visión de un negocio y los productos. (Rodríguez, 2021, p. 1).

Dicho por Quiroa (2019), “un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. La palabra cliente también puede utilizarse como sinónimo de comprador”. En efecto, la base de cualquier negocio es el cliente, por lo que todos los planes y estrategias de marketing deben alinearse, desarrollarse e implementarse teniendo en cuenta las necesidades que tienen estos. Por su parte, Martínez (2019) define al cliente como una persona física o jurídica que adquiere un producto o servicio a cambio de una compensación monetaria. Además, se denomina clientela al grupo cartera de clientes de una empresa, negocio o local comercial.

En resumen, el cliente es la parte principal de cualquier organización, ya que es la persona o empresa que compra los productos o servicios que brinda la organización. Su importancia se basa en su capacidad para generar ingresos, proporcionar comentarios relevantes e influir en la reputación y la marca, además de contribuir a la sostenibilidad de la organización a largo plazo. Por lo tanto, la atención y satisfacción del cliente es una prioridad absoluta para cualquier organización que quiera tener éxito en un entorno empresarial competitivo.

#### **2.3.4.2. EXPECTATIVA DEL CLIENTE**

La expectativa está estrechamente relacionada con las experiencias que hayan tenido anteriormente en torno a nuestra propuesta, respecto a la calidad de nuestro producto y con el servicio de atención que brindemos. Desde el punto de vista de Cacciavillani (2018) “las expectativas del cliente son aquellos anhelos que el comprador, nuevo o habitual, espera satisfacer gracias a tu empresa, tus productos y servicios”. Esto también incluye la experiencia que tiene el cliente al comprar o utilizar el producto.

De acuerdo al criterio de Da Silva (2020) “le llamamos expectativa de los clientes a aquello que nuestros clientes esperan de nosotros como marca”. Las necesidades que tienen los clientes por los bienes o servicios que ofrece la empresa son algo que la empresa no puede predecir; por lo tanto, se debe actuar de acuerdo a esas necesidades porque los clientes establecen altas expectativas para sentirse satisfechos. De igual, Izquierdo (2021) enfatiza que hoy en día las necesidades y requerimientos de los clientes o usuarios son muy cambiantes y a la vez son más exigentes en cuanto a expectativas.

Es por esto, Equipo Vértice (2008), citado en Florez, (2021) que cuando un cliente vive las suficientes experiencias que le puede brindar el producto o el servicio van haciendo un juicio sea bueno o malo y con base en esto se forma su opinión con respecto a este, y después de creada esa opinión va a ser muy difícil hacerle creer lo contrario. Sin lugar a duda, las expectativas juegan un rol trascendente en la prestación de los servicios, debido a que esta se presenta cuando el usuario idealiza el servicio a recibir (Hernández et al., 2022).

Cuando un cliente busca un servicio, ya sea comprar un producto o recibir asesoramiento, tiene ciertas expectativas en mente. Estas expectativas son fundamentales y pueden influir en su satisfacción general con la experiencia de servicio. Es importante para las organizaciones entender estas expectativas y trabajar continuamente para satisfacerlas. Cuando se logra, no solo se genera un asentamiento sólido de clientes, sino que también se establece una reputación auténtica que puede atraer a nuevos clientes.

## **2.4. CALIDAD DE SERVICIO**

### **2.1. DEFINICIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO**

Para Borja et al., (2019) la calidad de servicio es un concepto que considera elementos palpables e invisibles, los cuales se evalúan por el resultado de una experiencia de compra y la percepción del servicio recibido. Con relación a esto, Cevallos et al., (2019) aducen que es un factor trascendental para el buen desempeño de muchas empresas, asumiendo que la calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre qué tan bueno es el servicio para satisfacer sus necesidades.

Adicionalmente, Izquierdo y Anastacio, (2021) definen que la calidad de servicio se construye en la mente de los usuarios o de los consumidores. Tanto es así que la naturaleza de la calidad de servicio se percibe como la relación compartida de satisfacción de las necesidades y el producto o servicio recibido. Por ende, Orbegoso y Quispe (2022) señalan que para ofrecer un servicio de calidad no es necesario en su totalidad la mejor tecnología, sino un desarrollo integral y adecuado de las personas que la orienten a una mejor capacidad productiva.

En concreto, la calidad en el servicio se entiende como la brecha que existe entre las expectativas del cliente (lo que quiere) y sus percepciones (lo que obtiene) después de recibir un servicio (Bustamante, 2015; Jain y Aggarwal, 2017; Lai y Nguyen, 2017; citado en Silva et al., 2023). Por esto, Demarquet y Chedraui (2022) explican que actualmente las organizaciones ya no compiten únicamente con precios, sino con la calidad en sus servicios, de hecho, la calidad en el servicio es el factor diferenciador que, en algunos casos, es el determinante en la elección de los clientes. Debido a que permite alcanzar la mejora continua en los productos o servicios ofertados a los clientes (Pincay y Parra, 2020).

Por último, para Grönroos (1984), citado en Hernández et al., (2022), se describe a la calidad del servicio como una variable de percepción multidimensional que está desarrollada a partir de dos dimensiones, una técnica o de resultado y una funcional o relacionada con el proceso, por ello los servicios son esencialmente procesos más o menos intangibles y experimentados de forma subjetiva, en los que las tareas de producción y consumo se ejecutan de manera simultánea. Asimismo, los autores López (2015, que se citó en Tenasaca y Rodríguez) agregan que la calidad de servicio a los clientes:

“Es algo primordial que debe existir dentro de cada empresa, sin importar que proporcione productos o venda servicios, deben de desempeñarse de gran manera en la atención al cliente. Ya que es la primera impresión que perciben los clientes, y esto ayuda a que los clientes mantengan una preferencia especial con la empresa, en cambio si el servicio es malo puede convertirse en una amenaza, afectando de gran manera a la reputación de la empresa”.

En fin, la calidad en los servicios es necesaria y prioritaria en las organizaciones de cualquier índole o sector, sea de ámbitos públicos o privados. A través de esta ideología se busca garantizar el logro de la satisfacción de los clientes, con la dotación de bienes o servicios, con los más altos estándares de calidad y sobre todo cubriendo las expectativas que se tienen los clientes al momento de percibir lo ofertado.

## **2.2. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO**

Mora (2011), citado en Tenesaca y Rodríguez, (2022) aseguran que resulta de suma importancia que las organizaciones brinden un servicio de calidad, teniendo en cuenta factores importantes como brindar una atención profesional, buscando de esta manera garantizar la permanencia de los servicios que satisfacen y resuelven las necesidades de los diferentes usuarios. Igualmente, Zavala y Vélez (2020) Señalan que este es un instrumento relevante para la competitividad y posicionamiento de los productos o servicios ofrecidos, diferenciados según su calidad.

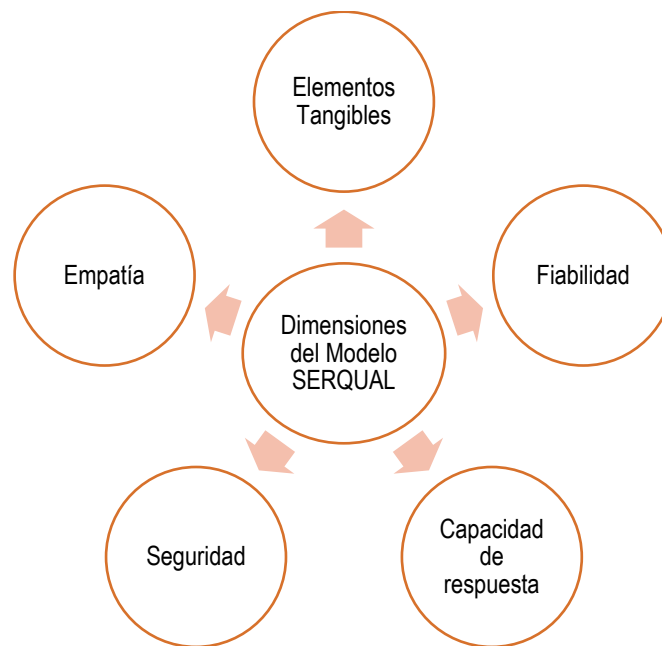
Tanto es así que, para Florez (2021) sostiene que el servicio es una de las cosas más trascendentales junto con la calidad dentro de una organización, porque es esto lo que hace que una empresa mantenga su estatus y lo eleve, debido a su gran esfuerzo por mantenerse en un ambiente lleno de ganancias de calidad para sus clientes, tanto internos como externos. Teniendo en cuenta que la calidad de servicio se configura como una filosofía de excelencia que debe ser compartida por todos los usuarios de la organización (Izquierdo, 2021).

Además, Gonzales (2017) indica que la calidad de servicio en empresas comerciales juega un papel fundamental, puesto que sus clientes son otras empresas que compran grandes cantidades, en la cual pueden hacer crecer el negocio fidelizando a estos clientes. Para la prestación de un servicio las instalaciones y la apariencia de la empresa deben ser modernas y completamente atractivas, ya que la impresión visual reflejada frente a los demás es muy fundamental para captar la atención de los clientes.

En resumen, la importancia de la calidad del servicio es esencial para el éxito de cualquier negocio. Esto no solamente conduce a una mayor satisfacción y lealtad

del cliente, sino también a una mejor reputación y reconociendo de la empresa, así como su eficiencia, operatividad y competitividad en el mercado. Por tanto, invertir en la mejora continua de la calidad del servicio debe ser una prioridad para todas las compañías.

### 2.3. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO



**Figura 9.** Dimensiones del modelo SERVQUAL

**Fuente:** Parasuraman, Ziethaml y Berry, 1988 citado por Miranda y Chiriboga (2021).

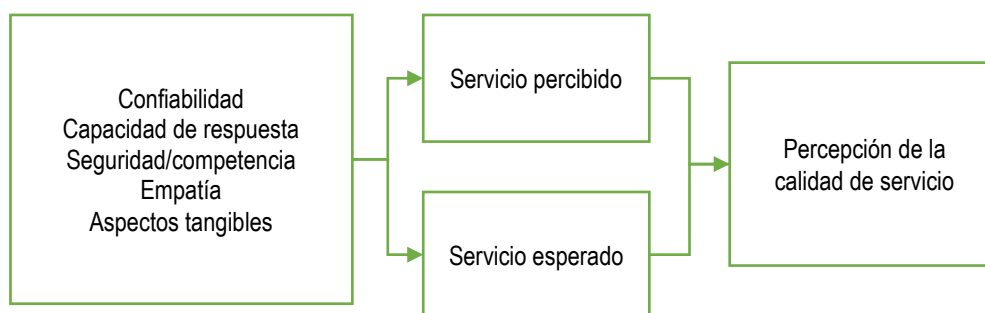
**Elaborado por:** Las autoras.

El modelo SERVQUAL fue elaborado por (Parasuraman, Ziethaml, y Berry, 1988, citado por Miranda y Chiriboga, 2021) se basa en cinco dimensiones para así lograr medir la calidad de los servicios:

1. **Elementos Tangibles:** consideran la infraestructura, instalaciones físicas, personal, herramientas y publicidad.
2. **Fiabilidad:** se basa en la calidad del servicio que reciben los clientes
3. **Capacidad de respuesta:** debe poder abordar problemas para poder utilizar un servicio, lo cual está directamente relacionado con el tiempo de espera.
4. **Seguridad:** el cliente para sentirse cómodo al usar un servicio está directamente relacionada con el nivel de formación que tenga quien le asesora.

5. **Empatía:** esta dimensión se la debe relacionar de manera individual porque el cliente recibe atención personalizada y tiene la creencia de que toda inquietud podrá ser resuelta (p. 17).

Cabe resaltar lo expuesto por Pincay y Parra (2020) que, uno de los instrumentos de medida de la calidad de servicio al cliente empleado con frecuencia fue el elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988 denominado SERVQUAL, este hace énfasis en la valoración de las diferencias o brechas entre las expectativas y las percepciones de los clientes sobre los productos recibidos, como se muestra en la figura 10:



**Figura 10.** Dimensiones del modelo SERVQUAL.

**Fuente:** Adaptado de Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) que se citó en Pincay y Parra (2020).

Sin embargo, para López et al., (2021) la metodología Donabedian identifican tres dimensiones de la calidad en la atención médica:

- **Dimensión técnica:** se refiere a la adherencia de los principios científicos de la medicina, el conocimiento, el uso de tecnologías y la creación y desarrollo de procedimientos diagnósticos y terapéuticos.
- **Dimensión interpersonal:** refleja la comunicación efectiva y el respeto por los valores morales de la medicina.
- **Amenidades:** brindar al paciente y sus familiares un ambiente cómodo.

La calidad del servicio es un aspecto importante en cualquier organización, ya que influye en la satisfacción del cliente y en la percepción general de la empresa. Finalmente, la ética laboral es una combinación de muchas dimensiones que van desde la confiabilidad y la eficiencia hasta la empatía y la auto-organización. Una empresa que comprende y aborda estos aspectos puede



brindar un servicio de alta calidad que cumpla con las expectativas del cliente y genere confianza a largo plazo.

## 2.4. MODELOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Para Miranda et al., (2021) el modelo SERVQUAL mediante sus 5 dimensiones ayuda a obtener un resultado sobre la satisfacción del cliente en cuando a la calidad de los servicios que recibe, mediante este modelo también podemos conocer los parámetros en los cuales la empresa se encuentra teniendo debilidad y ayudar al mejoramiento de estrategias mediante una propuesta para incrementar la afluencia de clientes al lugar ofreciendo servicios de calidad.

Los investigadores Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1993), citado en Izquierdo y Anastacio (2021) propusieron el modelo Servqual, que consta de cinco dimensiones para evaluar la calidad de servicio. En general, se aplican en ámbitos privados, pero las dimensiones de Servqual se ajustan a cualquier situación. Sin embargo, Rubio y De Lucas (2018), que se citó en Demarquet y Chedraui (2022), presentan en la tabla 6, la identificación de los principales de modelos que permiten medir la calidad de servicio, como se muestra a continuación:

**Tabla 6.** Modelos utilizados para medir la calidad de servicio.

Modelo	Creador(es)	Aporte
Malcom Balbrige	Malcom Balbrige	Enfoque del modelo: hace referencia a que las organizaciones demuestren una gestión de la calidad efectiva, mediante la formación y la implicación de los empleados, en la mejora de la empresa. <b>Valores:</b> calidad dirigida al cliente, liderazgo, mejora continua y aprendizaje, valorización del personal, respuesta rápida, planificación de calidad y prevención, amplia visión de futuro, gestión basada en hechos, desarrollo de alianzas, responsabilidad pública y social, orientación a resultados.
SERVQUAL (Service Quality)	Parasuraman, Zeithaml, Berry.	<b>Calidad de servicio desde la óptica de la percepción del cliente:</b> define la calidad, la diferencia entre las expectativas previas al consumo y la percepción del servicio prestado. A mayor diferencia, mayor calidad. <b>Dimensiones:</b> elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, accesibilidad, conocimiento y comprensión del cliente.
SERVPERF (Service Performance)	Cronin, Taylor	<b>Valoración del desempeño para la medida de calidad de servicio:</b> se asemeja a SERVQUAL, pero no toma en consideración las expectativas. <b>Ventajas:</b> al existir menos ámbitos que medir, son menos preguntas que deben responder los

		<p>encuestados y se aseguren que puedan ser respondidas con mayor precisión.</p> <p><b>Dimensiones:</b> elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.</p>
--	--	--

Fuente: Adaptado de Rubio y De Lucas (2018, que se citó en Demarquet y Chedraui, 2022).

## 2.5. SERVICIOS DE SALUD

### 2.5.1. DEFINICIÓN DE SERVICIOS DE SALUD

Para Losada y Rodríguez (2007) los servicios de salud son los prestados por médicos, odontólogos, enfermeras y el resto del personal de salud de hospitales, consultorios y clínicas, con el propósito de conservar o restablecer la salud. Por su parte, Fajardo et al., (2015) dice que los servicios de salud son entendidos de forma amplia que van desde la promoción y prevención hasta los aspectos curativos.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en su artículo 32 en su artículo 32 mencionado en Inca (2023) se establece que el concepto de salud ha evolucionado desde la atención directa a la enfermedad hacia estrategias más integrales en el quehacer sanitario, que incluyen la promoción de la salud, la prevención, la atención directa a la enfermedad y la rehabilitación, relacionadas con el acceso al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad y otros que sustentan el buen vivir.

Forrellat (2014) enmarca la acción del sector salud en cuatro palabras: equidad, efectividad, efectividad y eficiencia. Teniendo en cuenta que la prestación de servicios debe ser justa, es decir efectivamente, es decir, utilizando métodos y tecnologías apropiados; lograr efectivamente una cobertura e impacto adecuados; y eficiente, con el correspondiente rendimiento y costes. Mientras tanto, Suin et al., (2021) señalan que la organización de los servicios de salud permite la prestación de servicios que aseguren la posibilidad y continuidad de la resolución de problemas necesarios para satisfacer las necesidades y dificultades de salud de las personas.

En este mismo concepto, para la Escuela de Posgrado de Medicina y Salud (2022) los servicios de salud son una amplia gama de beneficios que brindan atención médica. Proporcionan intervenciones, programas y recursos para

promover y mejorar la salud y el bienestar de las personas. Estos servicios se brindan en diversos establecimientos de salud, como hospitales, clínicas, consultorios médicos, centros de salud domiciliarios o comunitarios.

Considerando las afirmaciones anteriores, se puede determinar que un servicio de salud es un conjunto de actividades, personal y recursos dedicados a mantener y mejorar el bienestar de las personas. Brindar un servicio de este tipo, desempeña un papel vital en la sociedad y abordan diversas necesidades médicas y de atención.

También, es necesario resaltar a Vélez (2022) que menciona tres aspectos clave que mejoran la gestión en el servicio de salud:

- En primer lugar, es importante contar con una base de datos. Esta información permite conocer de primera mano la historia clínica del paciente: hábitos de vida, enfermedades previas, etc. Las estadísticas ofrecen una perspectiva global de la salud del usuario y garantizan una toma de decisiones más precisa para cada individuo.
- La operación interna optimizada que puede impactar de manera considerable en la experiencia del paciente. En este sentido, las instituciones deben garantizar que los usuarios encuentren una variedad de alternativas antes, durante y después de recibir atención.
- En tercer punto, es sustancial centrarse en la experiencia del paciente, que puede optimizarse identificando puntos de mejora. Uno de los aspectos que contribuyen a las experiencias negativas son la dificultad para utilizar los canales, la poca capacidad de respuesta y la falta de empatía con respecto a temas de interés. Lo ideal sería contar con portales de comunicación pensados en otorgar facilidades a la hora de solicitar información general o personal, citas, entre otros.

Desde el punto de vista de las autoras, la definición de servicio de salud abarca varios componentes, incluida la prevención y promoción de la salud, la atención médica, junto con la atención de emergencia y los servicios de investigación. Su principal objetivo es preservar y mejorar la salud y el bienestar de las personas.

### 2.5.2. TIPOS DE SERVICIOS DE SALUD

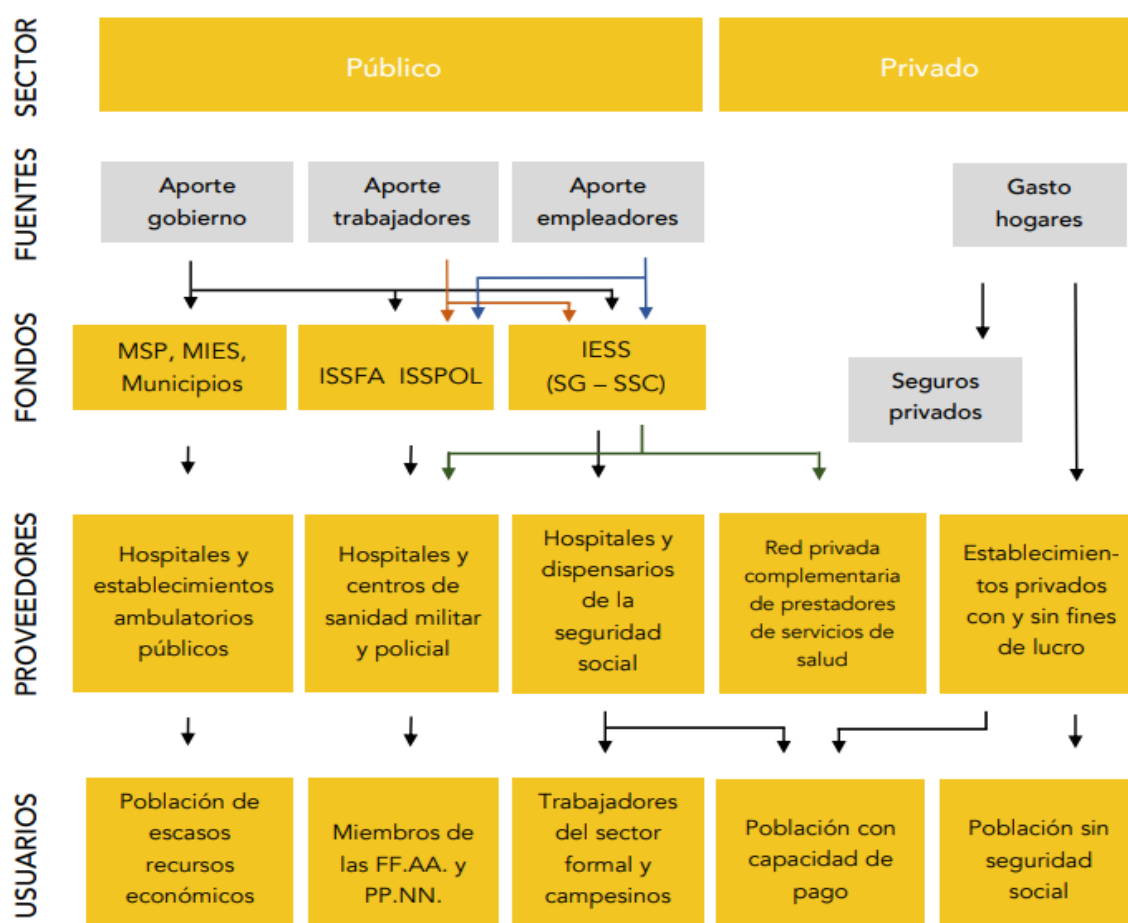
Según Molina Guzmán (2019), el Sistema Nacional de Salud en Ecuador se divide en tres subsistemas:

- El Ministerio de Salud Pública de Ecuador es el primero que se enfoca en brindar atención a las personas más vulnerables y con recursos limitados.
- El segundo subsistema del Sistema de Seguridad Social (SS) fue creado para proteger a los trabajadores que optan por la afiliación voluntaria o que trabajan bajo relación de dependencia. Existen reformas y reglamentos que amplían la cobertura a los cónyuges e hijos menores de 18 años de los aportantes de SS. Los institutos de SS (Seguridad Social General, Fuerzas Armadas y Policía Nacional) pertenecen a este subsistema y brindan servicios de salud.
- Los prestadores privados, que se encuentran principalmente en la zona urbana del país, constituyen el subsistema final (Molina Guzmán, 2019).

Para comprender mejor la estructura del Sistema de Salud ecuatoriano a continuación, se describen las principales instituciones que lo conforman, según Jiménez et al., (2017):

- Ministerio de Salud Pública.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Seguro Social Campesino
- Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas del Ecuador (ISSFA)
- Junta de Beneficencia de Guayaquil (JBG) y la Sociedad Protectora de la Infancia de Guayaquil.
- Estructuras de prestación de servicios de salud privada.

Por otro lado, Lucio et al., (2011, citado en Vaccaro et al., 2023) señalan que el sistema de salud de Ecuador está compuesto por dos sectores, público y privado. que El sector público comprende al Ministerio de Salud Pública (MSP), el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), los servicios de salud de las municipalidades y las instituciones de seguridad social (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas (ISSFA) e Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional (ISSPOL). Mientras que el sector privado comprende entidades con fines de lucro (hospitales, clínicas, dispensarios, consultorios, farmacias y empresas de medicina prepagada) y organizaciones no lucrativas de la sociedad civil y de servicio social (Lucio, Villacrés y Henríquez, 2011). Para mejor comprensión de esta clasificación, Suin et al., (2021) la representa en la figura 11.



**Figura 11.** División del Sistema Nacional de Salud de Ecuador.

**Fuente:** Adaptado de Giovannella et al., (2017; MSP, 2012; MSP, 2014) citado en Suin et al., (2021).

Es importante señalar que la disponibilidad y calidad de la atención médica pueden variar en diferentes partes del Ecuador. Es así como, en zonas urbanas, el acceso a los servicios médicos y hospitales suele ser mejor, mientras que en las zonas rurales puede haber problemas de acceso a los servicios de salud. A la manera de ver de las autoras en Ecuador, el sistema de salud está dividido en dos sectores, público y privado, y ofrece una variedad de programas y servicios de salud.

Referente a los servicios de salud pública, pues se encuentran los de atención primaria de salud, servicios de emergencia, servicios de internación y programas de salud pública ofrecidos por el Ministerio de Salud Pública. Por otro lado, también existen los servicios de salud privados que incluyen consultas médicas, servicios de internación, atención primaria de salud y servicios de emergencia. Estos servicios son ofrecidos por empresas privadas que tienen fines de lucro.

### **2.5.3. CLÍNICA ECOMEDIC**

- **Reseña histórica**

La clínica EcoMedic fue fundada en 1995 por el doctor Pablo Almeida Buestán, un odontólogo con más de 30 años de experiencia. La clínica se estableció con el objetivo de brindar servicios odontológicos de excelencia, con un enfoque centrado en el paciente. Desde su fundación, la clínica ha crecido y se ha consolidado como una de las principales clínicas odontológicas de la región.

Además de ofrecer su servicio odontológico ha implementado en la ciudad de Guayaquil (matriz), el área de ecografías y ginecología desde el 2019 y en la ciudad de Quito desde el 25 de agosto de 2020. Logrando cumplir con la demanda de los pacientes, que hasta ahora ha tenido una buena acogida. La clínica está comprometida en proporcionar una atención integral a sus pacientes, que incluye servicios de prevención, diagnóstico y tratamiento. Asimismo, ofrece una amplia gama de servicios de estética dental, también, esta institución es un miembro activo de la comunidad, y participa en diversas actividades de salud pública, con la oferta de servicios gratuitos a pacientes de escasos recursos.

- **Misión**

Brindar servicios de excelencia, con un enfoque centrado en los pacientes, para mejorar su salud y su calidad de vida.

- **Visión**

Ser una clínica líder en la región, reconocida por su excelencia en la atención al paciente, la innovación en sus tratamientos y su compromiso con la comunidad.

- **Objetivos**

Los objetivos de la clínica EcoMedic son:

- Brindar servicios de excelencia, con un enfoque centrado en el paciente.
- Mejorar la salud bucal y tratamientos en las semanas de gestación de sus pacientes.
- Satisfacer las necesidades de sus pacientes.
- Ser una clínica líder en la región.
- Aumentar servicios para cubrir la demanda de los pacientes.

- **Valores**

Los valores de la clínica EcoMedic son:

- Excelencia: la clínica se compromete a brindar servicios de excelencia, utilizando los últimos avances tecnológicos y el personal más cualificado.
- Enfoque centrado en el paciente: la clínica se compromete a proporcionar una atención personalizada a sus pacientes, teniendo en cuenta sus necesidades y preferencias.
- Innovación: la clínica está comprometida con la innovación, y siempre está buscando nuevas formas de mejorar sus tratamientos.
- Compromiso con la comunidad: la clínica está comprometida con la comunidad, y participa en diversas actividades de salud pública.

En definitiva, la clínica Odontológica es una institución comprometida con la excelencia, la atención al paciente y la innovación. Además, de ofrecer una

amplia gama de servicios odontológicos, y de proporcionar a sus pacientes la mejor atención posible.



# CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

## 3.1. UBICACIÓN

El presente proyecto se desarrolló en la clínica EcoMedic, ubicada en las ciudades de Quito y Guayaquil, en las figuras 12 y 13, se logran visualizar las imágenes sobre su ubicación geográfica.



**Figura 12.** Ubicación clínica EcoMedic Guayaquil  
**Fuente.** Google Maps.



**Figura 13.** Ubicación clínica EcoMedic Quito  
**Fuente.** Google Maps.

### **3.2. DURACIÓN**

Esta investigación referente a la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio de la clínica EcoMedic en Quito y Guayaquil, tuvo un tiempo de duración de nueve meses luego de la aprobación del proyecto de tesis.

### **3.3. VARIABLES EN ESTUDIO**

Las variables de estudio para la presente investigación son:

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** cultura organizacional.

**VARIABLE DEPENDIENTE:** la calidad de servicio de la clínica EcoMedic.

**Tabla 7.** Matriz de Operacionalización de la variable cultura organizacional y calidad de servicio.

Variable	Tipo de variable	Conceptualización	Definiciones operacionales	Instrumentos	Medición	Dimensiones	Ítems	Escala y valores
Cultura organizacional	Cuantitativa	La cultura organizacional incluye valores colectivos y expectativas básicas que se establecen en prácticas organizacionales, las cuales incluyen rituales, normas de comportamiento, símbolos, reglas, lenguaje, rutinas e historias (Méndez et al., 2023).	Se realizó una revisión bibliográfica, que permitió la determinación de los cuestionarios propuestos por Ñañez (2021) para la respectiva encuesta aplicando la escala Likert. Además, se empleó el programa Excel previsto para tabulación y del Software SPSS que sirvió para la realización del test de Pearson que se encargó de ver cuál es la correlación que existe entre ambas variables; asimismo, se diseñó un diagrama de Ishikawa para establecer cuáles son las causas y efectos de la clínica EcoMedic, y posteriormente, se propuso un plan de mejora por medio de la herramienta de 5w+1h.	Cuestionario, Programa Excel, Programa SPSS, Escala Likert Diagrama de Ishikawa y Matriz 5W+1H	Encuesta y Test de Pearson	Comunicación	1-2-3-4	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
Valores y objetivos		5-6-7-8						
Orientación a resultados y al trabajo en equipo		9-10-11-12						
Motivación		13-14-15-16						
Clima laboral		17-18-19-20						
Tangibilidad		1-2-3-4						
Seguridad		5-6-7-8						
Fiabilidad		9-10-11-12						
Capacidad de respuesta		13-14-15-16						
Empatía	17-18-19-20							
Calidad de servicio		La calidad de servicio es un indicador de éxito o fracaso para cualquier empresa que se puede convertir en aspectos de evaluación y análisis, para controlar y reducir las falencias en el servicio (López, 2018; citado en Siavichay et al., 2023).						

Fuente: Adaptado de Ñañez (2021).

Elaborado por: Las autoras

### **3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

El planteamiento del problema es el primer paso del proceso investigativo, según Álvarez (2020), luego del cual se deben haber planteado las hipótesis que serán probadas a través del estudio. En este contexto, se requiere encontrar el modo de responder las preguntas de investigación establecidas, para lo cual se necesita de una estrategia que permita recolectar la información necesaria.

Para la realización de esta investigación fue necesario aplicar la siguiente metodología:

#### **3.4.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

La investigación de campo o trabajo de campo es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo. Es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados (Cajal, 2017). Por otro lado, Jiménez y Suarez (2014) aducen que la investigación de campo es el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia.

Este tipo de investigación permitió desarrollar la indagación en el sitio de los hechos, es decir, donde se originó la problemática, que a través del uso de la técnica de la encuesta suministro datos idóneos obteniendo información precisa, referente a la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio de la clínica EcoMedic en Quito y Guayaquil.

#### **3.4.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Como dicen Esquirol et al. (2017) la revisión bibliográfica será la base de la investigación, es decir, sus fundamentos debido a que implica el análisis y exposición de todos los conceptos, definiciones, hipótesis, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes sobre el tema que será objeto de la investigación. Asimismo, Martín y Lafuente (2017) afirman que esta constituye una etapa esencial en el desarrollo de un trabajo científico y académico. Implica consultar

distintas fuentes de información (catálogos, bases de datos, buscadores, repositorios, etc.) y recuperar documentos en distintos formatos.

Por lo tanto, la investigación bibliográfica es de gran importancia en la recopilación de información, recuperación y estructuración de nuevas investigaciones, ya que puede garantizar la calidad y hacer una contribución adecuada a la base teórica del trabajo de investigación. Estos estudios presentan en detalle las teorías de diversos autores sobre la cultura organizacional y su relación con la calidad de los servicios prestados por las clínicas, siendo estos temas muy importantes para la realización de esta investigación.

### **3.4.3. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas (Jiménez y Suárez, 2014). Igualmente, para Martínez (2018) como se citó en Guevara et al., (2020) afirman que:

“Tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos y utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (p.166).

Cabe mencionar que la investigación descriptiva se desarrolló en la clínica EcoMedic, donde se ejecutó la evaluación de la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio, la cual proporcionó información valiosa sobre detallar las dimensiones de ambas variables que se lo detalla en la (Tabla 8 y 9) de los resultados de esa manera proceder a con la adaptación de las preguntas del cuestionario de evaluación.

## **3.5. MÉTODOS**

La presente investigación denominada cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio de la clínica Ecomedic en Quito y Guayaquil, se enmarca desde un enfoque cualitativo puesto, que la investigación se recabó información no cuantificable basada en las observaciones de las conductas y la calidad de

servicio percibido por los clientes para su posterior interpretación Barbour (2013; citado en Escudero y Cortez, 2018).

Los métodos de investigación a emplear son:

### **3.5.1. MÉTODO INDUCTIVO**

Para la generación de conocimiento se aplicó el método inductivo, que consistió en un razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a una ley general para todos los fenómenos de un mismo género (Baena, 2017, p.34). Además, Arrieta (2009, como se citó en Falconí, 2019) el método inductivo es una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de leyes y conclusiones generales.

El método inductivo fue trascendental en la investigación, porque permitió adentrarse en la complejidad de la realidad sin suposiciones rígidas, a partir de observaciones y datos concretos. Además, puede conducir al surgimiento de nuevas teorías y es una herramienta valiosa para explorar, descubrir y generar ideas en la investigación.

### **3.5.2. MÉTODO DEDUCTIVO**

El método deductivo es una forma razonar y explicar la realidad partiendo de leyes o teorías generales a casos particulares (Arrieta, 2009, como se citó en Falconí, 2019). Como dicen, Huamanchumo y Aguilar (2018) este método tiene los pasos básicos: observación del fenómeno a tratar, elaboración de una hipótesis para explicar el fenómeno, conclusión de proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y demostración de la verdad de los enunciados inferidos comparándolos con la experiencia (p.41).

El método deductivo se consideró útil en la introducción e iniciación de alternativas para mejorar la calidad del servicio a los clientes de la clínica EcoMedic, lugar donde se estudió la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en la clínica, facilitando sacar conclusiones concretas sobre el problema.

### **3.5.3. MÉTODO CORRELACIONAL**

Empleando las palabras de Fiallos (2021) la correlación mide la naturaleza y fuerza entre dos variables cuantitativas. Además, es un indicador usado para describir cuantitativamente la fuerza y dirección de la relación entre dos variables cuantitativas de distribución normal y ayuda a determinar la tendencia de dos variables a ir juntas, a lo que también se denomina covarianza (Roy, Rivas, Pérez y Palacios, 2019). Tal como señalan Hernández et al., (2018) es una medida considerablemente utilizada en diversas áreas del quehacer científico, desde estudios técnicos, econométricos o de ingeniería; hasta investigaciones relacionadas con las ciencias sociales.

Usar el método correlacional en esta investigación, referente a la cultura organizacional y calidad de servicio, resultó ser un complemento determinante para comprender cómo estas variables se relacionan en un contexto particular. Además, que con la combinación de este con métodos cualitativos proporcionará un análisis más profundo sobre las variables en estudio.

### **3.6. TÉCNICAS**

En las investigaciones, las técnicas e instrumentos proporcionan una mayor profundidad de búsqueda, algunas de estas técnicas son la observación participante o no participante que permiten observar un proceso que requiere atención voluntaria, orientada y organizada (Cisneros et al., 2022). Las técnicas de investigación fueron esenciales para explorar y comprender la relación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio que ofrecen en EcoMedic.

Bajo esta perspectiva para la ejecución de proyecto se plantearon las siguientes técnicas:

#### **3.6.1. ENCUESTA**

La encuesta para Cisneros et al., (2022) es la técnica de recogida de datos más empleada para las investigaciones científicas. Esta se ejecuta mediante un entrevistador, el cual debe estar capacitado, debe existir un cuestionario debidamente estructurado. Del mismo modo, Groves et al., (2009, citado en Salvador, Marco y Arquero, 2021) han definido a la encuesta como un método

sistemático de obtención de datos mediante respuestas a preguntas realizadas a un grupo de entidades con el propósito de describir las características de la población a la que pertenecen.

Las encuestas permitieron recopilar las percepciones y opiniones directas de los empleados y clientes de EcoMedic. Al estudiar la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio, para el desarrollo de esta técnica se utilizó la encuesta planteada en la investigación de maestría de Ñañez (2021) de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Perú, fue elegido por su similitud con el campo de estudio del proyecto. Además, esta herramienta ha sido previamente validada por expertos. Por este motivo la aplicación de este procedimiento en los empleados, por un lado, proporciona datos concretos del entorno laboral y cómo se está desarrollando la cultura organizacional, por otro lado, con los clientes se evidenció el nivel de calidad con que se prestan los servicios en la clínica EcoMedic de Quito y Guayaquil.

### **3.6.2. SEMAFORIZACIÓN**

La técnica de semaforización que, para Astudillo et al., (2022) la utilización de la herramienta llamada “semáforo” permite en diversos estudios examinar los datos y otorgar el color según el caso que lo amerite para su investigación. Por tal motivo, se hace uso de esta herramienta para ubicar mediante la semaforización con los colores diferentes variables: rojo (grave, 69%-0%), amarillo (transición, 89% - 70%) y verde (favorable, 100% - 90%).

La utilización de esta técnica de acuerdo a nuestro proyecto de investigación nos va a permitir mediante los porcentajes arrojados en la tabla de Medición de Dimensión de los indicadores de cultura organizacional y calidad de servicio medir cuales con qué porcentaje están siendo favorables de acuerdo a los resultados obtenidos por las encuestas, mostrando desde el porcentaje más favorable o al que podemos detallar como grave para disminuir las problemáticas que tenga la clínica.



### 3.6.3. ÍNDICE DE LA CALIDAD DE SERVICIO (ICS)

Para la obtención de este índice el autor Sanabria et al., (2023) la fórmula para calcular el grado de satisfacción del usuario que constituye la diferencia entre el valor percibido y las expectativas, siendo el índice de calidad del servicio, para esto se determina el análisis a las 5 dimensiones con el fin de dar resultados por cada una de las dimensiones y no por cada ítem del cuestionario, de la siguiente manera:

$$ICP_i = P_i - E_i.$$

Donde:

ICS = Índice de Calidad en el Servicio

P = Percepción de Calidad indicada por el usuario encuestado mediante escala Likert

E = Expectativa de Calidad indicada por el usuario encuestado mediante escala Likert

i = Subíndice denotando la dimensión de calidad.

- Índice de calidad positivo: Un índice de calidad del servicio calculado mayor de cero indica que las expectativas de los usuarios en cuanto al servicio que recibieron fueron superadas.

$$ICS: P_i - E_i > 0$$

- Índice de calidad negativo: Un índice de calidad del servicio calculado menor de cero indica que las expectativas de los usuarios en cuanto al servicio que recibieron no fueron superadas.

$$ICS: P_i - E_i < 0$$

- Índice de calidad neutro: Un índice de calidad del servicio calculado igual a cero indica que los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio.

$$ICS: P_i - E_i = 0$$

Evaluar la calidad del servicio desde el punto de vista del cliente ayuda a alinear las expectativas con la realidad. El índice de calidad de servicio (ICS) se obtuvo de los resultados promedios de la evaluación de las dimensiones del modelo adaptado por Zeithaml et al., (1993, citado en Yovera y Rodríguez, 2018, p.30) donde el resultado se logró visualizar el nivel de servicio prestado.

### **3.7. HERRAMIENTAS**

Se consideraron como herramientas de investigación para estudiar la cultura organizacional y la calidad de servicio, las siguientes:

#### **3.7.1. CUESTIONARIO**

Citando a Cisneros et al., (2022) este instrumento consiste en una serie de preguntas organizadas, estructuradas y específicas, que permiten medir o evaluar una o varias de las variables definidas en el estudio, respondiendo al planteamiento del problema e hipótesis. En este orden de ideas, Acosta (2016, citado en Feria, Matilla y Mantecón, 2020) sostiene que, el cuestionario constituye una serie de preguntas, con el fin de aplicarlas dentro de una encuesta o una entrevista.

Se utilizó el cuestionario como herramienta principal en la conformación de la encuesta, por tal motivo se utilizó el formulario de Ñanez (2021) el cual incluye variables de estudio tanto para la cultura organizacional con un total de 20 ítems, al igual para la calidad de servicio se adapta la propuesta de Zeithaml et al., (1993, citado en Yovera y Rodríguez, 2018, p.30) con base a los indicadores la obtención del índice de calidad de servicio (ICS). Del mismo modo, cabe destacar que las preguntas se adaptan a las realidades del entorno de investigación, de tal forma que sirvan para recopilar información pertinente e interpretar los hallazgos obtenidos sobre los empleados de la clínica EcoMedic y las muestras de clientes frecuentes de las clínicas EcoMedic.

### **3.7.2. ESCALA LIKERT**

A juicio de Matas (2018, p.39) señala que “las llamadas escalas Likert son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional”. En tal sentido, Romero y Álvarez (2022) enfatizan que, en campo del aprendizaje organizacional, y especialmente los estudios de carácter empírico, se ha valido en gran medida de las escalas de Likert para la medición de sus dimensiones centrales.

Como afirman, Hernández, Fernández y Baptista (2014, citado por Astudillo y Chávez, 2021) la escala de Likert es un instrumento que se presenta en forma de afirmaciones o juicios, ante ello, se pide al sujeto una reacción que muestre al elegir alguna de las afirmaciones o juicios según esté conformada la escala, en este caso, presenta cuatro opciones de respuesta e indican cuánto se está de acuerdo con cada uno de los ítems.

En este punto de la investigación, la escala Likert fue una herramienta valiosa en este contexto por su capacidad para cuantificar y medir sistemáticamente la percepción y opinión de los empleados y clientes de EcoMedic, valoración que va 1 a 5. El uso de este método tuvo como finalidad la opinión que tienen los empleados y clientes sobre la cultura organizacional y calidad de servicio proporcionados por EcoMedic en sus clínicas de Guayaquil y Quito.

### **3.7.3. DIAGRAMA ISHIKAWA**

Desde el punto de vista de Coletti et al., (2010, citado en Burgasí et al., 2021) alega que “el diagrama de Ishikawa o espina de pescado es una técnica usada para identificar las posibles causas de un problema central, usado también para mejorar procesos y recursos en una organización” (p.1219). De la misma forma, León et al. (2021) destacan que:

Este diagrama es utilizado para identificar las posibles causas de un problema específico. La naturaleza gráfica de este instrumento permite que los grupos organicen grandes cantidades de información sobre el problema y determinar

exactamente las posibles causas. Finalmente, aumenta la probabilidad de identificar las causas principales (p. 254).

La cultura organizacional y la calidad del servicio de la clínica EcoMedic pueden verse influenciadas por una serie de factores interrelacionados. El diagrama de Ishikawa ayudó a identificar las causas fundamentales o subyacentes que pueden contribuir a los resultados observados. La espina de pescado permitió un análisis más profundo y centrado y, a su vez, proporcionó una representación visual clara de cómo se pueden relacionar los diferentes aspectos de la cultura organizacional con la calidad del servicio.

#### **3.7.4. MATRIZ 5W+1H**

Dicho con palabras de Betancourt et al., (2022) la técnica 5W+1H, se utiliza para el diseño de estrategias de mejoras, el cual permite implementarlas dentro de las organizaciones que ayuden a resolver los problemas. Esta metodología de acuerdo a Pérez y Lobelles (2020) consiste en responder a las seis preguntas que se detallan a continuación:

- ¿Qué? (What): Qué es lo que se quiere lograr
- ¿Quién? (Who): Quiénes son los ejecutores o responsables de la actividad
- ¿Cómo? (How): Cómo es planeada o realizada la actividad
- ¿Por qué? (Why): Por qué esta actividad se considera necesaria
- ¿Dónde? (Where): Dónde es planeada y realizada la actividad
- ¿Cuándo? (When): Cuándo es realizada la actividad (Pérez y Lobelles, 2020).

La matriz 5W+1H proporcionó una estructura que facilitó la planificación de acciones de mejoras a las deficiencias encontrada en la investigación, en torno a la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio. Permitiendo así, a los directivos tomar decisiones más acertadas que sean de beneficio para

las clínicas y ayuden a mitigar estas incidencias, y, por ende, tener procesos y servicios de calidad.

### **3.7.5. SOFTWARE SPSS (STATISTICAL PRODUCT AND SERVICE SOLUTIONS)**

Catalán, citado en (Niebles et al., 2018) da a conocer que el Programa SPSS es un conjunto de herramientas de tratamientos de datos para el análisis estadístico, programado en Java, por lo tanto, existen dos formas de trabajar con el SPSS: seleccionando las tareas a ejecutar mediante el sistema de ventanas o indicando las operaciones a efectuar mediante la sintaxis del programa de lenguaje de comandos. Igualmente. Ramírez et al., (2021) enfatiza que el SPSS es un software conocido y utilizado para la realización de investigaciones de mercado o relacionadas con el área de la sociología y psicología. Una de las características fundamentales del SPSS es su facilidad de uso, junto a la potencia e integridad del software, convirtiéndolo en una de las herramientas más potentes para este tipo de trabajos.

La utilización del programa estadístico SPSS permitió la realización de la correlación de las variables tanto de la cultura organizacional y la calidad de servicio, con los datos obtenidos de las encuestas empleadas en la investigación, proporcionando una comprensión más rigurosa y profunda de cómo estos aspectos se interrelacionan en una organización.

### **3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA**

Según Hernández (2010, citado en Ñañez, 2021) el universo o población, es un conjunto de los sucesos que coinciden con determinadas características. Para la realización del presente estudio se tomó como base a las variables cultura organizacional y calidad de servicio, en donde se consideró como población a los empleados y usuarios de la clínica EcoMedic, en fin, para la determinación de la muestra referente a los clientes se aplicó la fórmula de la población finita que se detalla a continuación:

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

Donde:

Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z).

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q.

N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito).

e = Error de estimación máximo aceptado.

n = Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{(1.96)^2 * (600) * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (600 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 234,44$$

Como resultado de la fórmula aplicada, se determinó que para el levantamiento de información se requirió de 235 usuarios que asisten de forma frecuente a las instalaciones de las clínicas EcoMedic de la ciudad de Guayaquil y Quito, además, cabe destacar que para la selección de los individuos se utilizó el muestreo aleatorio simple. Por su parte, para la evaluación interna de la institución, se tomó la totalidad de los 9 empleados, que prestan sus servicios en las clínicas.

### **3.9. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

A continuación, se describen cada una de las fases que se realizaron durante la investigación, con sus respectivas actividades:

**FASE I. ANALIZAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA CLÍNICA ECOMEDIC QUITO Y ECOMEDIC GUAYAQUIL.**

- Revisión documental de las variables de cultura organizacional y calidad de servicio.
- Identificación de los principales elementos de la cultura organizacional y calidad de servicio en la clínica EcoMedic.
- Determinación y validación de los instrumentos de evaluación de la cultura organizacional.
- Aplicación de instrumentos a los empleados.
- Tabulación y análisis de datos.

En la primera fase de la investigación, se inició una comprobación bibliográfica de las dos variables que se encuentran en estudio, la recolección de datos ayudó a identificar los principales elementos o dimensiones tanto de la cultura organizacional como de la calidad de servicio dentro de la clínica EcoMedic, con base en esta indagación se optó por replicar el instrumento evaluativo en torno a la cultura organizacional propuesta por Ñañez (2021), la cual se encuentra previamente validada y se aplicará a los empleados de las clínicas, por consiguiente, se tabularon y analizaron los datos recopilados.

## **FASE II. EVALUAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA CLÍNICA ECOMEDIC QUITO Y ECOMEDIC GUAYAQUIL.**

- Aplicación del cuestionario para evaluación de la calidad de servicio a los clientes de EcoMedic.
- Tabulación y análisis de los datos.
- Obtención del índice de calidad de servicio (ICS).
- Correlación de las variables de estudio.

En esta fase, se aplicó la encuesta de la evaluación de la calidad de servicio a los clientes de la clínica EcoMedic, dando a conocer si los servicios brindados cumplen con los estándares requeridos por el usuario, para ello se realizó una

adaptó la propuesta de Zeithaml et al., (1993, citado en Yovera y Rodríguez, 2018, p.30) del Modelo SERVQUAL, una vez obtenidos los datos se logró desarrollar la respectiva tabulación y análisis, determinando así el índice de calidad del servicio. Así mismo, se hizo una correlación entre ambas variables, para determinar el efecto de la cultura organizacional en la calidad de servicio.

### **FASE III. PROPONER ACCIONES DE MEJORA QUE CONTRIBUYA A LA CALIDAD DEL SERVICIO PARA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA ECOMEDIC QUITO Y GUAYAQUIL.**

- Determinación de las deficiencias referente a la cultura organizacional y la calidad de servicio a través del diagrama Ishikawa.
- Realización de la matriz 5w+1h.

En esta fase final se identificaron las principales causales que marcaron el problema con sus respectivos impactos, representados gráficamente en el diagrama Ishikawa, pudiendo tener una visión general de las incidencias que repercuten en las variables de estudios, por ello, se planteó la realización de un plan de acción utilizando la matriz 5w+1h para contrarrestar estas deficiencias que ayudará a minimizar el problema.



## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta parte de la investigación, se dio cumplimiento a las etapas derivadas de los objetivos del estudio, pretendiendo dar solución a la problemática referente a la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito, a través de las actividades desarrolladas se obtuvieron los siguientes resultados.

### 4.1. FASE I. Analizar la situación actual de la cultura organizacional y la calidad de servicio de la clínica EcoMedic Quito y EcoMedic Guayaquil.

**Actividad 1.-** Revisión documental de las variables de cultura organizacional y calidad de servicio.

Con el propósito de diagnosticar la situación actual en la clínica, se elaboró una revisión documental de las variables de estudio tanto de la cultura organizacional y la calidad de servicio, que permitió la recopilación de información bibliográfica con sus dimensiones e indicadores respectivamente, tal como se muestra en el cuadro 8 y 9:

**Tabla 8.** Revisión bibliográfica de los indicadores de la variable de cultura organizacional.

Variable	Autor	Definición	Dimensiones	Indicadores o subdimensiones
	(Bustamante, Grandón y Lapo, 2015)	La cultura organizacional se entiende como un constructor de largo plazo que define comportamientos aceptados y estables de individuos insertos en un escenario organizacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Recompensa</li> <li>• Riesgo</li> <li>• Calidez</li> <li>• Apoyo</li> <li>• Administración del conflicto</li> <li>• Identidad</li> <li>• Estilo de supervisión</li> <li>• Motivación laboral</li> <li>• Estabilidad laboral</li> <li>• Oportunidad de desarrollo</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Equipos y distribución de personas y material</li> </ul>	

<b>CULTURA ORGANIZACIONAL</b>	(Cameron y Quinn, 2005; citado en Guerreiro y Silva, 2017)	Las culturas muestran una interpretación de la historia de la empresa, lo que es de utilidad para los empleados, esta les permite descifrar cómo se espera, se comporten en el futuro.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características dominantes.</li> <li>• Liderazgo organizacional.</li> <li>• Gestión de los empleados.</li> <li>• Pegamento organizacional.</li> <li>• Énfasis estratégico.</li> <li>• Criterios de éxito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implicación</li> <li>• Empoderamiento</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Desarrollo de capacidades</li> <li>• Valores centrales</li> <li>• Consenso</li> <li>• Coordinación e integración</li> <li>• Orientación al cambio</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Aprendizaje organizativo</li> <li>• Dirección y propósitos estratégicos</li> <li>• Metas y objetivos</li> <li>• Visión</li> </ul>
	(Denison, 2001; citado en Contreras y Gómez, 2018)	La cultura organizacional es considerada como una ventaja competitiva, impulsa las actitudes de los empleados, su efectividad y por consecuencia el rendimiento organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consistencia</li> <li>• Adaptabilidad</li> <li>• Misión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Desarrollo de capacidades</li> <li>• Valores centrales</li> <li>• Consenso</li> <li>• Coordinación e integración</li> <li>• Orientación al cambio</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Aprendizaje organizativo</li> <li>• Dirección y propósitos estratégicos</li> <li>• Metas y objetivos</li> <li>• Visión</li> </ul>
	(Llanos y Bell, 2018)	La cultura se refleja en el comportamiento de sus miembros y en la imagen que proyecta la organización a lo interno y externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simbólica</li> <li>• Manifiesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen institucional</li> <li>• Filosofía institucional</li> <li>• Normas y reglamentos</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Relaciones</li> </ul>
	(Díaz, 2020)	Se expresa la cultura de la organización que a su vez se compone de creencias profundas creadas a lo largo del tiempo tanto por los líderes, como por el resto del personal que compone la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gestión y comunicación de la identidad corporativa.</li> <li>• Las condiciones laborales específicas del puesto de trabajo.</li> <li>• El recorrido profesional de cada</li> </ul>	

		empleado/a dentro de la corporación.	
(Menéndez, Macías y Álvarez, 2020)	Esta cultura se puede abordar bajo un enfoque antropológico, que respeta al ser humano como dinámico y cambiante; o funcionalista, que se alinea a la percepción y a las prácticas a nivel de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación</li> <li>• Respuesta punitiva ante errores</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul>	
(García y Forero, 2016; citado en Vesga et al., (2020)	Se entiende como una parte del contexto organizacional interno y externo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual</li> <li>• Grupal</li> <li>• Organizacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceptación</li> <li>• Motivación</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Liderazgos</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Clima</li> <li>• Cultura</li> </ul>
(Ñañez, 2021)	La Cultura Organizacional se manifiesta al compartir valores y creencias por los miembros de una organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simbólica</li> <li>• Instrumental</li> <li>• Estabilizadora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores</li> <li>• Costumbres</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Excelencia</li> <li>• Orientación a resultados y al equipo</li> <li>• Innovación</li> <li>• Mejoras en la institución</li> <li>• Motivación personal</li> <li>• Clima laboral</li> </ul>
(Kitsutani y Cossio, 2022)	La cultura es fundamental para el buen funcionamiento de un sistema organizativo, pues le otorga coherencia y cohesión mediante el ejercicio de una serie de hábitos, normas y costumbres, manteniendo viva su identidad, reforzando sus valores y cimientos, y guiándola hacia el logro de metas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucramiento</li> <li>• Consistencia</li> <li>• Adaptabilidad</li> <li>• Misión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empoderamiento</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Desarrollo de capacidades</li> <li>• Valores centrales</li> <li>• Consenso</li> <li>• Coordinación e integración</li> <li>• Orientación al cambio</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Aprendizaje organizativo</li> <li>• Dirección y propósitos estratégicos</li> </ul>

	y objetivos comunes.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metas y objetivos</li> <li>• Visión</li> </ul>
(Carrillo, Galarza, Aguirre y Tipán, 2023)	La cultura organizacional es un conjunto de valores, comportamientos, costumbres y normas que inciden en el desempeño y en el logro de objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características dominantes.</li> <li>• Liderazgo organizacional.</li> <li>• Estilo gerencial</li> <li>• Cohesión organizacional.</li> <li>• Énfasis en la estrategia.</li> <li>• Criterios de éxito.</li> </ul>	
(Checa, 2023)	La cultura organizacional es el aspecto clave que promueve colectividad en los miembros de una entidad, valorando las diversas capacidades y habilidades de los individuos que la conforman.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima laboral</li> <li>• Recursos humanos</li> <li>• Comunicación</li> </ul>	
(Escudero, Japón, Orellana y Franco, 2023)	Es el conjunto de normas y valores que rigen el comportamiento de los miembros de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucramiento</li> <li>• Consistencia</li> <li>• Adaptabilidad</li> <li>• Misión</li> </ul>	
(Lázaro e Yzaguirre, 2023)	La cultura de la organización puede llegar a encarnarse entre otras cosas en términos de colectivas creencias, valores culturales y compartidos y motivaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simbólica</li> <li>• Instrumental</li> <li>• Estabilizadora</li> </ul>	Valores Costumbres Objetivos Excelencia Orientación a resultados y equipo Innovación Mejoras en la institución Motivación personal Clima laboral

**Elaborado por:** Las autoras.

**Tabla 9.** Revisión bibliográfica de los indicadores de la variable de calidad de servicio.

Variable	Autor	Definición	Dimensiones
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	(Sánchez García y Sánchez Romero, 2016)	La calidad en el servicio es una métrica dentro las organizaciones que buscan la diferenciación y competitividad en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos tangibles</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Profesionalidad</li> <li>• Cortesía</li> <li>• Credibilidad</li> <li>• Accesibilidad</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Compresión del cliente</li> </ul>
	(Hernández, Prieto y Hernández, 2017)	El servicio no puede estandarizar sus procesos y presentación, pues cada cliente es diferente y sus necesidades también; por tanto la empresa deberá esforzar sus procesos en ofrecer planes o políticas de calidad en sus servicios para poder satisfacer a sus clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> <li>• Tangibilidad</li> </ul>
	(Parazuraman, Zeithaml y Berry, 1988; citado en Caicay, 2017)	Se basa en el paradigma de la disconformidad y es el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus la expectativa del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos tangibles</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> </ul>
	(Parasuraman, Zeithaml, y Berry, 1998, citado en Núñez y Juárez, 2017)	Que la calidad del servicio percibido conduce a la satisfacción del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Elementos tangibles</li> </ul>
	(Parasuraman, 1988; Keith y Simmers, 2013; citado en Coronel, Basantes et al. 2019)	La falta de una relación directa con los distintos elementos que se emplean para la calidad de servicios, hace que los que toman las decisiones no establezcan las prioridades correctas y sean incapaces de cumplir las expectativas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tangibilidad</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Respuesta</li> <li>• Aseguramiento</li> <li>• Empatía</li> </ul>
	(Vera y Trujillo, 2017; citado en Monroy y Urcádiz, 2019)	La calidad es uno de los principales pilares de la mejora organizacional y partícipe de la construcción de un futuro direccionado en gran medida en las capacidades ejercidas para poder ofrecer productos y servicios a un mercado cada vez más demandante y altamente competitivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instalaciones</li> <li>• La accesibilidad</li> <li>• El capital humano</li> <li>• La atmósfera</li> <li>• El servicio</li> </ul>
	(Aliaga y Alcas, 2021)	La calidad de servicio, tiene el enfoque de la gestión de la calidad que es utilizada para referirse a un sistema que puede relacionar un conjunto de variables que posibiliten la mejora en la calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos tangibles</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> </ul>

(López, Sifuentes, Rodríguez, Aguilar, Perea, 2021)	La calidad técnica y la calidad funcional son factores que han demostrado su efectividad en la valoración del servicio que ofrecen las organizaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensión técnica</li> <li>• Dimensión interpersonal</li> <li>• Dimensión amenidades</li> </ul>
(Barrera y Ysuiza, 2022)	La calidad puede referirse a diferentes aspectos de la actividad de una organización: el producto o servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio o bien.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Sensibilidad</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> <li>• Elementos tangibles</li> </ul>
(Kaplan, Hermosillo, y Yocupicio, 2022)	Cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos tangibles</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> </ul>
(Checa, 2023)	La calidad de servicio es otorgar un bien intangible con valor agregado que el cliente lo percibe como algo positivo, que mejora la imagen del producto, la marca y la empresa que lo comercializa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia laboral</li> <li>• Eficacia laboral</li> <li>• Satisfacción al cliente</li> </ul>

Elaborado por: Las autoras.

**Actividad 2.-** Identificación de los principales elementos de la cultura organizacional y calidad de servicio en la clínica EcoMedic.

A partir de la revisión bibliográfica, y observaciones realizadas en las clínicas EcoMedic de Guayaquil y Quito, se identificaron los siguientes elementos para la evaluación en cultura organizacional, donde destaca la comunicación, valores y objetivos, orientación a resultados y al trabajo en equipo, la excelencia y el clima laboral. Por otro lado, en la calidad de servicio incluye las siguientes dimensiones: tangibilidad, seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía.

La identificación de los elementos de la cultura organizacional y la calidad del servicio es un paso importante hacia la mejora del entorno de la prestación de servicios relacionados con la salud. Por medio de investigaciones se pueden explorar estrategias e intervenciones efectivas de cambio cultural para mejorar la calidad de la atención brindada por las organizaciones de atención médica.

**Actividad 3.-** Determinación y validación de los instrumentos de evaluación de la cultura organizacional.

En el proceso de determinación y validación de los instrumentos de evaluación, se adoptó la propuesta de Ñañez (2021). Este instrumento recibió la aprobación de expertos con un alto índice del 91%, según la lista de verificación detallada en los (anexos 3, 4 y 5). Estos anexos exhiben las evaluaciones correspondientes a los criterios estudiados, abarcando las variables asociadas tanto al clima organizacional como a la calidad de servicio.

Es importante resaltar que, con el propósito de adaptar estas herramientas para su implementación específica en las clínicas EcoMedic de Guayaquil y Quito, se llevó a cabo una revisión y rediseño de los ítems. Este proceso consideró aspectos clave relacionados con la institución investigada, como se detalla en la tabla 7, la cual presenta los instrumentos utilizados en el desarrollo de la investigación.

#### **Actividad 4.-** Aplicación de instrumentos a los empleados.

Para realizar esta actividad se priorizó la aplicación de la encuesta a todos los empleados de las clínicas EcoMedic de Guayaquil y Quito, esto permitió una comprensión precisa y concreta de la cultura organizacional. El instrumento de encuesta utilizado fue una adaptación de la propuesta de Ñañez (2021) e incluyó preguntas relacionadas con los elementos identificados de la cultura organizacional y calidad de servicio. La encuesta tuvo como objetivo recopilar información sobre las percepciones de los empleados sobre la comunicación, valores y objetivos, orientación hacia resultados y trabajo en equipo, excelencia, clima laboral, tangibilidad, seguridad, confiabilidad, capacidad de respuesta y empatía. Los resultados obtenidos mediante la encuesta proporcionaron información valiosa sobre las fortalezas y debilidades de la cultura organizacional y la calidad de servicio en las clínicas EcoMedic. Por ello, es importante señalar que las encuestas también se utilizan para recopilar comentarios de los usuarios sobre la calidad de la atención brindada por las organizaciones de atención médica.

Además, para mostrar los resultados de las dimensiones se empleó la técnica de semaforización que, para Astudillo et al., (2022) la utilización de la herramienta llamada “semáforo” permite en diversos estudios examinar los datos

y otorgar el color según el caso que lo amerite para su investigación. Por tal motivo, se hace uso de esta herramienta para ubicar mediante la semaforización con los colores diferentes variables: rojo (grave, 69%-0%), amarillo (transición, 89% - 70%) y verde (favorable, 100% - 90%).

#### **Actividad 5.-** Tabulación y análisis de datos.

En esta etapa de la investigación se evaluó y analizó los datos recopilados en la encuesta, siendo un paso crítico en el proceso de investigación, debido a que proporciona información significativa sobre la cultura organizacional y la calidad del servicio en las clínicas EcoMedic. Los resultados de cada pregunta e ítem fueron descritos individualmente y generalizados por dimensiones, como se muestra a continuación:

#### **Dimensión 1.- Comunicación**

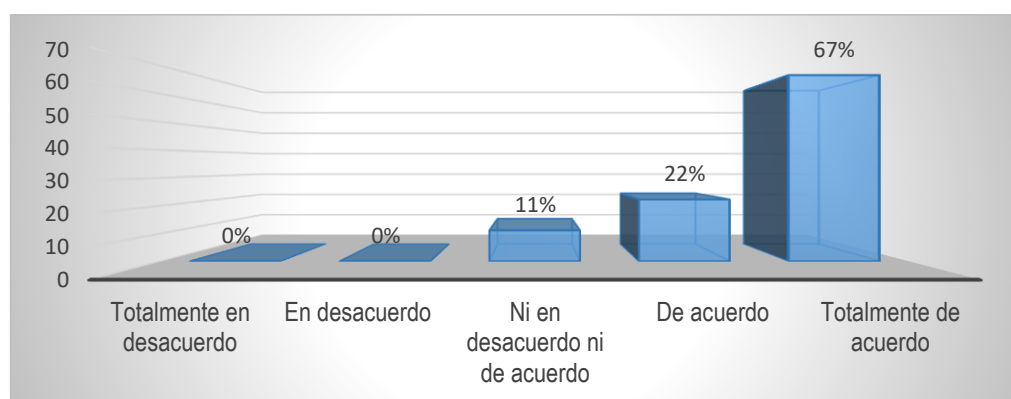
**P1.-** El gerente de EcoMedic se preocupa porque la comunicación interna funcione correctamente.

**Tabla 10.** La comunicación interna funciona correctamente.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	11
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	6	67
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 1.** La comunicación interna funciona correctamente.

**Elaborado por:** Las autoras.



Según los datos proporcionados por la encuesta, el 67% de los empleados de las clínicas EcoMedic de Guayaquil y Quito están totalmente de acuerdo en que el gerente se preocupa por garantizar una comunicación interna efectiva, mientras que el 22% están de acuerdo y solo el 11% muestran indiferencia. Considerando que la comunicación es una estrategia que para Castro y Díaz (2020) busca aumentar la motivación y el sentido de pertenencia de los empleados, contribuyendo así al crecimiento de la entidad. Al igual que para Martínez (2022) el objetivo es lograr que se sienta comprometido con la organización. Asimismo, Arguello (2022) cree que tener una comunicación abierta y fluida de forma integral en la empresa, ayuda a que la información transmitida sea transparente y de esta manera contribuya a que su trabajo sea productivo y conduzca a la satisfacción personal.

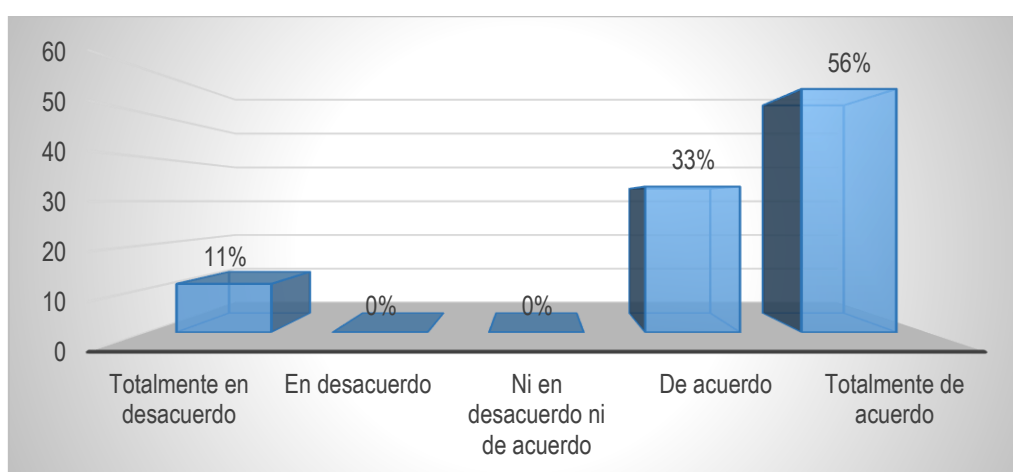
**P2.-** Existen procedimientos para recopilar sugerencias de los usuarios y comunicar esas ideas al gerente.

**Tabla 11.** Existencia de procedimientos para recopilar información.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	11
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	3	33
Totalmente de acuerdo	5	56
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 2.** Existencia de procedimiento para recopilar información.

**Elaborado por:** Las autoras.

El 56% de los empleados de las clínicas EcoMedic están totalmente de acuerdo en que existen procedimientos para recoger sugerencias de los usuarios y

comunicar esas ideas al gerente, y con el 33% de acuerdo, seguido del 11% que presentaron total desacuerdo. Por lo tanto, Da Silva (2023) sugiere que convertir las quejas de los usuarios en solicitudes de servicio cumplidas es una forma de garantizar su satisfacción y brindar una experiencia excelente. De manera similar, Serna (2010) citado en Echeverry (2016) propone que tomar en cuenta las opiniones, preferencias y sugerencias de los clientes puede generar valor en el servicio. Es evidente que este alto porcentaje, refleja que los empleados asumen que el recopilar las sugerencias de los usuarios y comunicar esas ideas al gerente es una señal positiva de la calidad del servicio brindado por la clínica EcoMedic.

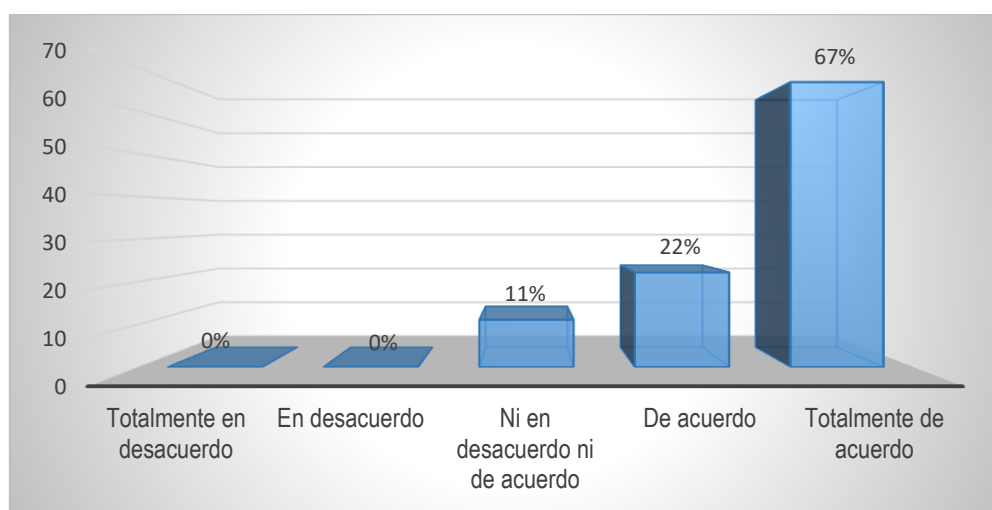
**P3.-** El personal tiene suficiente información para hacer su trabajo de manera efectiva.

**Tabla 12.** El personal maneja suficiente información en el área de trabajo.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	11
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	6	67
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 3.** El personal maneja suficiente información en el área de trabajo.

**Elaborado por:** Las autoras.

Seis empleados encuestados dan un porcentaje del 67% y dicen estar completamente de acuerdo en que el personal de la clínica EcoMedic cuenta con información suficiente para realizar su trabajo de manera efectiva, además, el

22% mencionan estar de acuerdo y solo el 11% muestran indecisión. Con estos datos, Fatuly et al., (2020) señalan que el flujo y la calidad de la información son cruciales para el éxito o fracaso de los planes estratégicos en una empresa. Por ende, las autoras de este estudio sostienen que el alto porcentaje de empleados coinciden en que tienen suficiente información para efectuar su trabajo de manera efectiva, es una señal positiva para la cultura organizacional de la clínica EcoMedic.

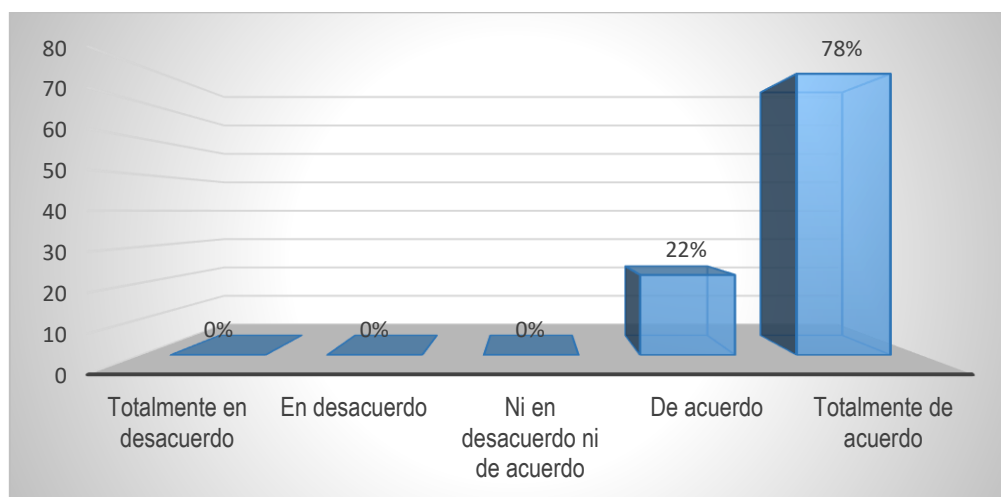
**P4.-** Se fomenta la buena comunicación entre los usuarios y el personal de EcoMedic.

**Tabla 13.** Se fomenta la comunicación entre usuarios y personal.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	7	78
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 4.** Se fomenta la comunicación entre usuarios y personal.

**Elaborado por:** Las autoras.

De acuerdo con el 78% de la opinión de 7 empleados de las clínicas EcoMedic, argumentaron que están totalmente de acuerdo en que se fomente la buena comunicación entre usuarios y personal, de igual manera el 22% están de acuerdo. Coincidiendo con Vega (2020), la comunicación eficaz es fundamental para que los profesionales de la salud establezcan una buena relación con los clientes y mejoren los resultados de estos. Por otro lado, Linares et al., (2017)

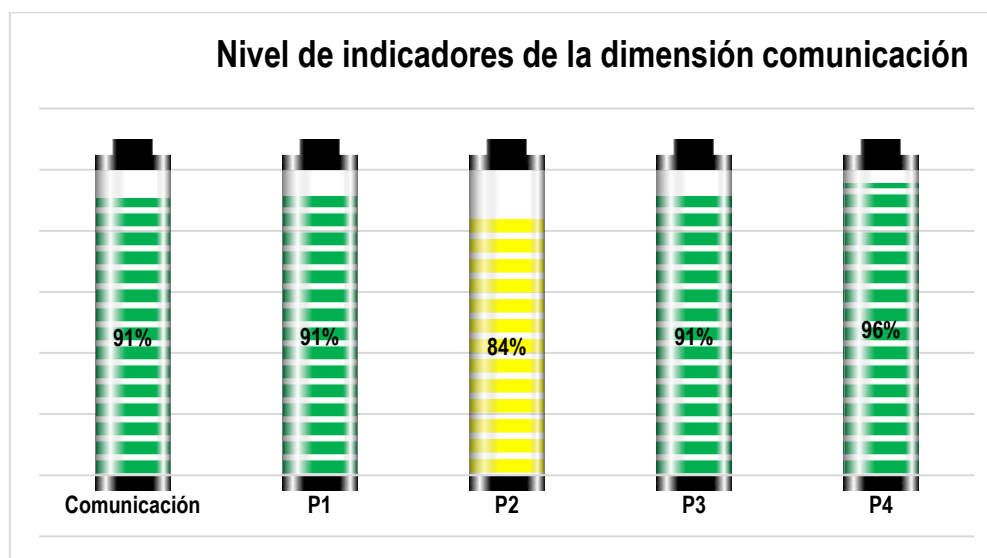
explican que existe un vínculo directo entre la gestión de la comunicación y el clima organizacional, lo que significa que una comunicación óptima puede ayudar a crear un clima armonioso en el que la productividad y la competitividad empresarial puedan crecer.

**Tabla 14.** Medición de la dimensión de comunicación.

Dimensión comunicación	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
El gerente de EcoMedic se preocupa porque la comunicación interna funcione correctamente.	P1	4,56	5	91%	100%
Existen procedimientos para recopilar sugerencias de los usuarios y comunicar esas ideas al gerente.	P2	4,22	5	84%	100%
El personal tiene suficiente información para hacer su trabajo de manera efectiva.	P3	4,56	5	91%	100%
Se fomenta la buena comunicación entre los usuarios y el personal de EcoMedic.	P4	4,78	5	96%	100%
T. PROMEDIO	P4	4,53	5	91%	100%
N MUESTRA		9			

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 5.** Medición de la dimensión de comunicación.

**Elaborado por:** Las autoras.

En relación con lo antes expuesto, se evidencia que la comunicación en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito, mantiene un nivel de cumplimiento 4,53 siendo el 91% resultando favorable para la organización, debido a que sus indicadores (P1) y (P3) mantuvieron porcentaje de 91%, en ítems referente a que la gerencia se preocupa por la comunicación interna, al igual que se le proporciona la suficiente información para su trabajo. Asimismo, se destaca el 96% (P4) en el

fomento de una buena comunicación. Sin embargo, el menos valorado es el segundo indicador (P2) en un 84% en cuanto a los procedimientos para la recopilación de las sugerencias de los usuarios al jefe. En síntesis, la dimensión se encuentra en un estado favorable, pero es necesario mejorarlo para alcanzar el nivel deseado.

## Dimensión 2.- Valores y objetivos

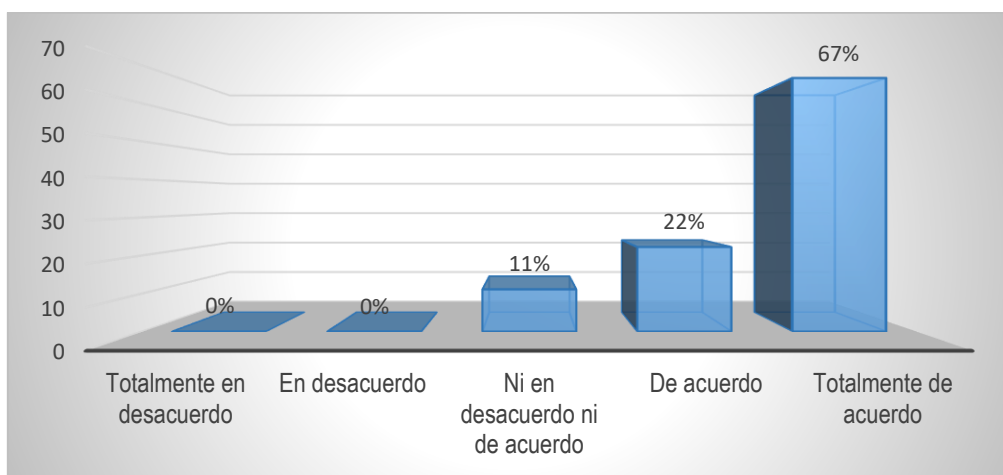
**P5.-** Los valores organizacionales (responsabilidad, transparencia, honestidad, respeto, integridad, entre otros) influyen en la comunicación de la clínica EcoMedic.

**Tabla 15.** Los valores organizacionales en la clínica EcoMedic.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	11
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	6	67
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 6.** Los valores organizacionales en la clínica EcoMedic.

**Elaborado por:** Las autoras.

La tabla de frecuencia muestra que el 67% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que los valores organizacionales influyen en la comunicación de la clínica EcoMedic. Como plantea Cabezudo (2018) es necesario que todos los colaboradores sean formados con políticas de fortalecimiento de los valores organizacionales para lograr el cumplimiento de los objetivos con resultados exitosos. Además, Gutiérrez (2016) define las funciones de los valores como

aspectos psicológicos que guían los comportamientos y representan cognitivamente las necesidades humanas. Por lo tanto, se puede concluir que los valores organizacionales son importantes para la comunicación en la clínica EcoMedic y que su fortalecimiento puede llevar a resultados exitosos.

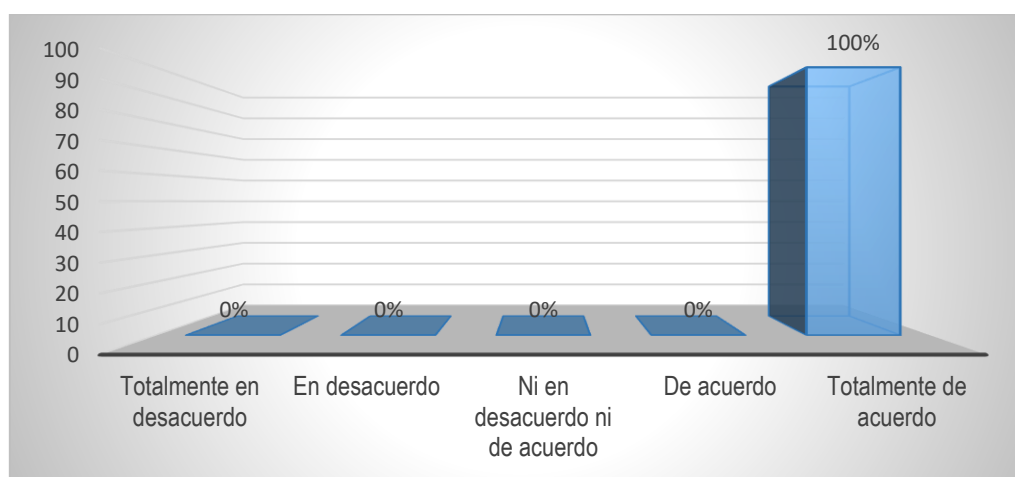
**P6.-** Los empleados transmiten una imagen de honestidad y confianza a los usuarios.

**Tabla 16.** Los empleados transmiten honestidad y confianza.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	9	100
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 7.** Los empleados transmiten honestidad y confianza.

**Elaborado por:** Las autoras.

El 100% que se refleja en la tabla de frecuencia de los empleados encuestados aducen estar totalmente de acuerdo en que ellos transmiten una imagen de honestidad y confianza a los usuarios. Tomas (2021) argumenta que la confianza es esencial para que un cliente confíe en una marca y decida comprar de nuevo. Además, Madurga (2022) ratifica que la honestidad debe ser el primer valor que cualquier marca debe transmitir para que los consumidores confíen en ella. Por otro lado, Cabezudo (2018) destaca que es necesario que todos los colaboradores sean formados con políticas de fortalecimiento de los valores organizacionales. En resumen, la imagen de honestidad y confianza que los

empleados transmiten a los usuarios es importante para generar confianza al momento de prestar sus servicios, lo cual es favorable para EcoMedic, ya que la confianza va de la mano con la fidelidad de los clientes.

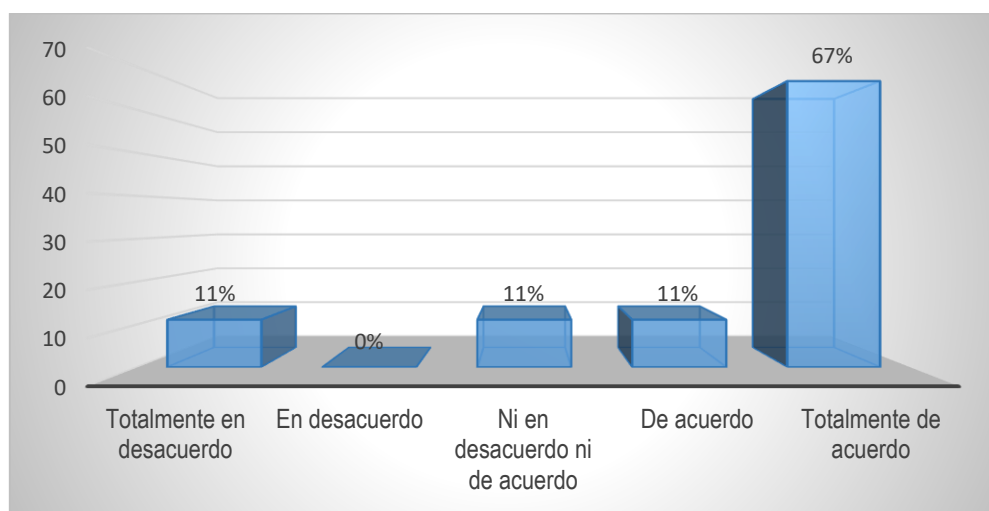
**P7.-** Las funciones y límites de responsabilidad del cargo están claramente definidos.

**Tabla 17.** Las funciones y límites de responsabilidad del cargo están definidas.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	11
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	11
De acuerdo	1	11
Totalmente de acuerdo	6	67
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 8.** Las funciones y límites de responsabilidad del cargo están definidas.

**Elaborado por:** Las autoras.

Se observa que 6 de los 9 empleados encuestados denotaron un porcentaje del 67% y en su criterio manifiestan estar totalmente de acuerdo en que las funciones y límites de responsabilidad del cargo están claramente definidos. Según Guevara (2016), la empresa puede contar con personal capacitado e idóneo para cumplir sus funciones y lograr los objetivos trazados por la organización. Además, Cabezudo (2018) revela que para gestionar el desempeño es necesario medir la eficacia en cómo los trabajadores ejecutan y se asimilan las tareas o funciones. En este contexto, es importante indicar que

las funciones y límites de responsabilidad del cargo deben estar claramente definidos para que los empleados puedan cumplir con sus objetivos y tareas de manera efectiva y eficiente.

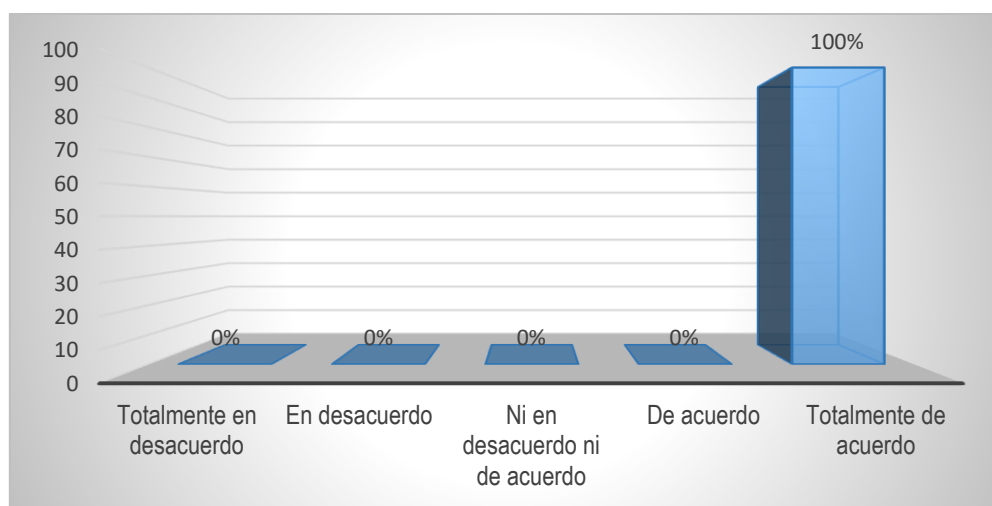
**P8.-** Se siente comprometido con los objetivos de la clínica EcoMedic.

**Tabla 18.** Compromiso con los objetivos de EcoMedic.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	9	100
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 9.** Compromiso con los objetivos de EcoMedic.

**Elaborado por:** Las autoras.

Se evidencia que el 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo y se sienten comprometidos con los objetivos de la clínica EcoMedic. Coincidiendo con Chiavenato (2009, citado por Espinoza y Montalvo 2021) que un empleado comprometido siente pasión por su trabajo y lo demuestra realizando un esfuerzo mayor a la hora de realizar sus tareas. Vinculado a esto, Cabezudo (2018), destaca que el desempeño se evalúa, relacionándolo a los objetivos de la organización y la cultura de la organización. Por otro lado, la clínica EcoMedic, sabe que el objetivo prioritario es obtener la satisfacción del paciente ofreciendo una atención médica personalizada y responsable. En virtud a esto, los empleados de la clínica se sienten comprometidos con los objetivos de la



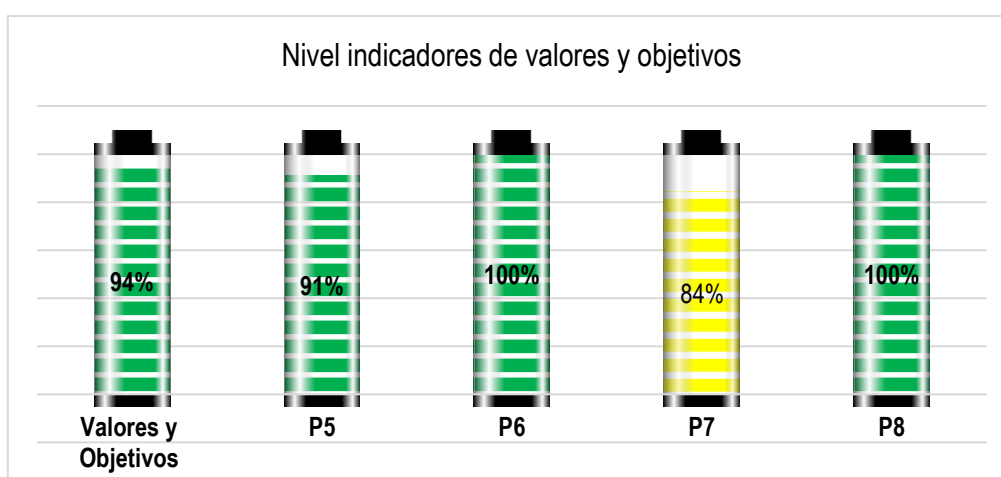
organización, y saben que esto va relacionado con la cultura y el clima laboral, así como con la pasión por el trabajo y la satisfacción del paciente.

**Tabla 19.** Medición de la dimensión de valores y objetivos.

Dimensión valores y objetivos	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
Los valores organizacionales (responsabilidad, transparencia, honestidad, respeto, integridad, entre otros) influyen en la comunicación de la clínica EcoMedic.	P5	4,56	5	91%	100%
Los empleados transmiten una imagen de honestidad y confianza a los usuarios	P6	5,00	5	100%	100%
Las funciones y límites de responsabilidad del cargo están claramente definidos.	P7	4,22	5	84%	100%
Se siente comprometido con los objetivos de la clínica EcoMedic.	P8	5,00	5	100%	100%
T. PROMEDIO	P4	4,69	5	94%	100%
N MUESTRA			9		

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 10.** Medición de la dimensión valores y objetivos.

**Elaborado por:** Las autoras.

Los resultados muestran que los empleados de la clínica EcoMedic tienen una alta percepción de los valores y objetivos de la organización, pues el 100% de los empleados transmiten una imagen de honestidad y confianza a los usuarios (P6) y se sienten comprometidos con los objetivos de la clínica (P8), lo que indica una alta motivación y satisfacción laboral. Sin embargo, hay margen de mejora en cuanto a la definición clara de las funciones y límites de responsabilidad del cargo (P7) con un porcentaje del 84%, lo que puede afectar la eficiencia y eficacia en el desempeño laboral. En general, la evaluación de la dimensión de valores y objetivos indica que la clínica EcoMedic tiene una base sólida en cuanto a los valores y objetivos de la organización, pero aún hay oportunidades de

mejora en cuanto a la definición clara de las funciones y responsabilidades de los empleados.

### Dimensión 3.- Orientación de resultados y al trabajo en equipo

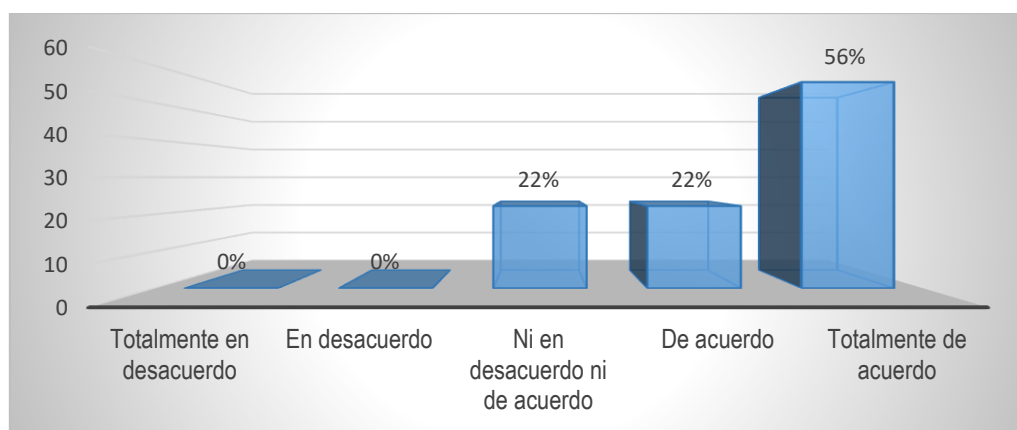
P9.- Se dota a los empleados de recursos materiales suficientes para desarrollar su trabajo.

**Tabla 20.** Los empleados cuentan con recursos para desarrollar las tareas.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	2	22
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	5	56
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 11.** Los empleados cuentan con recursos para desarrollar las tareas.

**Elaborado por:** Las autoras.

De los encuestados, el 56% correspondiente a 5 empleados de EcoMedic, expusieron estar totalmente de acuerdo en que se los dota de recursos y materiales suficientes para desarrollar su trabajo. Por tal razón, Martínez y Mateus (2020) certifican que las organizaciones deben disponer de elementos materiales, tecnológicos y humanos que, al integrarlos en su gestión, producen beneficios en el alcance de los fines, metas y objetivos. De la misma forma, Ortega et al., (2017) señalan que es importante proveer adecuadamente los materiales necesarios a la empresa, colocándolos a disposición en el momento indicado. En síntesis, aunque la mayoría de los empleados de la clínica EcoMedic consideran que se les dota de recursos materiales suficientes para desarrollar su trabajo, es fundamental considerar las necesidades reales de la

empresa y proveer los recursos adecuados en el momento indicado para evitar costos perdidos y garantizar la eficiencia y eficacia en el desempeño laboral.

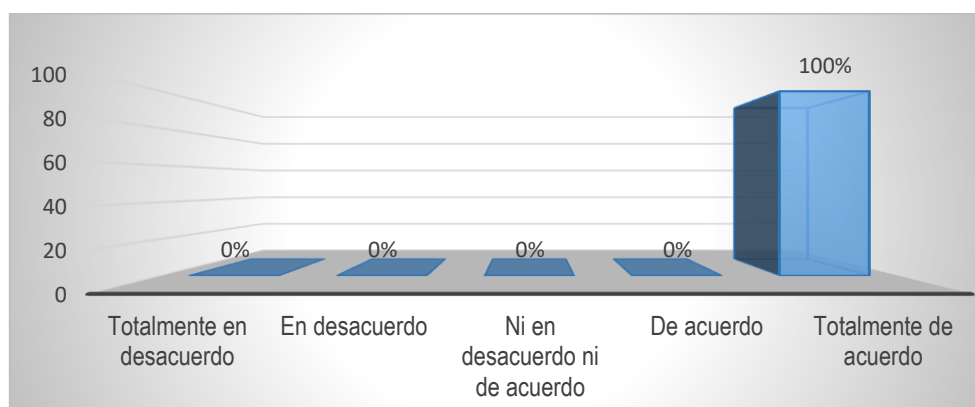
**P10.-** Los empleados se preocupan por realizar un trabajo de calidad y afrontar situaciones difíciles.

**Tabla 21.** Realizan trabajo de calidad y afrontan situaciones difíciles.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	9	100
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 12.** Realizan trabajo de calidad y afrontan situaciones difíciles.

**Elaborado por:** Las autoras.

Según el 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que los empleados se preocupan por hacer un trabajo de calidad y afrontar situaciones difíciles. Bajo esta perspectiva, Parra y Rodríguez (2016) testifican que, si el personal está entrenado con eficacia y compromiso, es capaz de brindar un servicio de alta calidad. De igual, Montoya y Boyero (2016), consideran que la participación total de todos los miembros de la organización debe buscar una fuerza de trabajo comprometida, motivada, creativa, alineada con las metas propuestas en la compañía con calidad. Por otro lado, Peña et al., (2022) señalan que el promover la calidad en las organizaciones trae consigo muchos beneficios relevantes, como una mayor lealtad y compromiso de los empleados. Para concluir, los empleados de la clínica EcoMedic se preocupan por ejecutar un

trabajo de calidad y afrontar situaciones difíciles, lo cual se relaciona con la cultura organizacional, la capacitación y el compromiso, y puede tener un impacto positivo en la calidad del servicio y la satisfacción laboral.

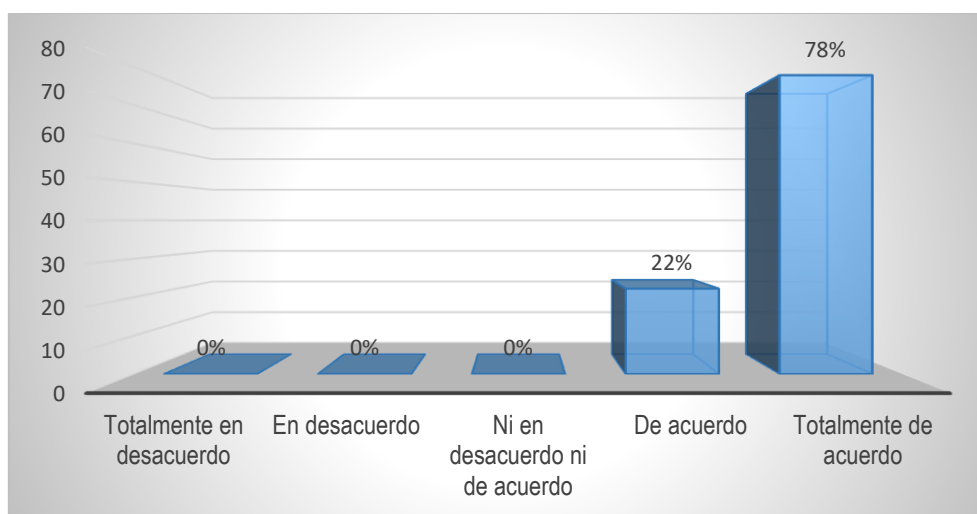
**P11.-** Los empleados de EcoMedic se ven como parte de un mismo equipo.

**Tabla 22.** Los empleados trabajan en equipo.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	7	78
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 13.** Los empleados trabajan en equipo.

**Elaborado por:** Las autoras.

Del 78% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que los empleados de EcoMedic se ven como parte de un mismo equipo. Para ello, Hernández, Barrios y Martínez (2018), la clave para una gestión organizacional efectiva está en las personas involucradas y en los elevados niveles de competitividad que requieren nuevos tipos de dedicación. Cabe mencionar a, Toro (2015, citado en Ayoví, 2019) para resaltar que los equipos de trabajo cuentan con un conjunto de lineamientos que aseguran que los comportamientos y roles de los miembros sean claros, permitiéndoles integrarse con los demás y responder de manera adecuada. Pues, Quezada et al., (2020) enfatizan que se trata de trabajar juntos para alcanzar los objetivos y metas propuestas por el colectivo institucional. En definitiva, los empleados de EcoMedic se ven a sí mismo como parte de un

equipo, pues tienen las reglas claras al momento de realizar su trabajo porque ellos se sienten comprometidos con la organización.

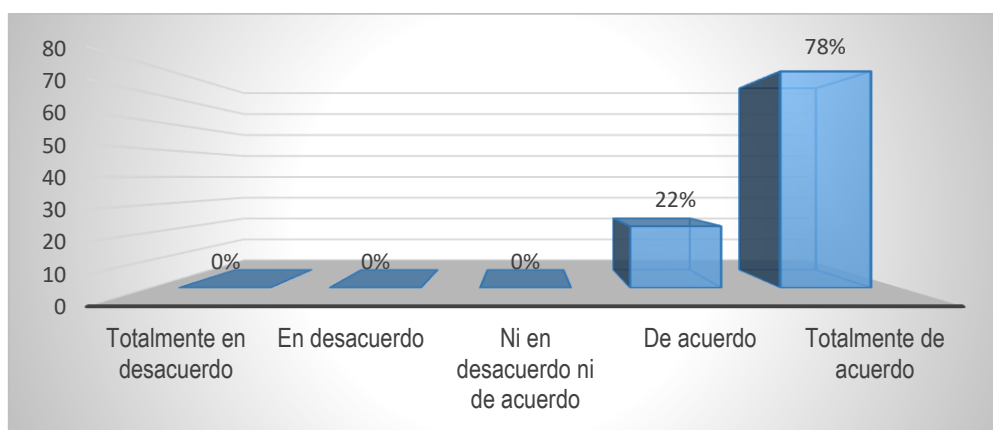
**P12.-** Los procedimientos actuales contribuyen al mejor rendimiento de los empleados de EcoMedic.

**Tabla 23.** Los procedimientos ejecutados contribuyen en el rendimiento de los empleados.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	7	78
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 14.** Los procedimientos ejecutados contribuyen en el rendimiento de los empleados.

**Elaborado por:** Las autoras.

Se evidencia que el 78% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que los procedimientos existentes contribuyen a un mejor desempeño de los empleados de EcoMedic, mientras que el 22% correspondiente a 2 empleados expresan que están de acuerdo. En palabras de Paz et al., (2015, citado en Rojas et al., 2020), la calidad del servicio es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido para satisfacer a sus clientes. Aunque, Cabezas y Brito (2021) refieren que el rendimiento laboral se ve afectado por factores del entorno, incluyendo las tareas extremadamente exigentes, la moral de los empleados, los niveles de estrés y las horas de trabajo extendidas. Por otro lado, Chamoly y Palomino (2021) señalan que, en ciertas ocasiones, la deficiente calidad de servicio que brinda la empresa no es por la atención de los trabajadores, sino por la calidad del producto. En resumen, la mayoría de los empleados de EcoMedic consideran que los procedimientos actuales contribuyen a un mejor rendimiento, lo que está

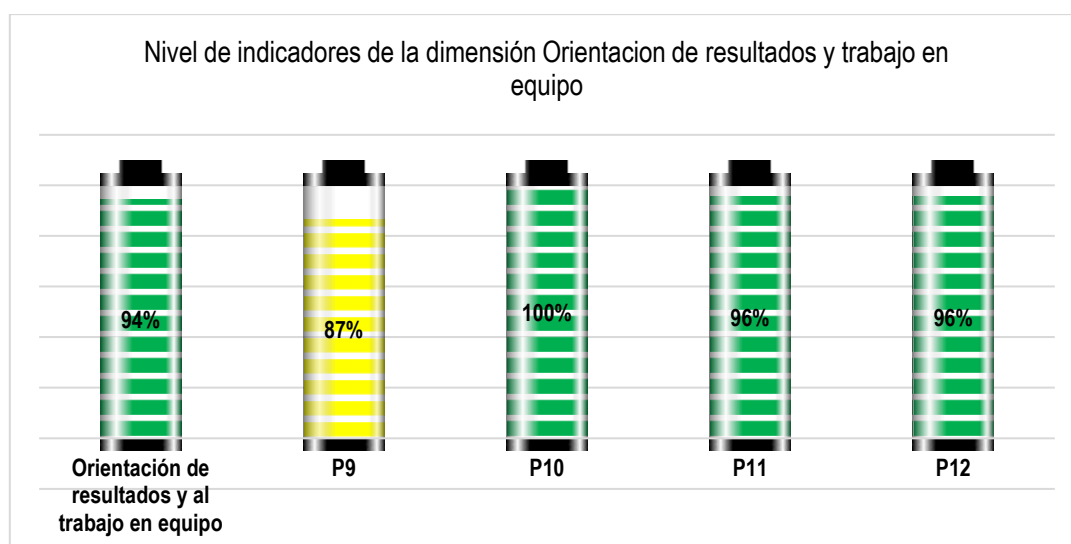
directamente relacionado con la calidad del servicio, el entorno laboral y la calidad del producto.

**Tabla 24.** Medición de la dimensión de orientación de resultados y al trabajo en equipo.

Dimensión orientación de resultados y al trabajo en equipo	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
Se dota a los empleados de recursos materiales suficientes para desarrollar su trabajo.	P9	4,33	5	87%	100%
Los empleados se preocupan por realizar un trabajo de calidad y afrontar situaciones difíciles.	P10	5,00	5	100%	100%
Los empleados de EcoMedic se ven como parte de un mismo equipo.	P11	4,78	5	96%	100%
Los procedimientos actuales contribuyen al mejor rendimiento de los empleados de EcoMedic.	P12	4,78	5	96%	100%
T. PROMEDIO	P4	4,72	5	94%	100%
N MUESTRA		9			

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 15.** Medición de la dimensión de orientación de resultados y al trabajo en equipo.

**Elaborado por:** Las autoras.

El cuadro muestra los resultados de la encuesta aplicada a los 9 empleados de EcoMedic en la dimensión de orientación de resultados. Los hallazgos sugieren que los miembros del personal de EcoMedic en general tienen una perspectiva positiva sobre este aspecto. Los empleadores perciben que tienen acceso a suficientes recursos para desempeñar sus funciones (87% del resultado deseado), se preocupan por efectuar un trabajo de calidad y afrontar situaciones difíciles (100% del resultado deseado), se ven como parte de un mismo equipo (96% del resultado deseado) y los procedimientos existentes contribuyen al mejor rendimiento (96% del resultado deseado). El promedio de las respuestas

en la dimensión es de 4.72 sobre 5, lo que indica un nivel alto de satisfacción en esta dimensión.

#### Dimensión 4.- Excelencia

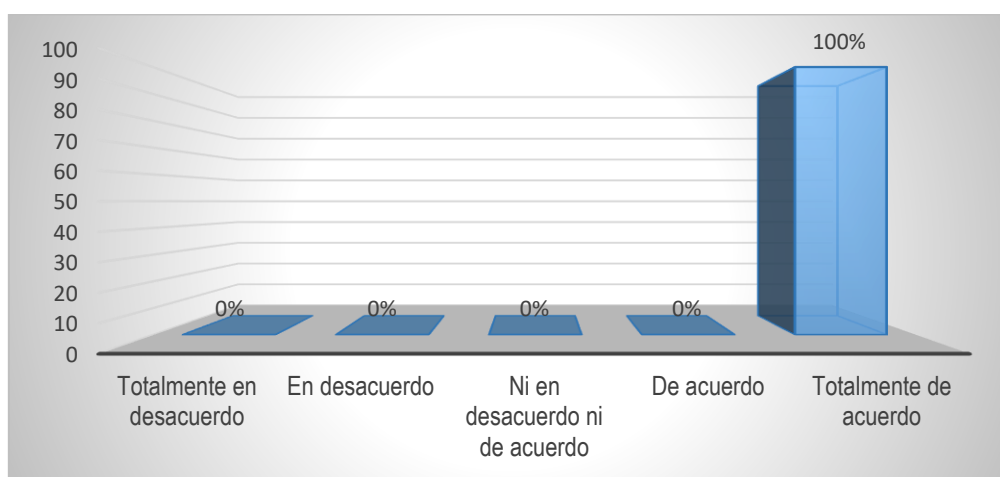
**P13.-** El servicio brindado por los profesionales de EcoMedic responde a los requerimientos de los usuarios.

**Tabla 25.** El servicio brindado responde a los requerimientos de los usuarios.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	9	100
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 16.** El servicio brindado responde a los requerimientos de los usuarios.

**Elaborado por:** Las autoras.

El 100% los encuestados consideran que en la clínica EcoMedic, el servicio brindado por sus profesionales responde a los requerimientos de los usuarios. Teniendo en cuenta, que hoy en día las organizaciones requieren de personal con capacidad de interpretar los deseos de sus clientes (Montoya y Boyero, 2016). Además, Hernández, Barrios y Martínez (2018) sostienen que el escuchar adecuadamente al cliente y traducir esto en acciones específicas es un elemento esencial en la prestación de servicio. Mera (2022) explica que, en el ámbito de los servicios de salud, actualmente es necesario comprender que los clientes son cada vez más exigentes en este aspecto, quieren ser atendidos sin tener

que esperar y si es posible recibir un servicio acorde a sus requerimientos. En definitiva, los empleados de la clínica son conscientes de la importancia de prestar un servicio que cumplan con los requerimientos de los usuarios.

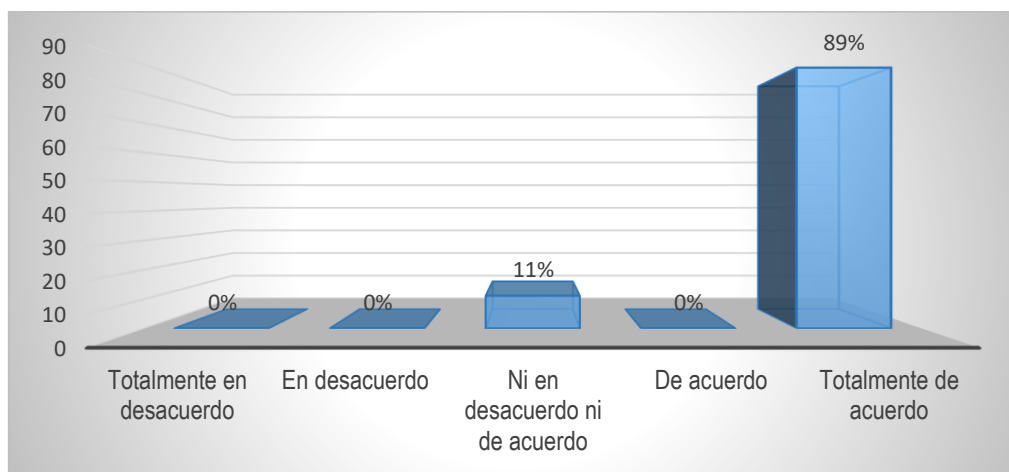
**P14.-** El personal de EcoMedic se caracteriza por responder a las preguntas de los usuarios.

**Tabla 26.** El personal responde a las preguntas de los usuarios.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	11
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	8	89
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 17.** El personal responde a las preguntas de los usuarios.

**Elaborado por:** Las autoras.

De acuerdo al 89% de los encuestados opinan estar totalmente de acuerdo en que los empleados de EcoMedic tienen la capacidad de responder las preguntas de los usuarios. Sin embargo, autores como Ortiz y Sosa (2021); Becerra et al., (2020, citado en Mera, 2022) manifiestan que los usuarios pueden sentirse insatisfechos por la falta de rapidez en la resolución de problemas, así como la ausencia de predisposición para agilizar trámites internos administrativos. Además, Guevara (2017) afirma que los deseos o necesidades de un cliente se basan en una carencia que estos tienen y por ende busca satisfacerlo con la compra. En conclusión, si bien los empleados que respondieron la encuesta coinciden en que responden las preguntas de los usuarios de EcoMedic, los autores señalan que la velocidad y el deseo de simplificar procedimientos



administrativos internos son importantes para la satisfacción de los usuarios. Además, la capacidad de respuesta es un enfoque fundamental para ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido.

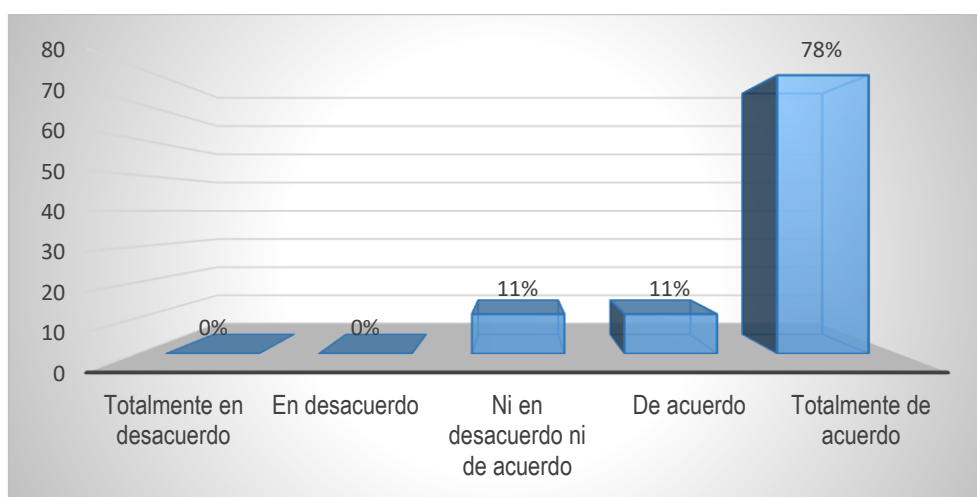
**P15.-** La clínica EcoMedic cumple sus compromisos eficientemente.

**Tabla 27.** La clínica cumple con sus compromisos eficientemente.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	11
De acuerdo	1	11
Totalmente de acuerdo	7	78
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 18.** La clínica cumple con sus compromisos eficientemente.

**Elaborado por:** Las autoras.

El 78% de los datos de esta tabla corresponde al criterio de 7 empleados encuestados, quienes manifestaron estar completamente de acuerdo con que las clínicas EcoMedic cumplan con sus compromisos de manera eficiente. De acuerdo con García (2016), los consumidores esperan que las organizaciones cumplan o superen sus expectativas, por lo que es crucial que las empresas consideren una mejora continua de su filosofía de servicio al cliente para que los usuarios comprendan esta optimización y el compromiso de la cultura interna de la empresa. Así mismo, Zeithaml y Bitner (2015, citado en Vera, Flores y Sierra, 2022), es relevante promover una cultura organizacional en la institución, cuyos miembros y funcionarios se comprometan a comprender y satisfacer las necesidades y requerimientos de los usuarios. En definitiva, aunque la mayoría

de los encuestados coincidieron en que las clínicas EcoMedic cumplen sus compromisos de manera efectiva, las organizaciones deben fomentar una cultura interna comprometida con la satisfacción de los usuarios y la mejora continua en la prestación de servicios a los clientes.

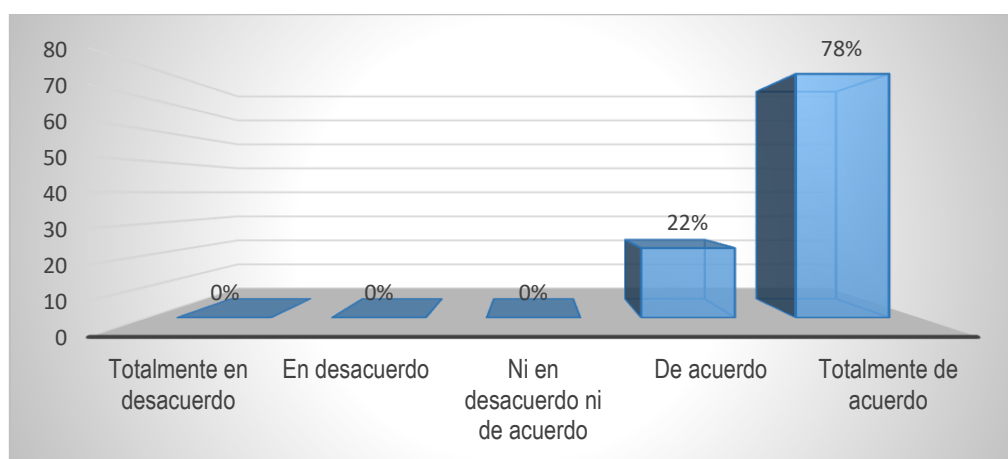
**P16.-** El personal es capaz de solucionar los problemas y reclamos que se presentan.

**Tabla 28.** Los empleados solucionan los problemas que se presentan.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	7	78
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 19.** Los empleados solucionan los problemas que se presentan.

**Elaborado por:** Las autoras.

De los encuestados, el 78% está totalmente de acuerdo en que el personal de EcoMedic es capaz de resolver los problemas y quejas que se presentan, mientras que el 22% está de acuerdo. Ortiz y Sosa (2021) argumentan que la capacidad de respuesta es un requisito obligatorio que toda organización, ya sea pública o privada, debe tener en cuenta, porque los usuarios esperan que sus problemas sean solucionados. Adicionalmente, Guevara (2017) indicó que un cliente insatisfecho presentara una serie de quejas respecto a la experiencia de compra, por lo que es importante brindar un excelente servicio en beneficio de toda la empresa y los clientes. En síntesis, la mayoría de los encuestados coinciden en que el personal de EcoMedic es capaz de resolver los problemas y

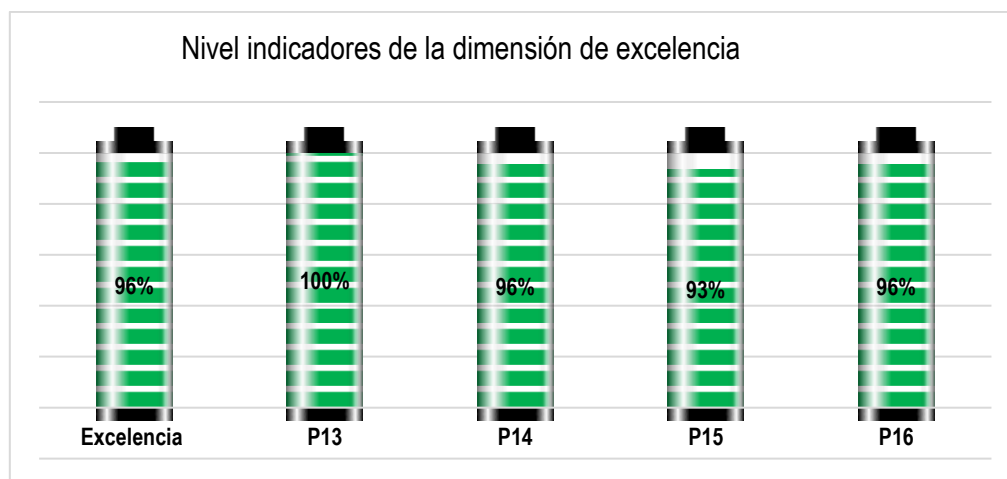
quejas que surjan, es importante que la organización brinde un buen servicio para evitar que los clientes queden insatisfechos y no presenten quejas.

**Tabla 29.** Medición de la dimensión excelencia.

Dimensión <b>excelencia</b>	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
El servicio brindado por los profesionales de EcoMedic responde a los requerimientos de los usuarios.	P13	5,00	5	100%	100%
El personal de EcoMedic se caracteriza por responder a las preguntas de los usuarios.	P14	4,78	5	96%	100%
La clínica EcoMedic cumple sus compromisos eficientemente.	P15	4,67	5	93%	100%
El personal es capaz de solucionar los problemas y reclamos que se presentan.	P16	4,78	5	96%	100%
T. PROMEDIO	4	4,81	5	96%	100%
N MUESTRA			9		

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 20.** Medición de la dimensión excelencia.

**Elaborado por:** Las autoras.

El cuadro exhibe los resultados de la encuesta aplicada a los 9 empleados de EcoMedic en la dimensión excelencia. Los indicadores evaluados son: el servicio brindado por los profesionales de EcoMedic responde a los requerimientos de los usuarios con un porcentaje del 100% (P13), luego con un 96% cuya pregunta fue el personal de EcoMedic se caracteriza por responder a las preguntas de los usuarios (P14), la clínica EcoMedic cumple sus compromisos eficientemente (P15) con un 93% y el personal es capaz de solucionar los problemas y reclamos que se presentan con porcentaje del 96% (P16). Los datos muestran que los empleados evaluaron positivamente los indicadores, con una media de 4,81 sobre 5, lo que representa una tasa de respuesta del 96%. Además, el nivel deseado e ideal para cada indicador es de 5, lo que sugiere que la clínica está

cerca de alcanzar la excelencia en estas áreas. En resumen, los resultados muestran que EcoMedic ofrece un servicio de alta calidad y que sus empleados son capaces de responder a las necesidades y requerimientos de los usuarios.

### Dimensión 5.- Clima laboral

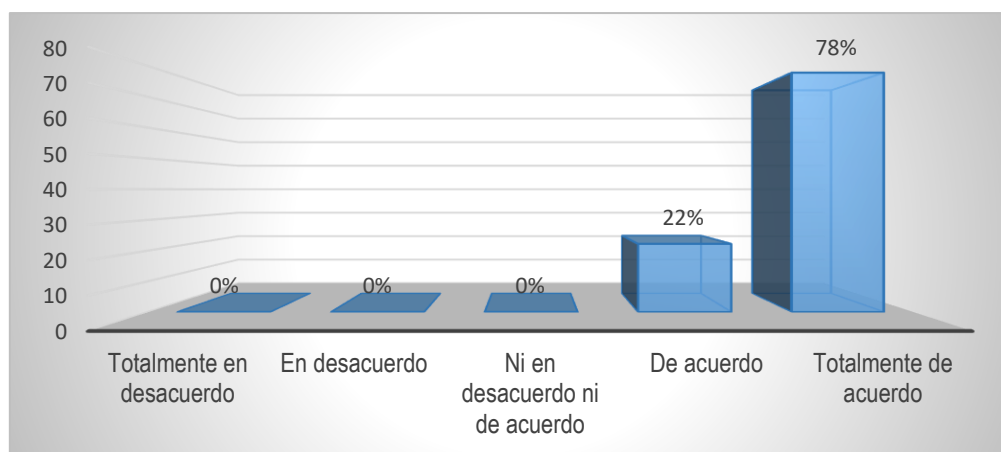
**P17.-** En EcoMedic existe un clima organizacional adecuado para la fluida transferencia de información.

**Tabla 30.** Existe un clima organizacional adecuado.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	2	22
Totalmente de acuerdo	7	78
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 21.** Existe un clima organizacional adecuado.

**Elaborado por:** Las autoras.

Del porcentaje equivalente al 78% expresan estar totalmente de acuerdo en que en EcoMedic existe un clima organizacional adecuado para una fluida transferencia de información, mientras que el 22% está de acuerdo. Según Marulanda y Cruz (2018), un adecuado clima organizacional influye en el desempeño de los empleados, por lo que es importante estudiarlo y analizarlo. Por otro lado, Lapo y Bustamante (2018) enfatizan que el clima organizacional se encuentra constituido por diversos factores que influyen directamente en el desarrollo de los comportamientos. Además, Pacheco y Rodríguez (2019) consideran que el ambiente de trabajo es la mezcla que conjugan diversos factores interrelacionados que afectan la percepción o interpretación de los

colaboradores. Por último, los encuestados en un gran porcentaje están de acuerdo en que en EcoMedic existe un clima organizacional adecuado para la fluida transferencia de información, por ello es trascendental que la organización continúe evaluando y mejorando su clima organizacional para asegurar un desempeño óptimo de sus empleados.

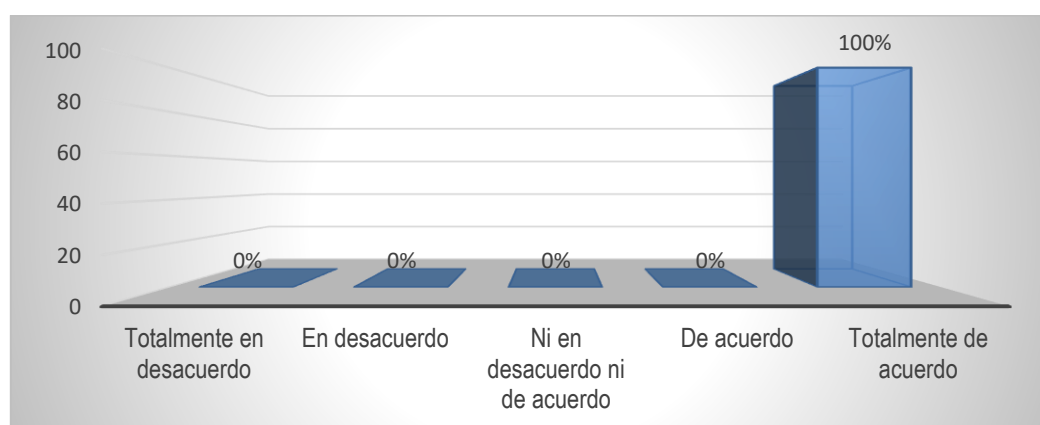
**P18.-** Ecomedic cuenta con empleados que siempre están dispuestos a brindar asistencia y asesoramiento a los clientes.

**Tabla 31.** EcoMedic cuenta con empleados dispuestos a brindar asistencia a los clientes.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	9	100
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 22.** EcoMedic cuenta con empleados dispuestos a brindar asistencia a los clientes.

**Elaborado por:** Las autoras.

La tabla de frecuencia muestra que el 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que EcoMedic cuenta con empleados que siempre están dispuestos a brindar asistencia y asesoramiento a los clientes. Según Ramroop (2022), un excelente servicio al cliente es cuando supera las expectativas del cliente. Además, Serna (1999, citado en García, 2016) afirma que brindar servicio integral agrega valor, representando una estrategia eficaz para ofrecer ventajas competitivas y será un diferenciador en mercados en donde hay gran cantidad de competidores. De igual, Obioma (2016, citado en Mejías, Godoy y Piña, 2018) destaca la necesidad de brindar servicios de calidad y mencionó que

una de las formas en que las empresas pueden ganar clientes potenciales es brindando servicios que aseguren la satisfacción al cliente. En conclusión, los encuestados están totalmente de acuerdo en que EcoMedic tiene empleados que siempre están listos para ayudar y asesor a los clientes, lo que demuestra que la organización da un servicio de calidad que supera las expectativas de los clientes, lo cual agrega valor a su experiencia.

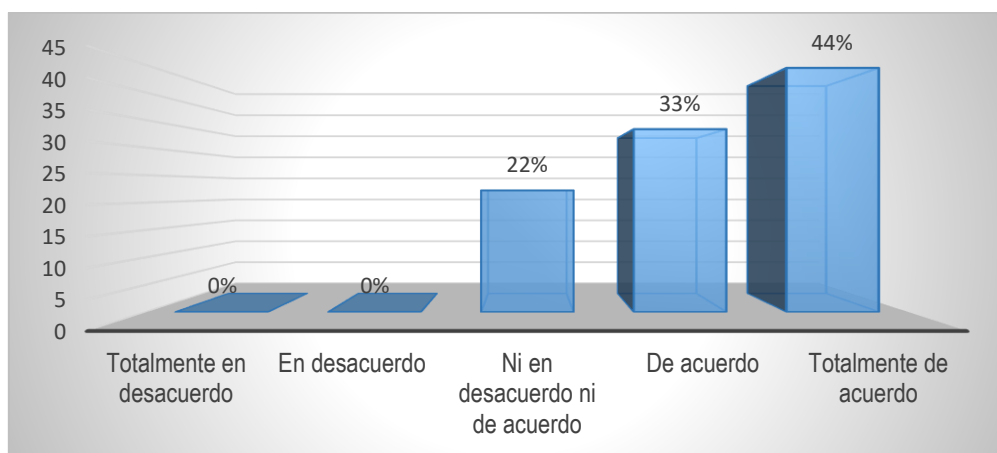
**P19.-** ¿Considera que la estructura física es favorable para el desarrollo de sus actividades?

**Tabla 32.** La estructura física es favorable.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	2	22
De acuerdo	3	33
Totalmente de acuerdo	4	44
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 23.** La estructura física es favorable.

**Elaborado por:** Las autoras.

Para Baranda (2019), el lugar de trabajo debe ser cómodo y acogedor para que los empleados se sientan motivados para trabajar. Por su parte, Ortega, Rodríguez y Hernández (2017) ostentan que las condiciones óptimas de trabajo son condiciones que ayudan a que los trabajadores no se vean afectados por factores del trabajo como las cargas físicas y mentales u otros factores ambientales (biológicos, físicos, químicos, etc.) que pueden desarrollarse en el trabajo. Por consiguiente, los resultados muestran que el 44% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que la estructura física es favorable

para el desarrollo de sus actividades, mientras que el 33% está de acuerdo. Además, el 22% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Para concluir, al evaluar la estructura física se encontró que 3 encuestados estuvieron de acuerdo y 4 empleados dijeron estar totalmente de acuerdo en que es favorable para el desarrollo de sus actividades. Cabe recalcar que este punto debe ser considerado para un mejoramiento, ya que la estructura física del lugar de trabajo es importante para el bienestar y la productividad de los empleados.

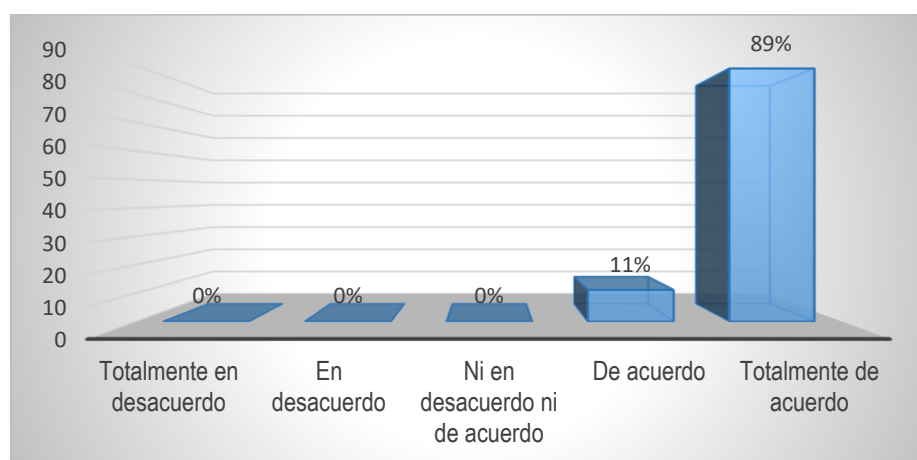
**P20.- ¿Siente que las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas?**

**Tabla 33.** Las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
De acuerdo	1	11
Totalmente de acuerdo	8	89
Total	9	100

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 24.** Las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas.

**Elaborado por:** Las autoras.

El 89% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo en que las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas, mientras que el 11% estuvo de acuerdo. A su vez, Baranda (2019) cree que un buen ambiente laboral es un factor significativo y puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una empresa. Por otro lado, Hanco et al., (2021) definen las relaciones interpersonales como la capacidad de cooperar y trabajar con los compañeros, fijarse objetivos a alcanzar y organizar el trabajo diario, de forma que no

obstaculice el desempeño profesional de demás. De igual, Álvarez et al., (2005, citado en Moreno y Pérez, 2018) señalan que las organizaciones están conformadas por una gran estructura de seres humanos, los cuales tienen diferentes tipos de comportamiento, actitudes y creencias a lo largo de sus interacciones y su cooperación y así logran buenos resultados.

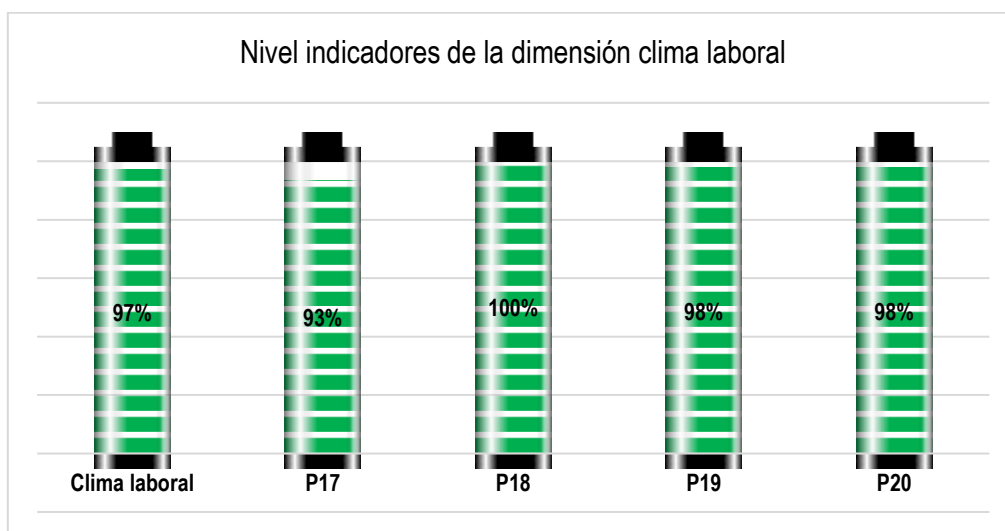
En resumen, la mayoría de los encuestados están totalmente de acuerdo en que sus relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas. Esto demuestra que hay un buen ambiente laboral y que las relaciones interpersonales en el lugar de trabajo son positivas.

**Tabla 34.** Medición de la dimensión clima laboral de EcoMedic.

Dimensión clima laboral	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
En EcoMedic existe un clima organizacional adecuado para la fluida transferencia de información.	P17	4,67	5	93%	100%
Ecomedic cuenta con empleados que siempre están dispuestos a brindar asistencia y asesoramiento a los clientes	P18	5,00	5	100%	100%
¿Considera que la estructura física es favorable para el desarrollo de sus actividades?	P19	4,22	5	98%	100%
¿Siente que las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas?	P20	4,89	5	98%	100%
T. PROMEDIO	4	4,69	5	97%	100%
N MUESTRA		9			

**Fuente:** Empleados de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 25.** Medición de la dimensión clima laboral de EcoMedic.

**Elaborado por:** Las autoras.



Los resultados de la encuesta realizada a 9 empleados de Ecomedic en relación con la dimensión clima laboral, específicamente en la orientación de resultados y al trabajo en equipo. El promedio de los resultados es de 4,69 sobre 5, lo que indica un alto nivel de satisfacción en la dimensión clima laboral evaluada.

En general, los resultados muestran que los empleados de Ecomedic perciben un clima laboral favorable en lo que se refiere a la transferencia de información, la asistencia y asesoramiento a los clientes, la estructura física y las relaciones con los compañeros de trabajo. Estos resultados están muy cerca de los resultados ideales, lo que indica que la empresa está cerca de lograr un clima laboral óptimo, es recomendable que la empresa siga trabajando en mantener y mejorar el clima laboral para garantizar el bienestar y la satisfacción de sus empleados.

#### **4.2. FASE II. Evaluar la cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio de la clínica EcoMedic Quito y EcoMedic Guayaquil.**

**Actividad 6.-** Aplicación del cuestionario del modelo SERVQUAL para evaluación de la calidad de servicio a los clientes de EcoMedic.

En esta etapa de la investigación, se evaluó la calidad de servicio percibida por los clientes de la clínica a través del modelo SERVQUAL, mediante la aplicación de una encuesta a los 235 individuos seleccionados como muestra, quienes son usuarios frecuentes de la clínica EcoMedic en Guayaquil. y Quito. El objetivo de esta fase fue contrastar la información obtenida de la evaluación de la cultura organizacional y su influencia en la calidad de servicio ofrecida a los clientes, lo que permitió demostrar la existencia de una relación entre ambas variables. Asimismo, a partir de esta información, se identifican las áreas de mejora en la cultura organizacional y la calidad de servicio de la clínica.

**Actividad 7.-** Tabulación y análisis de los datos.

Los datos proporcionados se obtuvieron de 235 clientes de EcoMedic, se aplicó el cuestionario del modelo SERVQUAL. Con la tabulación y análisis de los datos, se podrán obtener conclusiones sobre la calidad de servicio de la clínica

EcoMedic, lo cual permitió identificar áreas de mejora en la cultura organizacional y la calidad de servicio de la clínica.

### Dimensión 1.- Tangibilidad

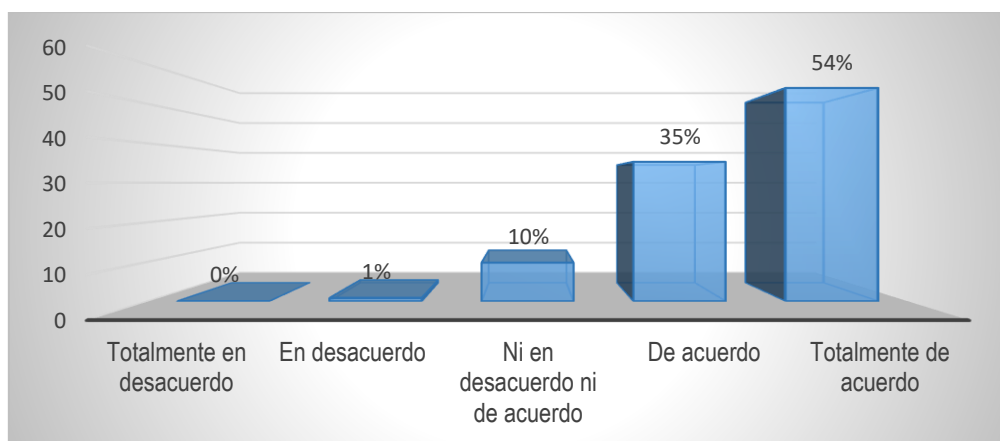
**P1.-** Las instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas y visualmente atractivas.

**Tabla 35.** Instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	2	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	23	10
De acuerdo	83	35
Totalmente de acuerdo	127	54
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 26.** Instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas.

**Elaborado por:** Las autoras.

Según datos de la encuesta, el 54% están totalmente de acuerdo en que las instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas y visualmente atractivas. Además, el 35% está de acuerdo y solo el 1% está en desacuerdo. Un gran porcentaje (54%) de los encuestados tienen una opinión alentadora sobre las instalaciones físicas de la clínica. En cuanto a las opiniones de los autores, Martín (2018) argumenta que la atmósfera del cliente tiene efectos directos y fisiológicos, psicológicos, tanto en los empleados como en los clientes. Por su parte, Duque, Saldarriaga y Bohórquez (2016) mencionan que los clientes deben conocer la infraestructura y logística de su establecimiento. Un gran porcentaje de los encuestados consideraron buenas las instalaciones de la

clínica EcoMedic, los autores proponen que las instalaciones pueden mejorar la experiencia de los clientes y la satisfacción en el lugar de trabajo.

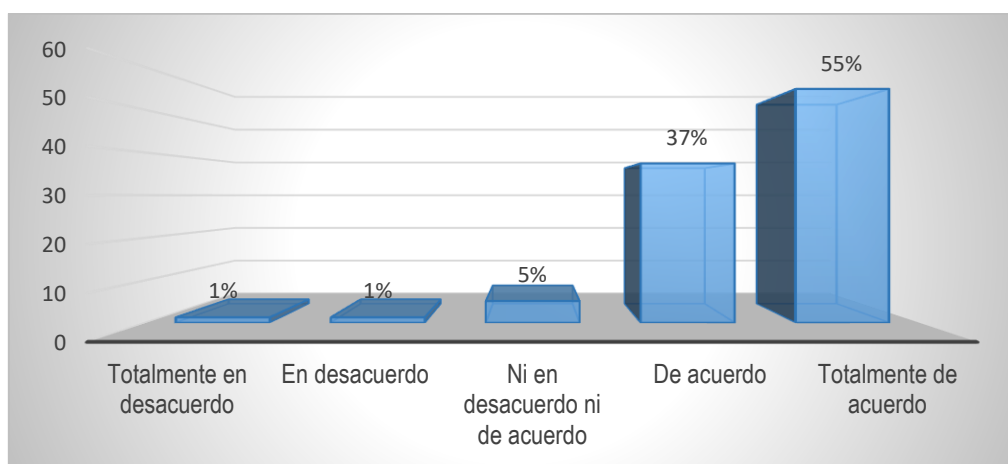
**P2.-** Considera que los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic son los idóneos para el servicio.

**Tabla 36.** Los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic son los idóneos.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1
En desacuerdo	3	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	12	5
De acuerdo	88	37
Totalmente de acuerdo	129	55
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 27.** Los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic son los idóneos.

**Elaborado por:** Las autoras.

Los datos reflejados en la tabla de frecuencia denotan que el 55% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic es el adecuado para brindar el servicio, mientras que el 37% está de acuerdo. Solo el 1% está totalmente en desacuerdo y el 1% está en desacuerdo. Bajo esta perspectiva, los autores Lizcano y Camacho (2020) declaran que las tecnologías sanitarias son fundamentales para aquellos que prestan servicios de salud. El equipo médico es esencial para la prevención, el diagnóstico, el tratamiento y la rehabilitación de enfermedades.

Los avances tecnológicos de la clínica EcoMedic pueden desempeñar un papel crucial en la mejora del servicio prestado, según los autores, la mayoría de los encuestados estaban contentos con su experiencia en la clínica EcoMedic y

coincidieron en que su equipamiento tecnológico es valioso para brindar un buen servicio de salud.

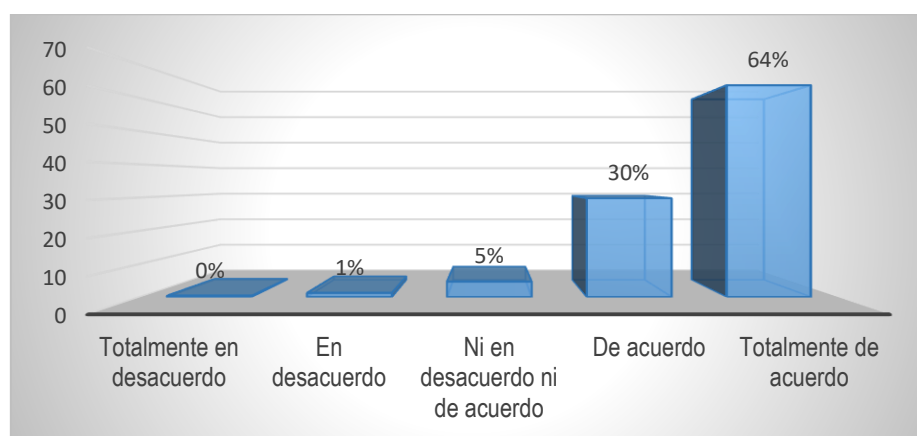
**P3.-** Cuando ha requerido la atención de dos o más servicios de la clínica EcoMedic, ha sentido que estos trabajan en forma coordinada para brindarle una atención de calidad.

**Tabla 37.** Trabajan en forma coordinada para brindarle una atención de calidad.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	0
En desacuerdo	3	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	11	5
De acuerdo	70	30
Totalmente de acuerdo	150	64
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 28.** Trabajan en forma coordinada para brindarle una atención de calidad.

**Elaborado por:** Las autoras.

Los clientes afirman que están satisfechos con la forma en que se coordinan los servicios, ya que el 64% respondió “totalmente de acuerdo y el 30% respondió “de acuerdo”. Esto sugiere que la gran mayoría de los clientes perciben que los servicios trabajan en forma coordinada para brindar atención de calidad.

Pilco y Fernández (2020) indican que los clientes aspiran a contar con servicios médicos accesibles en términos de trámites, atención, cortesía, oportunidad y un ambiente agradable. Por otro lado, Ramroop (2022) manifiesta que el paciente necesita un tratamiento rápido y valora su atención. Según la encuesta, la mayoría de los clientes afirman que los servicios de la clínica EcoMedic trabajan en conjunto para garantizar una atención de alta calidad, haciéndolos sentir bien atendidos y satisfechos.

Como señalan los autores, la percepción de los clientes sobre la forma en que se gestionaron los servicios en la clínica EcoMedic es consistente con lo que esperarían de un excelente servicio de atención médica. La coordinación de los servicios es generalmente satisfactoria, lo que genera una buena experiencia para los clientes.

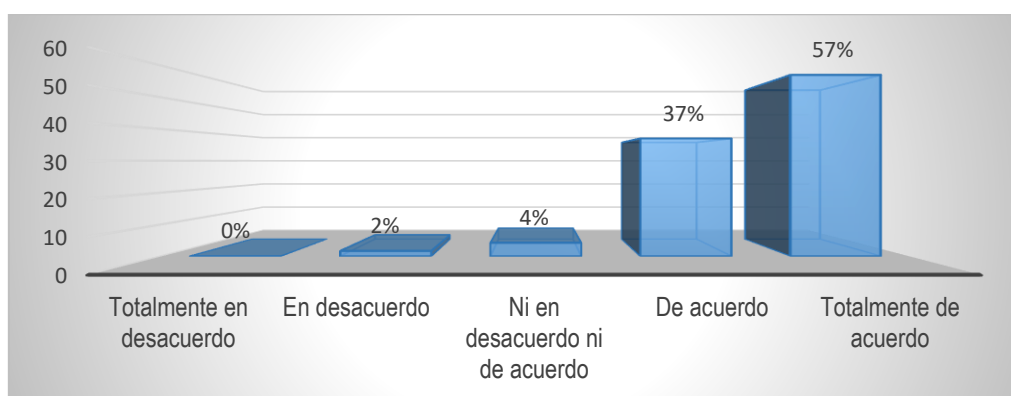
**P4.-** El Departamento de Información y reclamaciones está ubicado en un lugar visible e identificable para los clientes.

**Tabla 38.** El Departamento de Información y reclamaciones está ubicado en un lugar visible.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	10	4
De acuerdo	87	37
Totalmente de acuerdo	134	57
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 29.** El Departamento de Información y reclamaciones está ubicado en un lugar visible.

**Elaborado por:** Las autoras.

De acuerdo con los resultados, el 57% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el Departamento de Información y quejas está ubicado en un sitio visible e identificable para los clientes. Además, el 37% está de acuerdo, el 4% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, y el 2% está en desacuerdo.

En cuanto a las opiniones de los autores, Aguas (2021) señala que el inadecuado manejo de conflictos o no resolverlos puede causar un mayor problema. Por ello, es importante identificarlos desde su raíz y plantear soluciones. Por otro lado, Villaseca (2021) destaca que prestar atención de los reclamos es un factor crucial a considerar, ya que es la fuente de información más confiable con la que puede confiar la empresa. Para mejorar el servicio al cliente y promover la

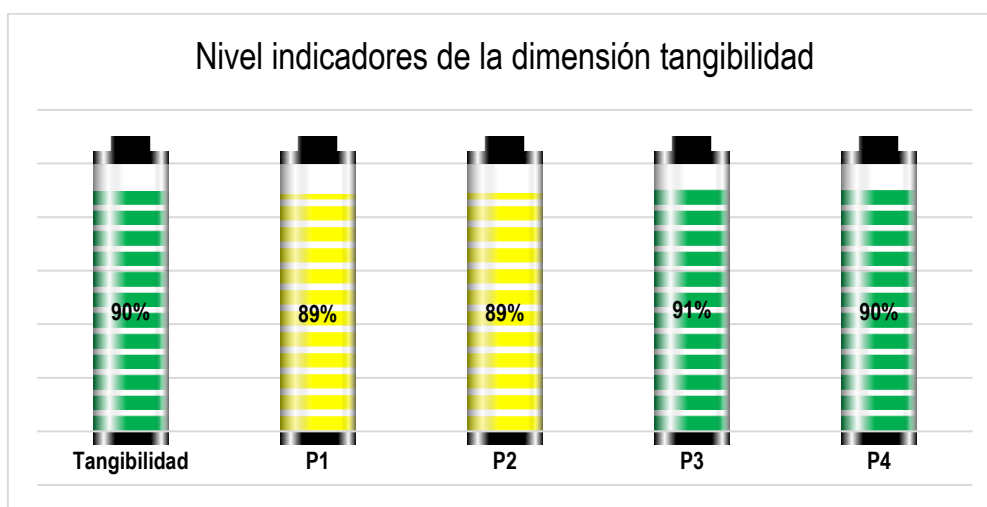
comunicación entre la empresa y los clientes, el Departamento de Información y quejas debe estar ubicado en un punto destacado y fácil de encontrar. Los resultados de la tabla de frecuencia muestran que la mayoría de los encuestados coincide con esta afirmación.

**Tabla 39.** Dimensión tangibilidad.

Dimensión tangibilidad	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
Las instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas y visualmente atractivas.	P1	4,43	5	89%	100%
Considera que los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic son los idóneos para el servicio.	P2	4,43	5	89%	100%
Cuando ha requerido la atención de dos o más servicios de la clínica EcoMedic, ha sentido que estos trabajan en forma coordinada para brindarle una atención de calidad.	P3	4,55	5	91%	100%
El Departamento de Información y reclamaciones está ubicado en un lugar visible e identificable para los clientes.	P4	4,49	5	90%	100%
T. PROMEDIO	P4	4,47	5	89%	100%
MUESTRA		235			

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 30.** Medición de la dimensión tangibilidad.

**Elaborado por:** Las autoras.

La tabla anteriormente expuesta corresponde a la dimensión tangibilidad y muestra los resultados de una encuesta aplicada a 235 clientes de la clínica EcoMedic. Los indicadores evaluados son los siguientes:

Los resultados expresan que, en todos los indicadores, el grado de respuesta es alto, con un promedio de 4.47 sobre 5. Además, el nivel del indicador actual se encuentra entre el 89% y el 91% del nivel deseado, lo que indica que la clínica

EcoMedic está cumpliendo con las expectativas de los empleados en cuanto a la dimensión tangibilidad.

Es importante destacar que la dimensión tangibilidad se refiere a la apariencia física de los servicios, por lo que es fundamental para la percepción de calidad de los clientes. Los resultados de la encuesta indican que la clínica EcoMedic está brindando un servicio con instalaciones cómodas y visualmente atractivas, equipos tecnológicos adecuados con una atención coordinada al momento de brindar los servicios. Esto puede contribuir a mejorar la percepción de calidad de los clientes y, por ende, a la fidelidad de los mismos.

## Dimensión 2.- Seguridad

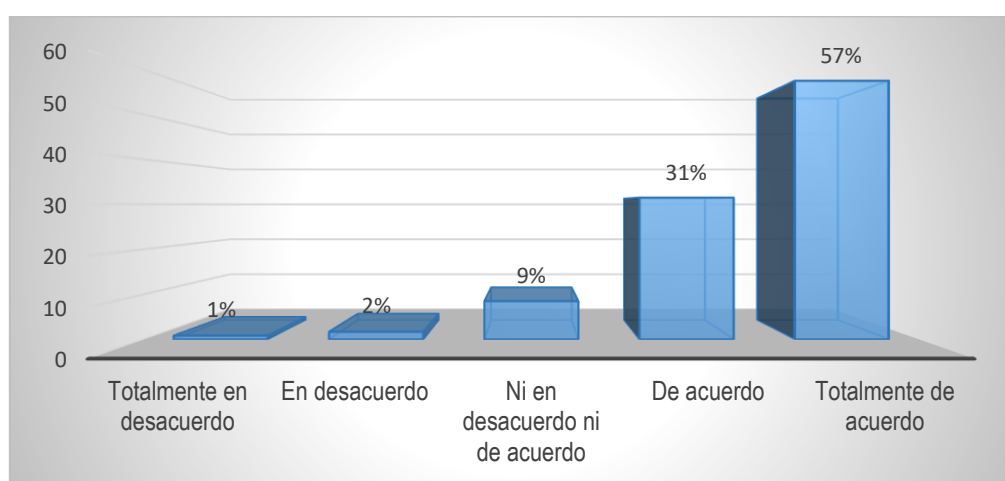
**P5.- EL ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado.**

**Tabla 40.** Ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	20	9
De acuerdo	74	31
Totalmente de acuerdo	135	57
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 31.** Ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado.

**Elaborado por:** Las autoras.

La tabla de frecuencia muestra que el 57% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 31% está de acuerdo en que el ambiente laboral de la clínica

EcoMedic es adecuado. Además, el 9% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% está en desacuerdo y el 1% está totalmente en desacuerdo.

Aguas (2021) destaca que un ambiente de trabajo positivo ayuda al desarrollo profesional tanto individual como grupal, fomenta la creatividad y la innovación y disminuye el estrés. En palabras de Morales y Tirapé (2012, citado en Pilligua y Arteaga, 2019), enfatizan que un clima organizacional inadecuado genera insatisfacción en los trabajadores, lo que puede impactar negativamente en su desempeño y compromiso con la organización.

Por último, Farías et al., (2021) recalcan que el ambiente de trabajo determina el estado de ánimo y el cumplimiento correcto de las responsabilidades de los empleados. En conclusión, un gran porcentaje de los encuestados coinciden que el ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado. Con base en las opiniones de los autores, es importante preservar un ambiente laboral adecuado para elevar el desempeño laboral de los empleados y la calidad de los servicios proporcionados por la organización.

**P6.-** La seguridad en las instalaciones es suficiente para que el usuario este seguro.

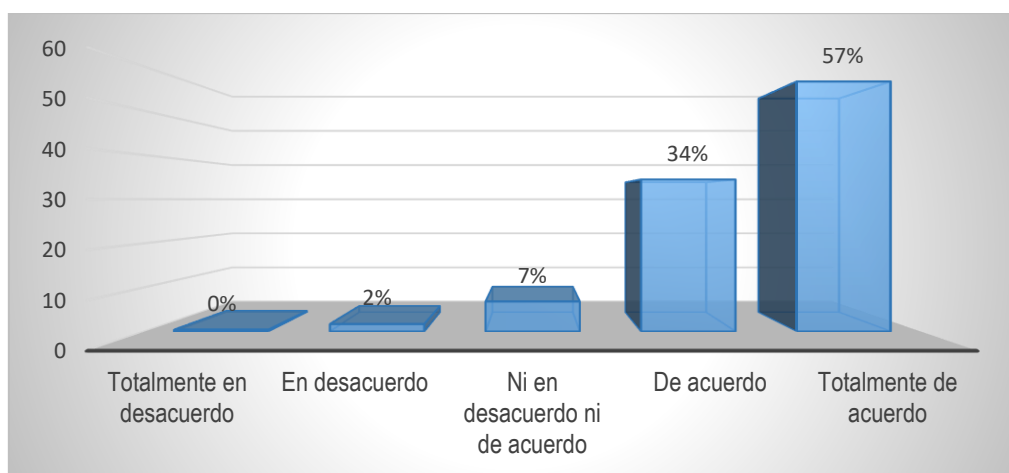
**Tabla 41.** La seguridad en las instalaciones es suficiente.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	0
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	16	7
De acuerdo	81	34
Totalmente de acuerdo	133	57
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.





**Gráfico 32.** La seguridad en las instalaciones es suficiente.

**Elaborado por:** Las autoras.

De los encuestados, el 57% está totalmente de acuerdo y el 34% está de acuerdo en que la seguridad en las instalaciones es suficiente para que el usuario esté seguro. Además, el 7% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% está en desacuerdo y el 0% está totalmente en desacuerdo.

Mera (2022) destaca que los equipos médicos e instalaciones son componentes físicos necesarios en la prestación de los servicios de salud y demandan aspectos de disponibilidad, seguridad, efectividad y eficiencia para realizar una serie de actividades de acuerdo a los requerimientos de cada paciente. La opinión de Mera destaca la importancia de la seguridad en las instalaciones para garantizar la calidad y seguridad de los servicios de salud que se ofrecen en la clínica EcoMedic. Para terminar, la seguridad en las instalaciones es fundamental para garantizar la calidad y seguridad de los servicios de salud que se ofrecen en la clínica EcoMedic.

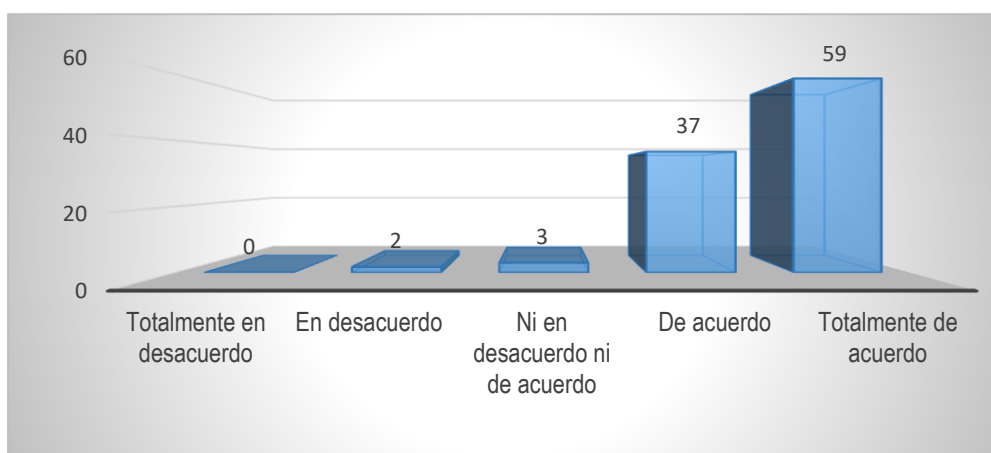
**P7.-** Los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza al momento de satisfacer las necesidades de los clientes.

**Tabla 42.** Los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	7	3
De acuerdo	86	37
Totalmente de acuerdo	138	59
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 33.** Los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza.  
**Elaborado por:** Las autoras.

Según los resultados de la tabla de frecuencia, el 59% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 37% está de acuerdo en que los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza al momento de satisfacer las necesidades de los clientes. Además, el 3% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% está en desacuerdo y el 0% está totalmente en desacuerdo.

En palabras de Martínez (2023), el papel relevante que juega la confianza del consumidor en la capacidad de un país para resistir crisis y cambios de mercado. En este sentido, la transmisión de confianza por parte de los empleados de la clínica EcoMedic puede contribuir para mejorar la percepción de calidad de los clientes y, en consecuencia, su fidelidad.

En resumen, la mayoría de los encuestados está de acuerdo en que los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza al momento de satisfacer las necesidades de los clientes. El punto de vista de Martínez destaca la importancia de la lealtad del cliente en un entorno competitivo, donde la clínica EcoMedic puede necesitar ser resistente a los cambios y crisis del mercado.

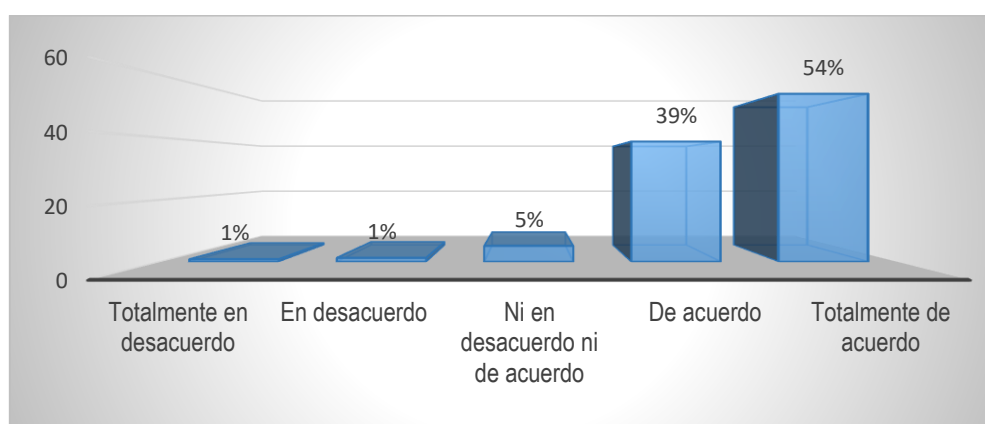
**P8.-** Las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada.

**Tabla 43.** Las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1
En desacuerdo	3	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	12	5
De acuerdo	91	39
Totalmente de acuerdo	127	54
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

Elaborado por: Las autoras.



**Gráfico 34.** Las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada.

Elaborado por: Las autoras.

De 235 encuestados, 127 que corresponden al 54% está totalmente de acuerdo y el 39% correspondiente a 91 encuestados alegaron que están de acuerdo en que las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada. Además, el 5% (12 encuestados) ni está de acuerdo ni en desacuerdo, el 1% está en desacuerdo y el 1% está totalmente en desacuerdo.

Santa Cruz, Collantes y Nauca (2020) dan a conocer que en la actualidad las organizaciones buscan satisfacer las necesidades de sus clientes atendiendo sus gustos, preferencias, quejas y reclamos, con la finalidad de que estos sigan frecuentando la empresa. Así mismo, Moreno, Holguín y Guerrero (2022) mencionan que cuando se resuelven los problemas de los clientes, estos se sienten confiados de visitar la empresa porque tendrán la seguridad de manifestar cualquier requerimiento. En conclusión, la mayoría de los encuestados coincide en que la clínica EcoMedic responde adecuadamente a las quejas y sugerencias de los usuarios. Los autores destacan la importancia de la atención adecuada de las quejas y sugerencias de los usuarios para aumentar la satisfacción del cliente y la percepción de calidad de la organización.

**Tabla 44.** Medición de la dimensión seguridad.

Dimensión seguridad	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
EL ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado.	P5	4,43	5	89%	100%
La seguridad en las instalaciones es suficiente para que el usuario este seguro.	P6	4,45	5	89%	100%
Los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza al momento de satisfacer las necesidades de los clientes.	P7	4,52	5	90%	100%

Las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada.	P8	4,44	5	89%	100%
T. PROMEDIO	P4	4,46	5	89%	100%
N MUESTRA	235				

Fuente: Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

Elaborado por: Las autoras.

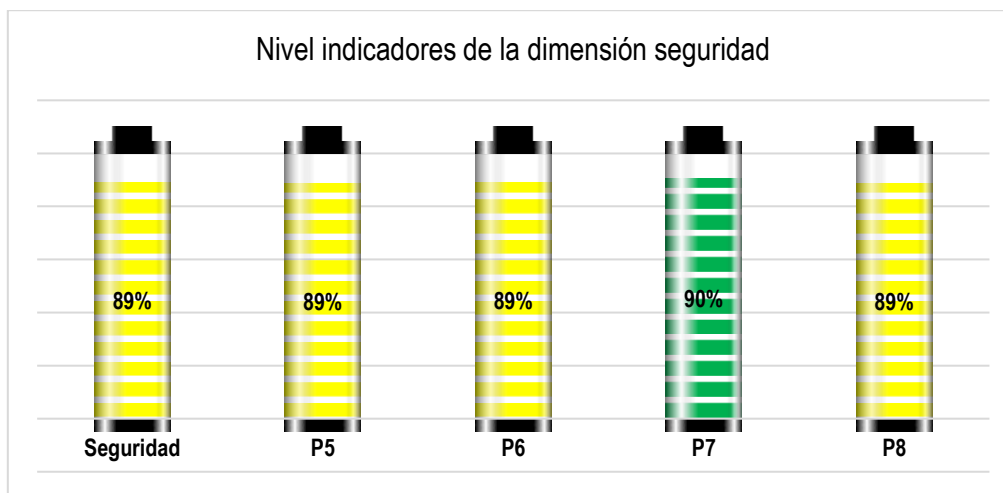


Gráfico 35. Medición de la dimensión seguridad

Elaborado por: Las autoras.

La tabla muestra la evaluación de la dimensión de seguridad en la clínica EcoMedic basada en los indicadores de una encuesta aplicada a 235 pacientes: El indicador (P5) evalúa la percepción de los empleados sobre el ambiente laboral en la clínica con un promedio de 4.43, que está cerca del resultado deseado de 5. El indicador (P6) los usuarios sobre la seguridad en las instalaciones de la clínica han calificado con un promedio de 4.45, también el indicador (P7) destaca la percepción de los usuarios sobre la confianza que transmiten los empleados al satisfacer sus necesidades, los usuarios han calificado la confianza con un promedio de 4.52. Por último, el indicador (P8) los usuarios han calificado la atención a las quejas y sugerencias con un promedio de 4.44, esto denota que las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas de manera adecuada,

El promedio total de la dimensión seguridad es de 4.46, En definitiva, los resultados indican que la clínica EcoMedic recibe calificaciones positivas en cuanto a la seguridad en sus instalaciones, la percepción de confianza transmitida por los empleados y la atención a las quejas y sugerencias de los usuarios. Sin embargo, hay un pequeño margen de mejora en cada indicador para acercarse al nivel ideal del 100%. Estos resultados son buenos, se revela

que la clínica se preocupa por la seguridad y la satisfacción de sus empleados y usuarios.

### Dimensión 3.- Fiabilidad

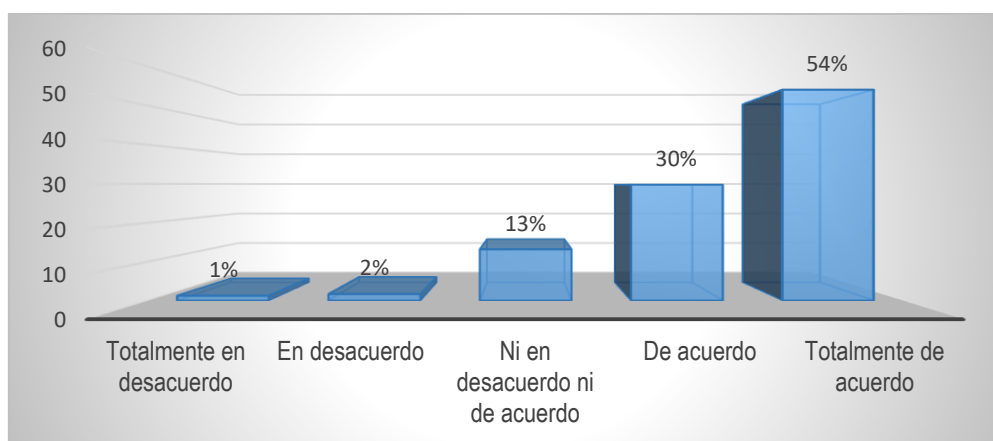
**P9.-** El servicio que brinda EcoMedic responde a las necesidades y problemas de los usuarios.

**Tabla 45.** EcoMedic responde a las necesidades y problemas de los usuarios.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	31	13
De acuerdo	70	30
Totalmente de acuerdo	127	54
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 36.** EcoMedic responde a las necesidades y problemas de los usuarios.

**Elaborado por:** Las autoras.

La opción de respuesta “totalmente de acuerdo” es la más seleccionada con un 54% de las respuestas, seguida de la opción “de acuerdo” con un 30%. Solo el 3% de los usuarios seleccionó la opción “totalmente en desacuerdo” y el 2% seleccionó la opción “en desacuerdo”.

Según Macías, Martínez y Lino (2022), es importante asegurar la satisfacción de las necesidades de los usuarios para garantizar la calidad del servicio o producto demandado por las personas. Por otro lado, Duque, Saldarriaga y Bohórquez (2016) señalan que es necesario escuchar y entender los productos o servicios que el consumidor necesita y no solo lo que la empresa le quiere ofrecer, para así satisfacerlos. En este sentido, los usuarios de la clínica EcoMedic consideran

que el servicio que brinda la empresa responde a sus necesidades y problemas, lo que sugiere que la empresa está escuchando y entendiendo las necesidades de sus usuarios.

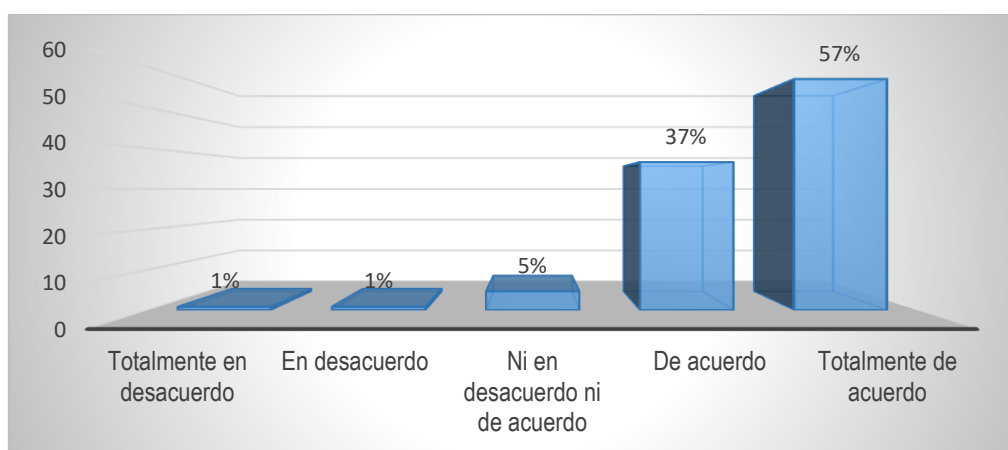
**P10.-** Durante sus visitas ha podido observar cambios para la mejora del servicio.

**Tabla 46.** Ha podido observar cambios para la mejora del servicio

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1
En desacuerdo	2	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	11	5
De acuerdo	86	37
Totalmente de acuerdo	134	57
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 37.** Ha podido observar cambios para la mejora del servicio

**Elaborado por:** Las autoras.

La opción de respuesta totalmente de acuerdo es la más seleccionada con un 57% de las respuestas, seguida de la opción “de acuerdo” con un 37%. Solo el 1% de los usuarios seleccionó la opción “totalmente en desacuerdo” y el 1% seleccionó la opción “en desacuerdo”.

Según Cárdenas (2019), si un cliente visita una empresa de servicios y encuentra un lugar acogedor, limpio, organizado y luminoso, esto transmitirá una mayor confianza y tranquilidad al cliente.

Por otro lado, Duque, Saldarriaga y Bohórquez (2016) señalan que las organizaciones deben esforzarse desde todas las áreas que la componen para hacer agradable al cliente. En este contexto, los resultados de la tabla de

frecuencia indican que la mayoría de los usuarios de la clínica EcoMedic han observado cambios para la mejora del servicio durante sus visitas, lo que revela que la empresa está trabajando en mejorar la experiencia de sus usuarios.

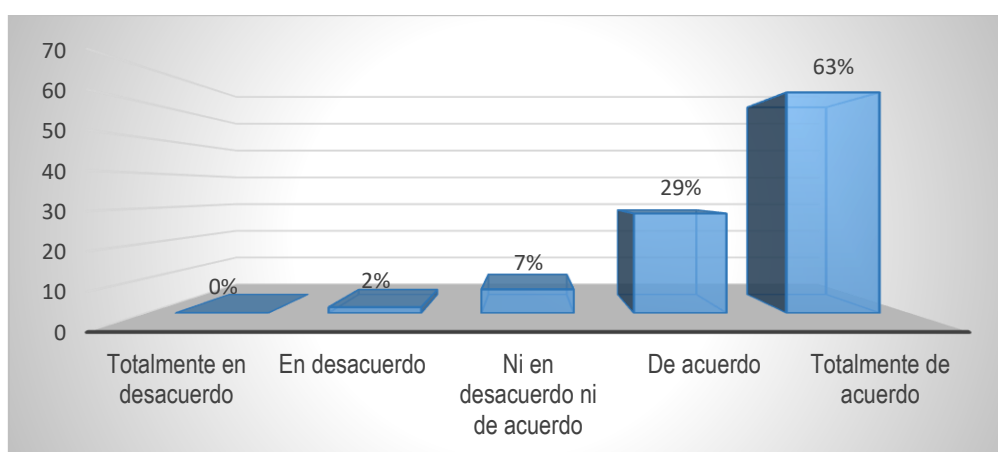
**P11.-** Al visitar la clínica EcoMedic, puede comunicarse fácilmente con el personal para que pueda satisfacer sus necesidades.

**Tabla 47.** Comunicarse fácilmente con el personal para satisfacer sus necesidades

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	16	7
De acuerdo	67	29
Totalmente de acuerdo	148	63
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 38.** Comunicarse fácilmente con el personal para satisfacer sus necesidades

**Elaborado por:** Las autoras.

El 63% de los encuestados dijo que está totalmente de acuerdo y se convierte en la opción más seleccionada de las respuestas, seguida de la opción de acuerdo con un 29%. Solo el 2% de los usuarios seleccionó la opción en desacuerdo y ningún usuario seleccionó la opción totalmente en desacuerdo.

Para Martínez, Licon y Rivera (2022), un cliente valora positivamente cuando la comunicación con el personal de una empresa de servicios es desinteresada y amigable. Los resultados de la tabla de frecuencia indican que los usuarios de la clínica EcoMedic pueden comunicarse fácilmente con el personal para que pueda satisfacer sus necesidades, entonces EcoMedic está trabajando para

mejorar la comunicación con sus usuarios y se enfoca en ofrecer un servicio amigable y desinteresado.

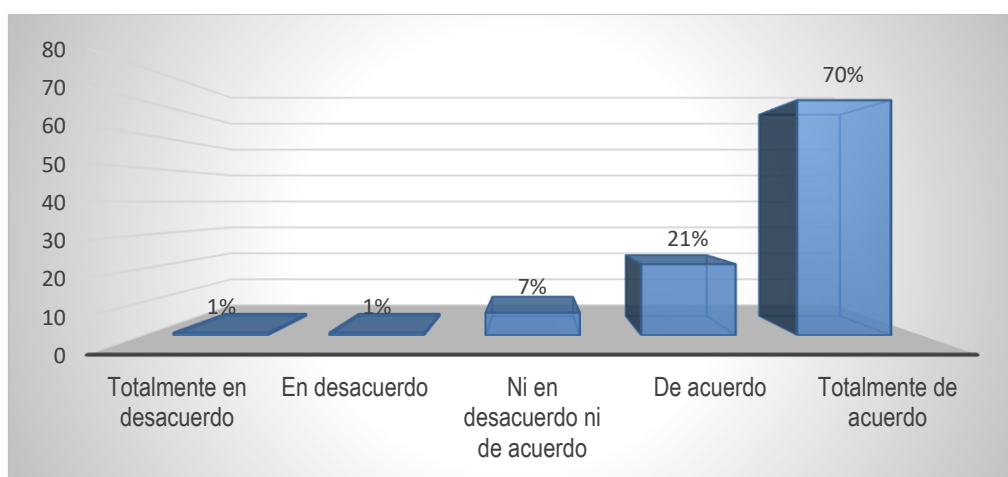
**P12.-** Se informa en forma anticipada sobre las actividades que se desarrollan en la clínica EcoMedic.

**Tabla 48.** Se informa en forma anticipada sobre las actividades

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1
En desacuerdo	2	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	16	7
De acuerdo	50	21
Totalmente de acuerdo	165	70
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 39.** Se informa en forma anticipada sobre las actividades

**Elaborado por:** Las autoras.

El 70% de los encuestados eligió “totalmente de acuerdo” como respuesta a la pregunta, mientras que el 21% expresó que está “de acuerdo” Solo el 1% de los usuarios seleccionó la opción “totalmente en desacuerdo” y el 1% seleccionó la opción “en desacuerdo”.

Es fundamental resaltar que la comunicación es una característica y necesidad del ser humano y de la sociedad, que surge en el contexto de intercambiar información y conectarse entre sí (Cárdenas, 2019). En conclusión, los resultados de la tabla de frecuencia muestran que la mayoría de los usuarios de la clínica EcoMedic dicen estar informados con antelación sobre las actividades de la clínica, lo que demuestra que la empresa se está esforzando por mejorar la comunicación y establecer conexiones con los clientes.

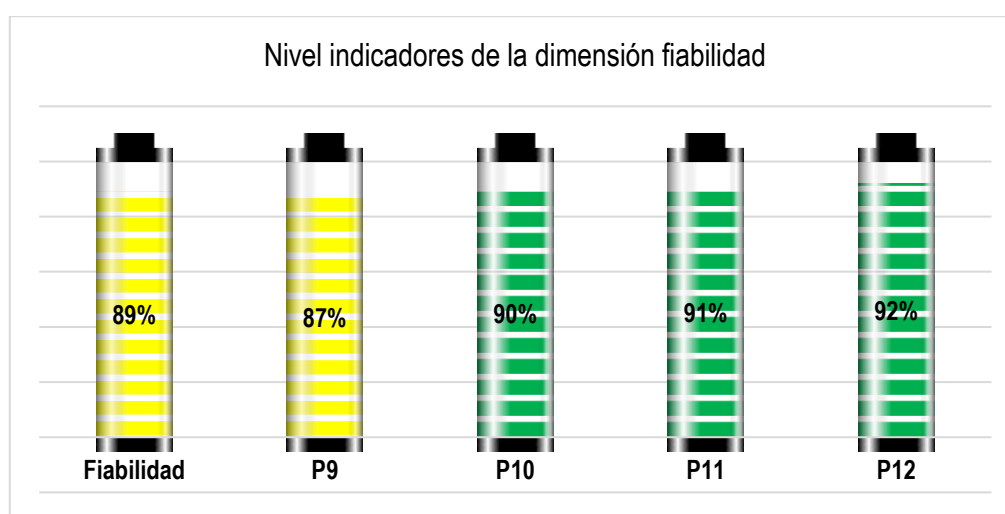


**Tabla 49.** Medición de la dimensión fiabilidad.

Dimensión <b>fiabilidad</b>	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
El servicio que brinda EcoMedic responde a las necesidades y problemas de los usuarios.	P9	4,34	5	87%	100%
Durante sus visitas ha podido observar cambios para la mejora del servicio.	P10	4,48	5	90%	100%
Al visitar la clínica EcoMedic, puede comunicarse fácilmente con el personal para que pueda satisfacer sus necesidades.	P11	4,53	5	91%	100%
Se informa en forma anticipada sobre las actividades que se desarrollan en la clínica EcoMedic.	P12	4,60	5	91%	100%
T. PROMEDIO	P4	4,49	5	89%	100%
N MUESTRA		235			

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 40.** Medición de la dimensión fiabilidad

**Elaborado por:** Las autoras.

El cuadro muestra proporcionó una evaluación de la dimensión de fiabilidad en la clínica EcoMedic basada en los indicadores de una encuesta aplicada a 235 pacientes, referente a que si el servicio que brinda la clínica responde a las necesidades y problemas de los usuarios (P9), los usuarios calificaron este aspecto con un promedio de 4.34, el indicador (P10) calificado por los clientes con un promedio de 4.48, luego (P11) este indicador evalúa la percepción de los usuarios sobre la comunicación y han calificado este aspecto con un promedio de 4.53, y por último el indicador(P12) con un promedio de 4.60, lo que indica que perciben que se les informa anticipadamente sobre las actividades de la clínica.

El promedio total de la dimensión confiabilidad es de 4.49, lo que demuestra que los clientes tienen una buena percepción de la confiabilidad de los servicios en

la clínica EcoMedic. En definitiva, los resultados indican que la clínica EcoMedic tiene buena percepción por parte de los usuarios sobre la capacidad de los servicios para satisfacer sus necesidades y problemas, la mejora continua de los servicios, la comunicación efectiva con el personal y la anticipación en la información de las actividades. Estos resultados son prometedores para la clínica, ya que se preocupa por ofrecer servicios confiables y satisfactorios para sus pacientes.

#### Dimensión 4.- Capacidad de respuesta

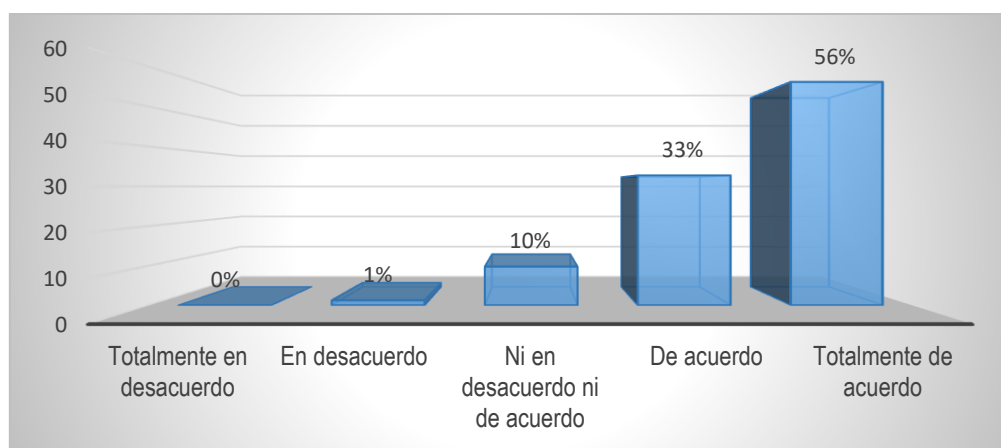
P13.- Cuando ha tenido algún problema de atención la clínica EcoMedic le ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna.

**Tabla 50.** Se ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	3	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	23	10
De acuerdo	77	33
Totalmente de acuerdo	132	70
Total	235	114

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 41.** Se ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna.

**Elaborado por:** Las autoras.

La tabla de frecuencia muestra que el 70% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la clínica EcoMedic les ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna cuando han tenido algún problema de atención. En cuanto a la importancia del flujo de información para la toma de decisiones dentro de una organización. Cárdenas (2019) considera que es fundamental que el flujo de información sea el correcto para la toma de decisiones dentro de la organización,

ya que uno de los problemas más comunes ante la prestación de un servicio es que al tener tantas obligaciones, no prestan atención o les cuesta procesar toda la información.

La mayoría de los pacientes están satisfechos con la atención que reciben en la clínica EcoMedic y es importante que la información sea confiable y oportuna para la toma de decisiones efectivas dentro de una organización.

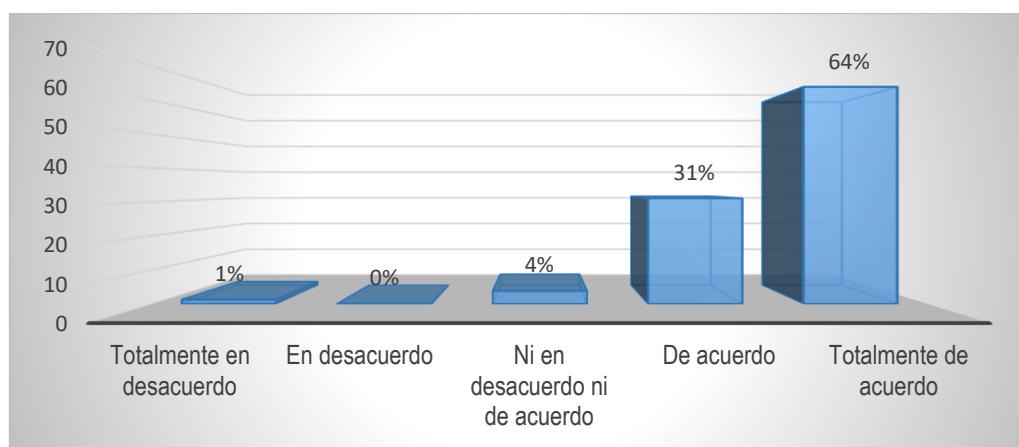
**P14.-** El personal de EcoMedic está cuando se le necesita y siempre está dispuesto a ayudarlo.

**Tabla 51.** El personal de EcoMedic está dispuesto a ayudarlo

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	9	4
De acuerdo	73	31
Totalmente de acuerdo	150	64
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 42.** El personal de EcoMedic está dispuesto a ayudarlo

**Elaborado por:** Las autoras.

Ciento cincuenta clientes correspondientes al 64% de los encuestados dijeron estar totalmente de acuerdo con la afirmación “el personal de EcoMedic está cuando se le necesita y siempre está dispuesto a ayudarlo”. Además, el 31% está de acuerdo. Esto revela que la gran mayoría de los encuestados tienen una opinión positiva sobre la capacidad de respuesta del personal de EcoMedic.

La opinión de Bautista (2021) es relevante en este contexto, ya que destaca que la capacidad de respuesta al cliente es más que solo una respuesta rápida. En

lugar de eso, involucra la frecuencia y coherencia en la comunicación hasta la resolución final. En resumen, la mayoría de los encuestados tienen una opinión positiva sobre la capacidad de respuesta del personal de EcoMedic, y la opinión de Bautista (2021) revela que la capacidad de respuesta no solo se trata de estar disponible, sino también de comunicarse de manera efectiva y resolver los problemas de manera satisfactoria para el cliente.

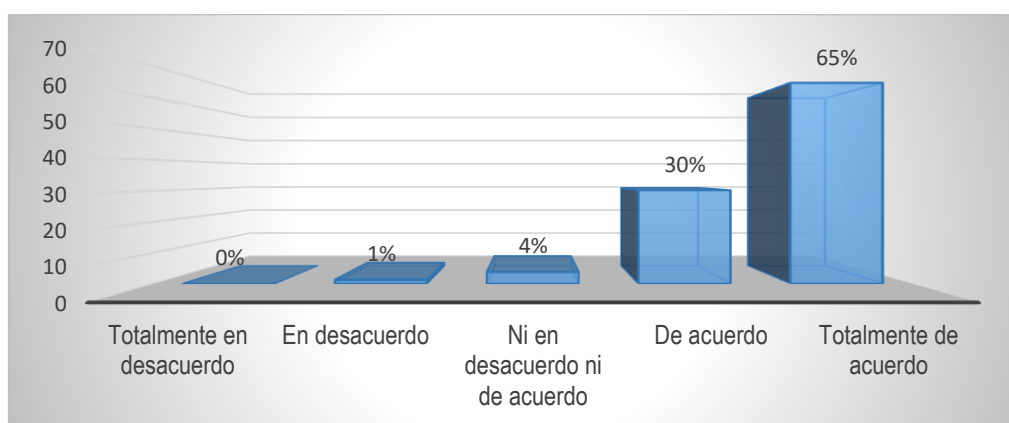
P15.- Cuando acudes a la clínica recibes un buen servicio de forma ágil y rápida.

**Tabla 52.** Recibes un buen servicio de forma ágil y rápida.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	3	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	9	4
De acuerdo	71	30
Totalmente de acuerdo	152	65
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 43.** Recibes un buen servicio de forma ágil y rápida.

**Elaborado por:** Las autoras.

En la tabla de frecuencia, el 65% de los encuestados está totalmente de acuerdo con la afirmación “cuando acudes a la clínica recibes un buen servicio de forma ágil y rápida”, y el 30% está de acuerdo. Para esto, Da Silva (2022) destaca que la reducción del tiempo de respuesta debe ser una de las prioridades dentro de las estrategias de servicio al cliente. Además, en palabras de Bautista (2021) considera que la capacidad de respuesta en el servicio al cliente es casi un requisito vital, y que mantener contentos a los clientes es la clave para asegurar que no se vayan con la competencia.

La clínica debe asegurarse de que los clientes estén satisfechos con el servicio que reciben para mantener su lealtad y evitar que se vayan a otras clínicas. En conclusión, la mayoría de los encuestados tienen una buena percepción sobre la rapidez y calidad del servicio que reciben en la clínica, y las opiniones de Da Silva (2022) y Bautista (2021) recomiendan que la rapidez y capacidad de respuesta son factores importantes para la satisfacción del cliente y la lealtad a la clínica.

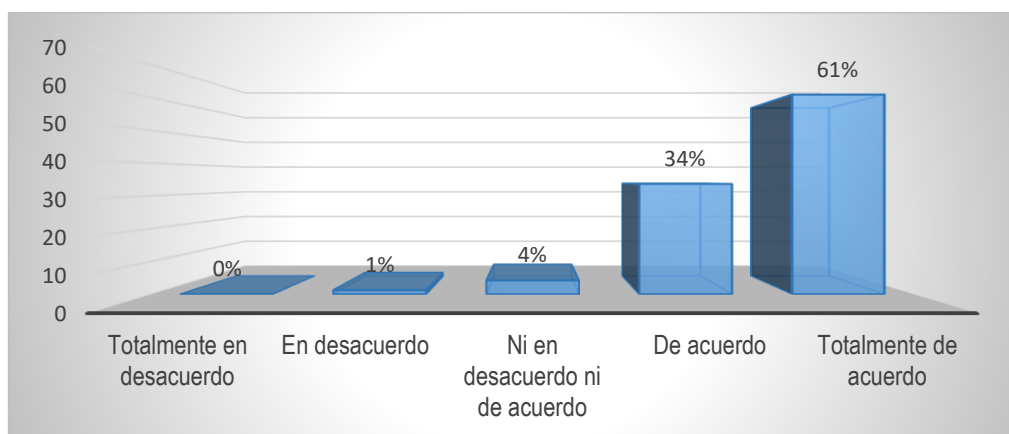
P16.- Tienes información sobre los servicios que ofrece la clínica EcoMedic.

**Tabla 53.** Tienes información sobre los servicios de EcoMedic.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	3	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	10	4
De acuerdo	79	34
Totalmente de acuerdo	143	61
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 44.** Tienes información sobre los servicios de EcoMedic.

**Elaborado por:** Las autoras.

Según la tabla de frecuencia, el 61% de los encuestados está totalmente de acuerdo con la afirmación “tienes información sobre los servicios que ofrece la clínica EcoMedic”, y el 34% está de acuerdo. La aplicación de la encuesta deja ver que la gran mayoría de los encuestados están siempre en constante comunicación y los canales de difusión de la información que reciben sobre los servicios que ofrece la clínica, si les llega a tiempo.

En cuanto a la comunicación de la clínica, según Ríos (2012, citado por Cárdenas, 2019), se utilizan diversos medios e instrumentos de comunicación,

como publicidad comercial, promoción de ventas, patrocinio, relaciones públicas y diversas técnicas de propaganda, marketing directo, entre otras.

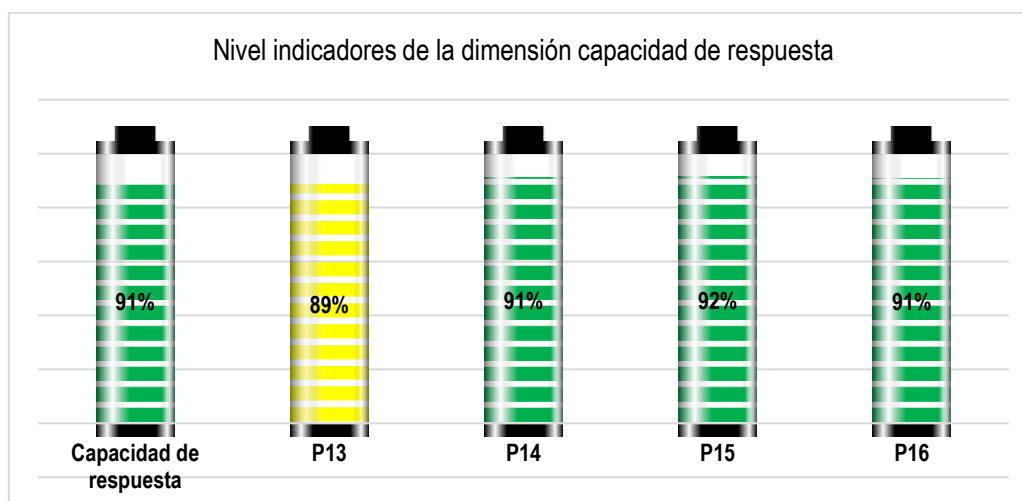
Los encuestados sí reciben la información de manera oportuna sobre los servicios que ofrece la clínica, pues clínica emplea una variedad de medios para comunicar sus servicios y promocionar su marca. Además, la clínica proporciona información detallada sobre sus servicios en su sitio web, esto es un punto a favor de la clínica por brindar información clara y detallada a sus clientes.

**Tabla 54.** Medición de la dimensión capacidad de respuesta

Dimensión capacidad de respuesta	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
Cuando ha tenido algún problema de atención la clínica EcoMedic le ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna.	P13	4,44	5	89%	100%
El personal de EcoMedic está cuando se le necesita y siempre está dispuesto a ayudarle.	P14	4,56	5	91%	100%
Cuando acudes a la clínica recibes un buen servicio de forma ágil y rápida.	P15	4,59	5	92%	100%
Tienes información sobre los servicios que ofrece la clínica EcoMedic.	P16	4,54	5	91%	100%
T. PROMEDIO	4	4,53	5	91%	100%
N MUESTRA		235			

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 45.** Medición de la dimensión capacidad de respuesta

**Elaborado por:** Las autoras.

Este cuadro presenta un análisis de la dimensión “capacidad de respuesta” basado en una encuesta aplicada a 235 clientes de EcoMedic. Los resultados están bastante cercanos al nivel deseado, con porcentajes que oscilan entre el 89% y el 92% de cumplimiento en la dimensión capacidad de respuesta. El

promedio de los indicadores de esta dimensión también se acerca al nivel deseado, con un 91% de cumplimiento.

Sin embargo, se puede notar una ligera brecha entre los resultados actuales y los niveles ideales establecidos en la encuesta. Esto podría indicar que hay margen para mejorar la capacidad de respuesta de la clínica EcoMedic para satisfacer completamente las necesidades y expectativas de sus clientes.

## Dimensión 5.- Empatía

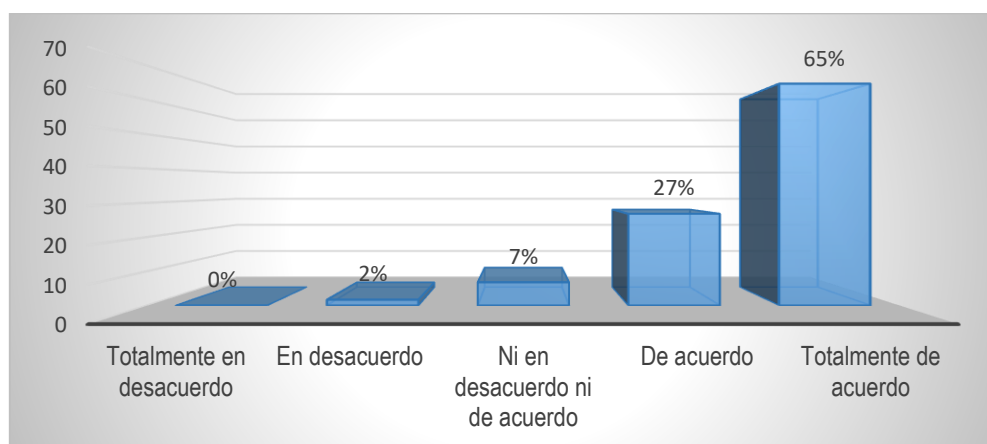
**P17.-** El personal proporciona a los usuarios un trato considerado y amable.

**Tabla 55.** El personal proporciona a los usuarios un trato considerado y amable.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	16	7
De acuerdo	63	27
Totalmente de acuerdo	152	65
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 46.** El personal proporciona a los usuarios un trato considerado y amable.

**Elaborado por:** Las autoras.

La pregunta P17 se refiere a la percepción de los usuarios sobre si el personal proporciona un trato considerado y amable. La gran mayoría de los encuestados (65%) respondieron “totalmente de acuerdo” esto apunta a que la mayoría de los usuarios perciben que el personal de la clínica EcoMedic les brinda un trato amable. Solo un pequeño porcentaje se mostró en desacuerdo o ni en desacuerdo ni de acuerdo.

La opinión de los autores mencionados refuerza esta conclusión: para Martínez, Licona y Rivera (2022) aluden que, en la actualidad, los clientes no solo buscan calidad y precio, sino que también esperan un servicio personalizado y un trato amable. Esto coincide con la alta proporción de respuestas, lo que indica que los usuarios valoran el trato amable. Por otra parte, Hernández, Pietro y Hernández (2017) resaltan que un trato amable, respetuoso y cortés por parte del personal es primordial para lograr la plena satisfacción de los clientes.

En fin, tanto las opiniones de los autores como los resultados de la encuesta revelan que el trato considerado y amable del personal es imprescindible para satisfacer las expectativas de los clientes en el sector de la atención médica, y en este caso, la clínica EcoMedic parece estar teniendo éxito en este aspecto.

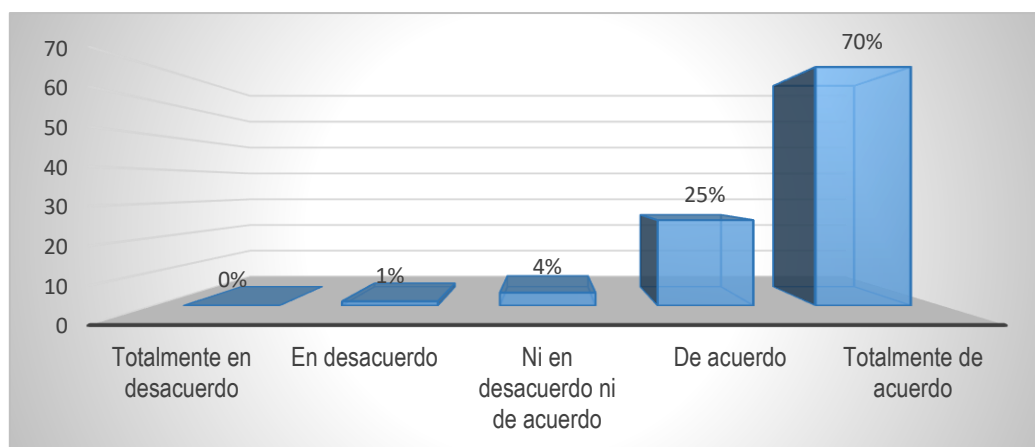
**P18.-** Recibió una atención personalizada según sus necesidades.

**Tabla 56.** Recibió una atención personalizada según sus necesidades.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	3	1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	9	4
De acuerdo	59	25
Totalmente de acuerdo	164	70
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 47.** Recibió una atención personalizada según sus necesidades.

**Elaborado por:** Las autoras.

Para responder a la pregunta sobre si los clientes recibieron una atención personalizada según sus necesidades, podemos basarnos en la tabla de frecuencias, el 70% de los encuestados respondieron “totalmente de acuerdo”



en cuanto a recibir una atención personalizada según sus necesidades, lo que indica una alta satisfacción con el servicio de atención al cliente. Además, el 25% respondió “de acuerdo”, lo que sugiere que una parte significativa también está satisfecha. Solo el 5% (3% “en desacuerdo” y 2% “ni en desacuerdo ni de acuerdo”).

La cita de Moreno, Holguín y Guerrero (2022) respalda esta tendencia, ya que menciona que los clientes no buscan solo productos o servicios de calidad, sino también un buen servicio de atención al cliente. En resumen, la mayoría de los encuestados están satisfechos con la atención personalizada según sus necesidades, y esto se alinea con la idea de que un buen servicio de atención al cliente es esencial para la satisfacción del cliente, como lo indican Moreno, Holguín y Guerrero. (2022).

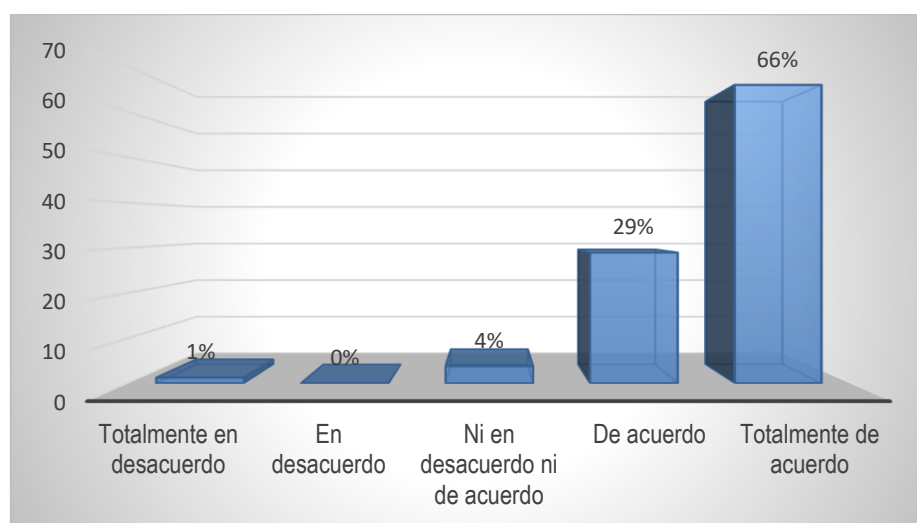
**P19.-** Los horarios de atención y el tiempo de espera son convenientes para los usuarios.

**Tabla 57.** Los horarios de atención y el tiempo de espera para los usuarios.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1
En desacuerdo	0	0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	9	4
De acuerdo	68	29
Totalmente de acuerdo	155	66
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 48.** Los horarios de atención y el tiempo de espera para los usuarios.

**Elaborado por:** Las autoras.

Según la tabla de frecuencias, el 66% de los encuestados respondieron “totalmente de acuerdo” en cuanto a que los horarios de atención y el tiempo de espera son convenientes para los usuarios, lo que indica una alta satisfacción con estos aspectos. Además, el 29% respondió “de acuerdo”, lo que sugiere que una parte significativa también está satisfecha. Solo el 4% (todos en “ni en desacuerdo ni de acuerdo”) expresó cierta neutralidad en sus respuestas, y solo el 1% respondió “totalmente en desacuerdo”. Villamar et al., (2023) respaldan la importancia del tiempo de espera en la atención de calidad y su relación con la satisfacción de los usuarios. Indica que un tiempo de espera prolongado puede generar consecuencias negativas en el tratamiento. Los encuestados están satisfechos con los horarios de atención y el tiempo de espera, lo que se alinea con la idea de que el tiempo de espera es un factor importante en la atención al cliente, como lo indican (Villamar et al., 2023).

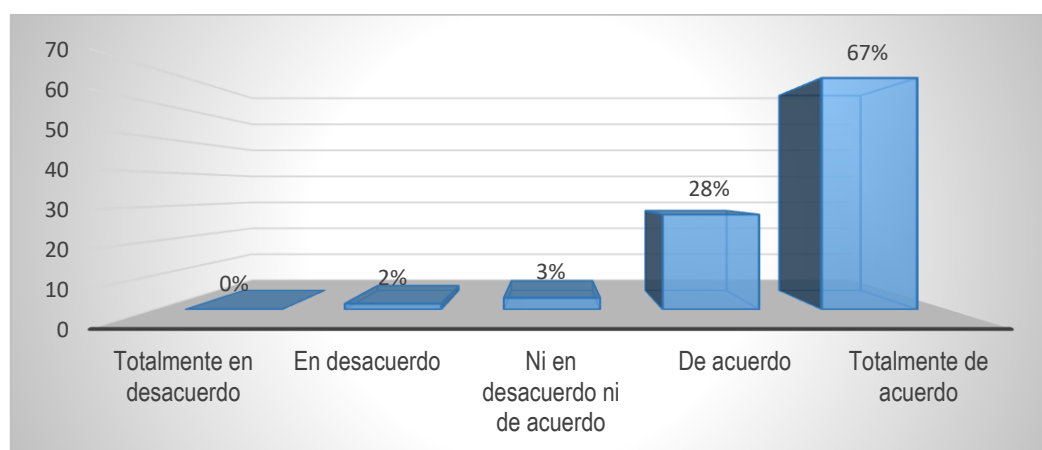
**P20.-** La clínica EcoMedic cumple con las exigencias de los usuarios.

**Tabla 58.** EcoMedic cumple con las exigencias de los usuarios.

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	4	2
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	8	3
De acuerdo	65	28
Totalmente de acuerdo	158	67
Total	235	100

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 49.** EcoMedic cumple con las exigencias de los usuarios.

**Elaborado por:** Las autoras.

Según la tabla de frecuencias, el 67% de los encuestados respondieron “totalmente de acuerdo” en cuanto a que la clínica EcoMedic cumple con las

exigencias de los usuarios, lo que indica una alta satisfacción con el servicio brindado. Además, el 28% respondió “de acuerdo”, lo que sugiere que una gran proporción también está satisfecha. Solo el 5% (2% “en desacuerdo” y 3% “ni en desacuerdo ni de acuerdo”) expresaron cierta insatisfacción.

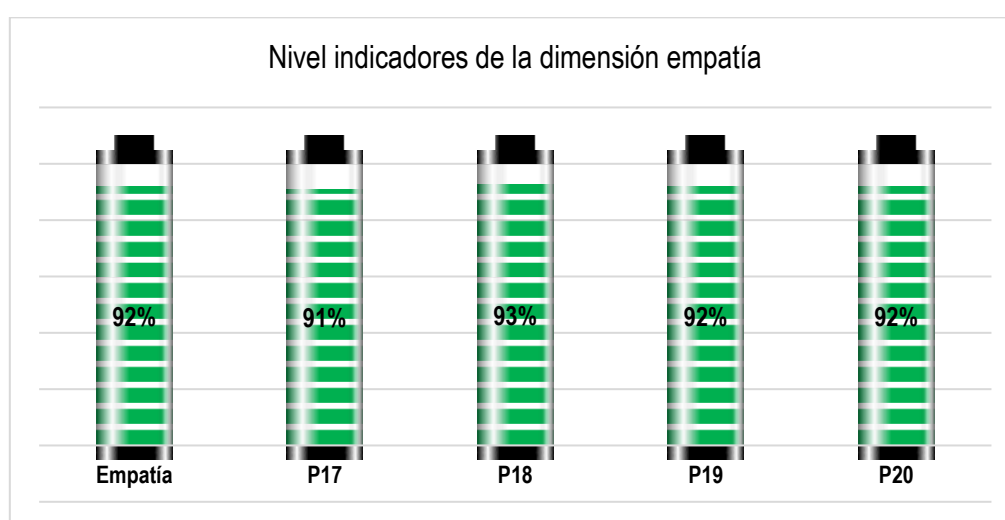
El autor Narváez (2022) resalta lo significativo que es comprender las necesidades del cliente para que se sienta motivado a comprar un producto o servicio. En síntesis, 158 de los encuestados están satisfechos con el cumplimiento de las exigencias de los usuarios por parte de la clínica EcoMedic, lo que se alinea con la idea de que comprender y satisfacer las necesidades del cliente es imprescindible, como indica Narváez (2022).

**Tabla 59.** Medición de la dimensión empatía.

Dimensión empatía	Indicadores	Grado de respuesta		Nivel del Indicador	
		Resultado	Deseado	Actual	Ideal
El personal proporciona a los usuarios un trato considerado y amable.	P17	4,54	5	91%	100%
Recibió una atención personalizada según sus necesidades.	P18	4,63	5	93%	100%
Los horarios de atención y el tiempo de espera son convenientes para los usuarios.	P19	4,58	5	92%	100%
La clínica EcoMedic cumple con las exigencias de los usuarios.	P20	4,60	5	92%	100%
T. PROMEDIO	4	4,59	5	92%	100%
N MUESTRA		235			

**Fuente:** Clientes de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

**Elaborado por:** Las autoras.



**Gráfico 50.** Medición de la dimensión empatía.

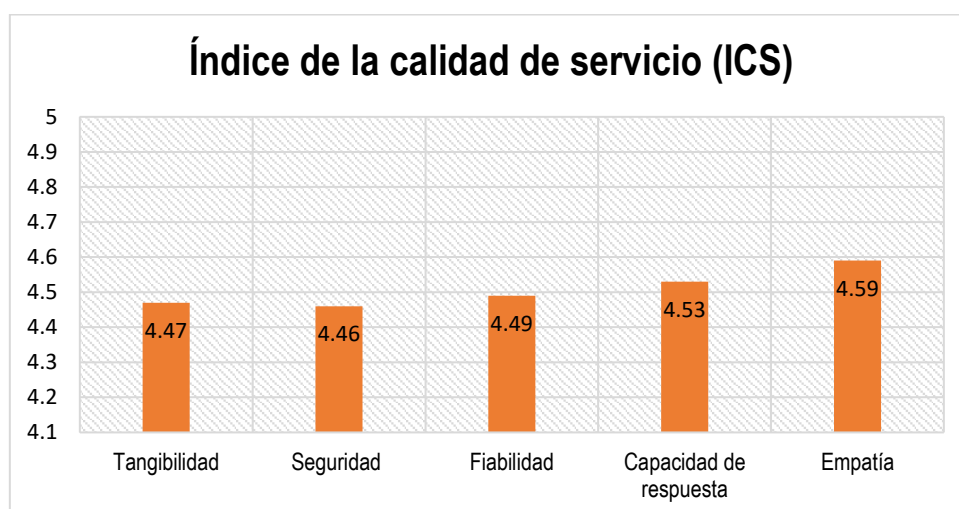
**Elaborado por:** Las autoras.

En la dimensión empatía, se refleja los resultados de una encuesta realizada a 235 clientes de EcoMedic. Siendo el objetivo de la encuesta evaluar la satisfacción de los clientes en términos de empatía por parte del personal de la clínica EcoMedic. A continuación, se analiza los indicadores presentados en el cuadro:

Los resultados indican que la clínica EcoMedic tiene altos niveles de empatía con sus clientes, ya que todos los indicadores tienen un grado de respuesta promedio de 4,59 sobre 5, lo que representa un 92% del resultado deseado. Además, el resultado actual de cada indicador es muy cercano al resultado ideal, que es del 100%. Esto indica que la clínica está proporcionando un trato considerado y amable a sus usuarios, así como una atención personalizada y horarios de atención convenientes. En general, los resultados indican que la clínica EcoMedic está cumpliendo con las exigencias de sus usuarios en términos de empatía.

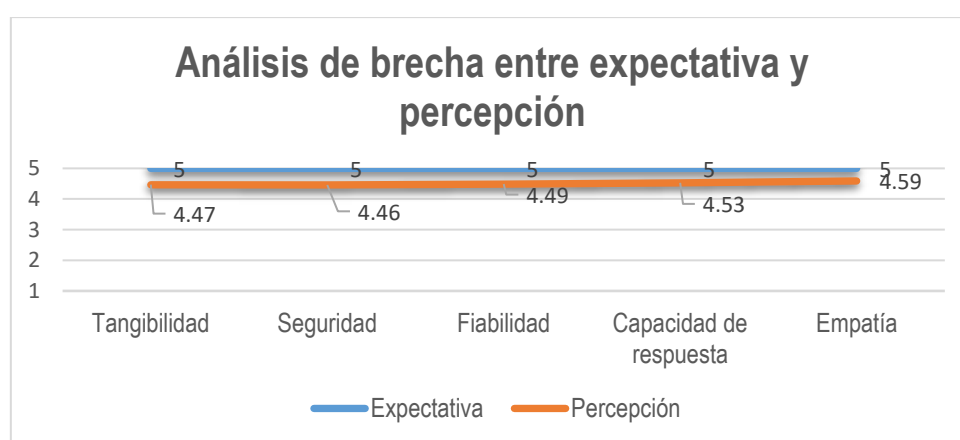
#### **Actividad 8.-** Obtención del índice de calidad de servicio (ICS).

El índice de calidad de servicio se obtuvo de los resultados promedios de la evaluación de las dimensiones mediante la propuesta adaptada de Zeithmal et al., del modelo SERVQUAL, donde se valoró por parte de los usuarios el nivel de servicio prestado en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito, que se muestra en el gráfico 51.



**Gráfico 51.** Índice de calidad de servicio.  
Elaborado por: Las autoras.

Como se observa en la gráfica, la dimensión mejor puntuada se encuentra la empatía con 4,59, seguida de la capacidad de respuesta con 4,53. Asimismo, la fiabilidad se postea en 4,49, mientras que la tangibilidad está en 4,47. Por último, con un menor valor está la seguridad con 4,46 y al generar un promedio se obtiene que la calidad de servicio está en 4,51. De igual manera, al analizar la valoración total se evidencia que la variable está en un 90%, lo que resulta estar en un punto favorable, aunque es necesario tomar ciertas medidas para alcanzar el nivel deseado.



**Gráfico 52.** Análisis de brecha entre expectativa y percepción.  
Elaborado por: Las autoras.

Teniendo en cuenta los valores promedios y el valor deseado, se desarrolló un análisis de brecha de la perspectiva y percepción, donde se visualiza que en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito, durante la prestación de sus servicios, las dimensiones más próximas a las expectativas esperadas por los usuarios está la empatía y capacidad de respuesta, a diferencia de las dimensiones que se encuentran bajo 4,50 de acuerdo a lo percibido, siendo las dimensiones de fiabilidad, tangibilidad y seguridad.

**Tabla 60.** Medición de las dimensiones

	Tangibilidad	Seguridad	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Empatía
Expectativa	5	5	5	5	5
Percepción	4,47	4,46	4,49	4,53	4,59
ICD	-0,53	-0,54	-0,51	-0,47	-0,41
ICS	-0,49				

Elaborado por: Las autoras.

Por otra parte, el resultado obtenido del ICS al usuario en la clínica EcoMedic fue de -0,49, es decir, la diferencia del nivel deseado, considerando que el total

promedio de la calidad de servicio fue 4,51. Lo que significa la existencia de una pequeña brecha entre las expectativas y las percepciones de los usuarios en referencia al servicio prestado por la clínica. Por lo tanto, Demarquet y Chedraui (2023) afirman que la percepción en la calidad de servicio es importante tener presente que la capacidad de satisfacción que el cliente tenga hacia un producto o servicio es totalmente subjetiva, por ende, las empresas o instituciones deben indagar en las expectativas del cliente para aplicar estrategias en función de los resultados. En este sentido, es imperante que en la clínica se tomen medidas correctivas para minimizar esa brecha.

### Actividad 9.- Correlación de las variables de estudio.

En esta área de la investigación se ejecutó el cálculo correlacionar de Pearson, considerando a las variables estudiadas. Además, para interpretación de los resultados se replicó lo propuesto por Fiallos (2021) donde si  $r = \text{cero}$  significa que no hay asociación o correlación entre las dos variables; si  $0 < r < 0.25$  = débil correlación; si  $0.25 \leq r < 0.75$  = intermedia correlación; si  $0.75 \leq r < 1$  = fuerte correlación y por último si  $r = \pm 1$  = perfecta correlación. Con base en estos elementos y su debida aplicación en el programa SPSS se obtuvo el siguiente resultado.

**Tabla 61.** Correlación de las variables de estudio

		Cultura organizacional	Calidad de servicio
Cultura organizacional	Correlación de Pearson	1	,858**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	9	9
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,858**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	9	9

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

Para propósito del proyecto, se desarrolló el análisis de correlación estadística de las variables tanto de la cultura organizacional y la calidad de servicio, teniendo en cuenta los datos recopilados en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito. Conforme a este cálculo se obtuvo que el promedio correlacional de Pearson de 0,858 que de acuerdo con lo propuesto por Fiallos (2021) revela que

ambas variables cuentan con una fuerte relación, debido a que su resultado se acerca a la unidad, coincidiendo con Molina, Ochoa y Ortega (2021) que el valor del coeficiente informa de la intensidad de la asociación entre las dos variables. Cuanto más se aleje del 0, mayor será la fuerza de la asociación, de forma que los valores de -1 o 1 indican que existe una correlación perfecta, inversa o directa, respectivamente. Por otra parte, Díaz (2017) dice que cuando la sig. (Significancia) es  $0,00 \leq 0,05$  se acepta la hipótesis, es decir que, si hay relación entre las variables, como se evidencia en la tabla 60, que la correlación es significativa en el nivel 0,01.

Respecto a los resultados antes mencionados, se puede inferir que existe una relación directa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio, como lo demuestran los estudios de Jancikova y Brychta (2009), citado en Hernández et al., (2022) y Sanabria et al., (2019). Estos estudios apoyan la idea de que la cultura organizacional influye en la implementación y funcionalidad de la gestión de la calidad.

Jancikova y Brychta (2009) muestran que la cultura organizacional es un factor clave en la implementación de sistemas de gestión de la calidad. Por el contrario, Sanabria et al., (2019) confirman que la cultura organizacional es necesaria para mantener un adecuado sistema de gestión de la calidad. Bajo estas deducciones, se puede indicar que una variable incide en la otra, en definitiva, se evidencia una correlación significativa (ver anexo 8).

Tabla 62. Correlación de las variables de estudio

		Comunicación	Valores y Objetivos	Orientación de resultados	Excelencia	Clima laboral	Tangibilidad	Seguridad	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Empatía
Comunicación	Correlación de Pearson	1	,883**	,931**	,766*	,922**	,148	,032	,114	,032	-,046
	Sig. (bilateral)		,002	<,001	,016	<,001	,704	,934	,771	,934	,907
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Valores y Objetivos	Correlación de Pearson	,883**	1	,766*	,975**	,675*	,147	,104	,251	,104	-,015
	Sig. (bilateral)	,002		,016	<,001	,046	,705	,790	,515	,790	,970
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Orientación de resultados y al trabajo en equipo	Correlación de Pearson	,931**	,766*	1	,632	,969**	-,090	-,064	-,027	-,064	-,113
	Sig. (bilateral)	<,001	,016		,068	<,001	,817	,870	,946	,870	,772
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Excelencia	Correlación de Pearson	,766*	,975**	,632	1	,513	,151	,147	,311	,147	,019
	Sig. (bilateral)	,016	<,001	,068		,158	,698	,706	,416	,706	,962
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Clima laboral	Correlación de Pearson	,922**	,675*	,969**	,513	1	,020	,014	,024	,014	-,020
	Sig. (bilateral)	<,001	,046	<,001	,158		,959	,971	,952	,971	,959
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Tangibilidad	Correlación de Pearson	,148	,147	-,090	,151	,020	1	,813**	,822**	,813**	,800**
	Sig. (bilateral)	,704	,705	,817	,698	,959		,008	,007	,008	,010
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Seguridad	Correlación de Pearson	,032	,104	-,064	,147	,014	,813**	1	,976**	1,000**	,990**
	Sig. (bilateral)	,934	,790	,870	,706	,971	,008		<,001	<,001	<,001
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Fiabilidad	Correlación de Pearson	,114	,251	-,027	,311	,024	,822**	,976**	1	,976**	,940**
	Sig. (bilateral)	,771	,515	,946	,416	,952	,007	<,001		<,001	<,001
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Capacidad de respuesta	Correlación de Pearson	,032	,104	-,064	,147	,014	,813**	1,000**	,976**	1	,990**
	Sig. (bilateral)	,934	,790	,870	,706	,971	,008	<,001	<,001		<,001
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Empatía	Correlación de Pearson	-,046	-,015	-,113	,019	-,020	,800**	,990**	,940**	,990**	1
	Sig. (bilateral)	,907	,970	,772	,962	,959	,010	<,001	<,001	<,001	
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9

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

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Usuarios de la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.

Elaborado por: Las autoras.



#### **4.3. FASE III. Proponer acciones de mejora que contribuya a la calidad del servicio para satisfacción de los clientes de la clínica EcoMedic Quito y Guayaquil.**

A partir de los resultados obtenidos, se pondrá en ejecución esta etapa, donde se determinaron las principales deficiencias en torno a la evaluación de la cultura organizacional y la calidad de servicio en la clínica EcoMedic.

**Actividad 10.-** Determinación de las deficiencias referente a la cultura organizacional y la calidad de servicio a través del diagrama Ishikawa. Para la determinación de las deficiencias en la investigación, se empleó el diagrama de Ishikawa, el cual ayudó a visualizar las causales de estas incidencias. Además, es la pauta primordial para establecer las posibles mejoras que permitan contrarrestar esta problemática. A continuación, se presenta este diagrama.

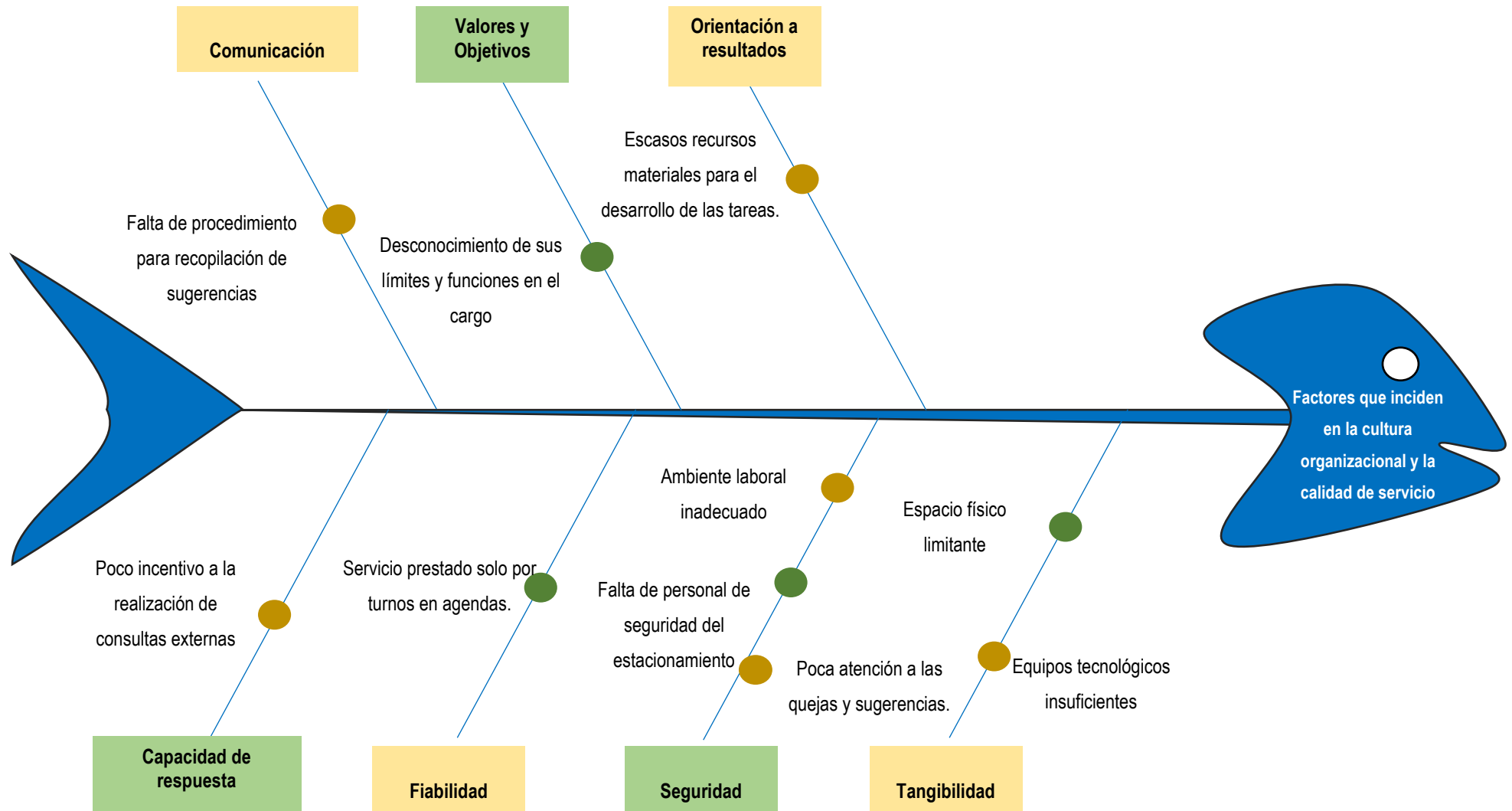


Figura 14. Diagrama de Ishikawa con los factores deficientes.  
Elaborado por: Las autoras.

### Actividad 11.- Realización de la matriz 5w+1h.

A través de esta metodología, se dio solución a las incidencias que se presentaron en la evaluación de la cultura organizacional y la calidad de servicio, con la planeación de acciones de mejoras que respondan a las seis preguntas que se derivan de la matriz 5w+1h, tal como lo estiman Betancourt et al., (2022) que esta herramienta permite la planificación de estrategias que ayuden al fortalecimiento de ambas variables y en consecuencia, esto contribuya a la competitividad de la clínica EcoMedic de las ciudades de Guayaquil y Quito. A continuación, se describen estas mejoras:

**Tabla 63.** Matriz 5W+1H plan de acciones de mejora de la cultura organizacional de la clínica EcoMedic.

Dimensiones (WHAT)	Quién (WHO)	Dónde (HOW)	Cuando (WHEN)	Por qué (WHY)	Cómo (HOW)	Indicador de cumplimiento	Verificador
<b>Comunicación</b> Mejorar los canales de comunicación, para solucionar las quejas y sugerencias.	Jefe Empleados	.Clínica EcoMedic Guayaquil y Quito	Diario	Falta de un procedimiento específico para la recopilación de sugerencias.	Implementar un buzón de sugerencias físicas y virtuales para los clientes.	Número de sugerencias receptadas / Número de sugerencias atendidas	Sugerencias ejecutadas
<b>Valores y objetivos</b> Generar información oportuna de las responsabilidades y cargos de las áreas de la clínica, para sociabilización con los empleados.	Jefe		Anual	Desconocimiento de sus límites y funciones en el cargo	Crear e implementar un manual de funciones, estableciendo las ocupaciones y responsabilidades de los cargos.  Capacitar a los empleados en función a sus cargos.	Número de políticas diseñadas.  Número de personas capacitadas.	Informe del manual  Lista de asistencia
<b>Orientación a resultado y al trabajo en equipo.</b> Mejorar la provisión de los suministros.	Jefe		Mensual	Falta de provisiones de los recursos materiales para el desarrollo de las tareas.	Dotar con los implementos suficientes para atender de manera efectiva la demanda de pacientes.	Cantidad de materiales y suministro de oficinas entregado	Lista de entrega

Elaborado por: Las autoras.

Tabla 64. Matriz 5W+1H plan de acciones de mejora de la calidad de servicio de la clínica EcoMedic.

Dimensiones (WHAT)	Quién (WHO)	Dónde (WHERE)	Cuando (WHEN)	Por qué (WHY)	Cómo (HOW)	Indicador de cumplimiento	Verificador
<b>Tangibilidad</b> Mejorar las instalaciones físicas de la clínica EcoMedic y los equipos tecnológicos para el servicio.	Jefe	Clínica EcoMedic Guayaquil y Quito	Anual	Espacio físico limitante, en la clínica de la ciudad de Quito.  Equipos tecnológicos insuficientes.	Ampliar la infraestructura en la clínica de la ciudad de Quito, para generar una mejor distribución de las áreas.  Implementar nuevos equipos para optimizar los recursos y procesos.	Nuevas áreas proyectadas.  Cantidad de equipos implementados.	Informe estructural  Factura de los equipos
<b>Seguridad</b> Mejorar las condiciones laborales, que permita prestar un servicio de calidad, que priorice la solución de quejas y la seguridad de la clínica.	Jefe		Semestral	Ambiente laboral inadecuado.	Realizar estudios de medición del clima laboral, que contribuya a prestar un servicio de calidad.	Número de estudios planteados/ realizados	Informes entregados
	Jefe		Siempre	Falta de personal de seguridad del estacionamiento	Delegar el personal de acuerdo a sus competencias.	Número de personal contratado.	Contratos firmados
	Jefe Empleados		Siempre	Poca atención a las quejas y sugerencias	Brindar solución a las incidencias mediante la implementación de un canal de comunicación directo de las quejas entre empleados y clientes.	Cantidad de quejas sugeridas / solucionadas.	Quejas solucionadas
<b>Fiabilidad</b> Fomentar la atención de los usuarios, bajo estándares de calidad.	Empleados		Diarios	Servicio prestado solo por turnos en agendas.	Revisión e información continua de la distribución de turnos.	Números de turnos agendados.	Turnos distribuidos
<b>Capacidad de respuesta</b> Incentivar la atención de los pacientes en caso de emergencias.	Empleados	Diarios	Poco incentivo a la realización de consultas externas	Generar una cultura de atención a los pacientes de urgencias sin previo turno.	Número de emergencias atendidas.	Pacientes atendidos	

Elaborado por: Las autoras

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

En la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito, en un diagnóstico inicial reveló que la cultura organizacional se encuentra en un nivel favorable, alcanzando un impresionante 94% en la evaluación de sus dimensiones clave, que incluyen la comunicación, valores y objetivos; orientación a resultados y al trabajo en equipo, excelencia y clima laboral. Además, es importante destacar que la mayoría de los indicadores han alcanzado niveles que respaldan la eficaz gestión de la clínica.

A partir de la evidencia recopilada, se puede determinar que la variable calidad de servicio presentó resultados aceptables en un 91%, según el modelo SERVQUAL, esto se destaca particularmente en las dimensiones de capacidad de respuesta y empatía. Además, se ha identificado una valoración positiva entre la cultura organizacional y la calidad del servicio, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,858, lo que indica que la cultura organizacional incide en la calidad de servicio, siendo proporcional en el desempeño de cada una.

Como respuesta a las deficiencias detectada, se presentó una propuesta de mejora con base en la matriz 5W+1H, que incluye acciones específicas dirigidas a las dimensiones que aún no han alcanzado los niveles deseados. Estas acciones son fundamentales para fortalecer la cultura organizacional y, en consecuencia, mejorar significativamente la calidad del servicio brindado por EcoMedic en Guayaquil y Quito.

## 5.2. Recomendaciones

Con base en los hallazgos y conclusiones, se proponen las siguientes recomendaciones:

Realizar evaluaciones periódicas de la cultura organizacional en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito. Esto permitirá a la institución mantenerse al tanto de su situación actual y su contribución a la competitividad de la empresa. Además, estas evaluaciones ayudarán a diseñar estrategias que impulsen mejoras continuas en la calidad del servicio.

Valorar las sugerencias de los usuarios. Es esencial dar respuesta a las necesidades y opiniones de los usuarios sobre la calidad de servicio prestado en la clínica, considerando que por medio del fortalecimiento de estas dimensiones incrementará la seguridad, fiabilidad y tangibilidad en el servicio, beneficiará tanto a los clientes como a la clínica.

Implementar las acciones específicas y la ejecución de las estrategias planificadas en función de las dimensiones que muestran resultados más bajos, puesto que son fundamentales para mejorar los estándares de calidad del servicio. Aunque, la clínica EcoMedic en Guayaquil y Quito está demostrando un buen desempeño en cuanto a comunicación, percepción de los empleados y estructura física. No obstante, siempre hay margen para la mejora, que permita brindar un servicio de alta calidad a sus usuarios.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguas, J. (2021). El ambiente laboral y su importancia en los entornos de trabajo. <https://www.greatplacetowork.com.ec/es/publicaciones/blog/la-importancia-de-un-buen-ambiente-laboral>
- Aliaga, S., y Alcas, N. (2021). Análisis de la gestión administrativa y la calidad del servicio en la atención de los partos humanizados en un hospital nacional de Lima. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 18–30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878909>
- Alto nivel (2017). El mundo Disney y su cultura organizacional de ensueño. *Alto Nivel*. <https://www.altonivel.com.mx/liderazgo/management/3224-el-mundo-de-disney-y-su-cultura-organizacional/>
- Álvarez, A. (2020). Clasificaciones de las investigaciones. *Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas*. p. 5. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%20C%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Arévalo, J., Navarro, G., y Bayona, R. (2017). La necesidad a medir la cultura organizacional. Una revisión del tema. *Revista Ingenio*, 12(1), 53–65. <https://doi.org/10.22463/2011642X.2124>
- Arguello, E. (2012). Cultura organizacional administración moderna p 67 <https://ekosnegocios.com/articulo/alpina-cimentando-una-cultura-organizacional>
- Arguello, E. (2022). La importancia de la comunicación interna en las empresas educativas privadas del nivel primario y secundario. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3070-3089. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2441>
- Astudillo, M., y Chevez, F. (2021). La escala de Likert en la medición de las TIC y la exclusión social. *Revista Brazilian Journal of Education, Technology and Society (BRAJETS)*, 4(3), 375-383. <https://brajets.com/v3/index.php/brajets/article/view/701/439>
- Ávila, L. (2019). Proceso del ciclo vital del servicio. <https://es.scribd.com/document/412952262/Proceso-Del-Ciclo-Vital-Del-Servicio>
- Ayoví, J. (2019). Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN : 2588-090X . Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 4(10), 58-76. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/39>
- Baena, G. (2017). Metodología de la Investigación (tercera ed.). México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. p.34. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)

- Baranda, A. (2019). Cómo mejorar el compañerismo y el clima laboral. <https://www.benidormdmc.com/como-mejorar-el-companerismo-y-el-clima-laboral/>
- Barrera, A., y Ysuiza, M. (2022). Gestión administrativa y calidad de servicio de la Municipalidad Provincial de Alto Amazonas, Loreto 2018. *Revista gobierno y gestión pública*, 5(1). <https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/RevistaGobiernoG/article/view/2341/2793>
- Basantes, R., Vinueza, A., Coronel, J., Davalos, E., y Miño, G. (2019). Brecha según el modelo SERVQUAL entre las expectativas y las percepciones de los estudiantes con respecto a los servicios educativos en la Universidad Nacional de Chimborazo. *Didáctica Y Educación*, 10(1), 135–146. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/858>
- Bautista. I. (2021). Por qué es tan importante la capacidad de atención al cliente. <https://www.servnet.mx/blog/por-que-es-tan-importante-la-capacidad-de-atencion-al-cliente>
- Bernedo, V., Guillen, J. Gamarra, M., y Bellido, R. (2021). Cultura Organizacional y su Influencia en la Calidad de Servicios. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología*, 25(110), 05-13. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/download/470/896/>
- Betancourt, J., Castaño, J., Hamburguer, W., Niño, J., Tanus, C., y Huyke, A. (2022). Aplicación del Estudio de Métodos y Tiempos a la Mejora de Procesos: Caso Fábrica La Milagrosa (imágenes religiosas en yeso). *Boletín De Innovación, Logística Y Operaciones*, 4(1). <https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/view/4211>
- Borja, J., Monsalve, É., y Bermúdez, J. (2019). Percepción de la calidad del servicio prestado por los supermercados tipo hard discount (D1 y Justo & Bueno) en la ciudad de Medellín a partir del modelo Servqual. *Revista CIES Centro de Investigaciones Escolme*, 10(2). <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/267>
- Burgasí, D., Cobo, D., Pérez, K., Pilacuan, R., y Rocha, B. (2021). El diagrama de ishikawa como herramienta de calidad en la educación: una revisión de los últimos 7 años. *Revista electrónica Tambara*, 14(84), 1212-1230. [https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/DIAGRAMA-ISHIKAWA\\_FINAL-PDF.pdf](https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/DIAGRAMA-ISHIKAWA_FINAL-PDF.pdf)
- Bustamante, M., Grandón, M., y Lapo, M. (2015). Caracterización del clima organizacional en hospitales de alta complejidad en Chile. *Estudios gerenciales*, 31(137), 432-440. <https://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-caracterizacion-del-clima-organizacional-hospitales-S0123592315000583>
- Bustamante, M., Lapo, M., Tello, M., Bustamante, A., Lapo, M., y Tello, M. (2022). Modelamiento estructural de la calidad de servicio en atención primaria de salud del Guayas, Ecuador. *Información tecnológica*, 33(4),171-180. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642022000400171>



- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., Tello, M., Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F. y Tello, M. (2020). Desde las expectativas a la percepción de calidad de servicios en salud en Guayas, Ecuador. *Información tecnológica*, 31(1), 161-170. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000100161>
- Cabezas, C., y Brito, J. (2021). La Gestión del Talento Humano para un Rendimiento Laboral Efectivo. *Polo del Conocimiento*, 6(11), 742-761. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8219331>
- Cabezudo, M. (2018). Gestión de la Cultura de Valores Organizacionales y su Incidencia en el Desempeño Laboral, en un Organismo Público Ejecutor, año 2017. Universidad Peruana de las Américas. [http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/419/TESIS%20DE%20MAESTRIA\\_MCABEZUDO\\_17122018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/419/TESIS%20DE%20MAESTRIA_MCABEZUDO_17122018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cacciavillani, M. (2018). Expectativas del cliente: métodos y herramientas para superarlas. Blog Compara Software. <https://blog.comparasoftware.com/expectativas-del-cliente/>
- Caicay, T. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas COURIER en Lima. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/31be31d4-7f25-4b7f-8329-c3ef91b58035/content>
- Cajal, A. (2017). Investigación de Campo: Características, Tipos, Técnicas y Etapas. <file:///C:/Users/UsuarioPS/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20de%20Campo.pdf>
- Calderón, G., Vivares, J., y Jiménez, J. (2022). Hacia la comprensión de la cultura organizacional colombiana. Un enfoque desde los valores en competencia. *Revista Universidad & Empresa*, 24(43), 1-29. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/12190>
- Cancino, V., y Vial, M. (2022). Instrumento de evaluación de la cultura organizacional: revisión sistemática de su aplicación. *Revista Venezolana De Gerencia*, 27(97), 107-126. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/37524>
- Cárdenas, A. (2019). Estrategias de comunicación y marketing para el posicionamiento de la marca de la empresa "Proelectric. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17445/ESTRATEGIAS%20DE%20COMUNICACION%20Y%20MARKETING%20PARA%20EL%20POSICIONAMIENTO%20DE%20LA%20MARCA%20DE%20LA%20EMPRESA%200%E2%80%9CPROELE.pdf?sequence=1>
- Cardozo, L. (2021). Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales. <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Carrillo, Á. (2016). Medición de la cultura organizacional. *Ciencias Administrativas*, (8), 61-73. <https://www.redalyc.org/journal/5116/511653788007/html/>
- Carrillo, A., Galarza, S., Aguirre, C., y Tipán, L. (2023). Cultura Organizacional: criterios de éxito en las instituciones de Educación Superior del Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(2), 120-131. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/download/3612/3553/>

- Castro, A., y Díaz, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional De La información*, 29(3). <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.24>
- Cevallos, R., Carreno, D., Peña, I., y Pinargote, K. (2019). Evaluación de la calidad del servicio: Un paso más cerca a la objetividad. *Revista San Gregorio*, (28). <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/709#:~:text=La%20calidad%20del%20servicio%20es,la%20percepci%C3%B3n%20de%20los%20clientes.>
- Chamoly, K., y Palomino, G. (2021). Gestión de la calidad de servicio al usuario en las UGEL: Una mirada regional. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 378-403. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/239>
- Chaves, J. (2022). Servicio: Qué es, características y tipos. <https://www.ceupe.com/blog/servicio.html>
- Checa, V. (2023). Cultura organizacional y la calidad del servicio del hospital Universitario de Guayaquil en el 2022. *Espíritu Emprendedor TES*, 7(2), 68–87. <https://www.espirituemprededor.es.com/index.php/revista/article/view/335>
- Cisneros-Caicedo, A. J., Guevara-García, A. F., Urdánigo-Cedeño, J. J., & Garcés-Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. *Domino De Las Ciencias*, 8(1), 1165–1185. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546>
- Claro, C., Ayala de Choriego, E., y Barros, J. (2022). Comunicación interna: caracterización y análisis de trabajo realizado por empresas que pertenecen a ranking Great Place to Work® Chile. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 21(41), 1. <https://investigadores.uandes.cl/en/publications/comunicaci%C3%B3n-interna-caracterizaci%C3%B3n-y-an%C3%A1lisis-de-trabajo-realiz>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Reglamento. [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Contreras, A., y Gómez, A. (2018). Aplicación de los Cuestionarios de Denison para determinar las características de la Cultura Organizacional. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 5(01), 59–86. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/1204>
- Coronel, J., Basantes, R., y Vinueza, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos. *Revista espacios*, 40(06). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Correa, D., y Vélez, L. (2023). Gestión de calidad en servicios y la satisfacción del usuario en el GAD de Portoviejo. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 7(12), 349–361. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/360>

- Correa, M. (2016). La humanización de la atención en los servicios de salud: Un asunto de cuidado. *Revista CUIDARTE*, 7(1), 1227-1231. doi: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuid/v7n1/v7n1a11.pdf>
- Da Silva, D. (2020). Todo lo que necesitas saber sobre la expectativa de los clientes para mejorar las ventas de tu empresa Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/expectativade-los-clientes/>
- Da Silva, D. (2022). Estrategias de servicio al cliente: +10 técnicas comprobadas. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-servicio-al-cliente/>
- Da Silva, D. (2022). Procesos de atención al cliente: tips para mejorar y encantar. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/control-de-los-procesos-de-atencion-al-cliente/>
- Da Silva, D. (2023). Manejo de quejas: ¿cómo hacer de la insatisfacción una oportunidad de mejora? Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/control-de-los-procesos-de-atencion-al-cliente/>
- Demarquet, M., y Chedraui, L. (2022). Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del consumidor en la cámara de comercio de Guayaquil: Perception of service quality and consumer satisfaction in the Guayaquil chamber of commerce. *RES NON VERBA REVISTA CIENTÍFICA*, 12(1), 90–106. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/677>
- Díaz, G., y Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *PODIUM*, (39), 19–36. <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/547>
- Díaz, J. (2017). Correlación y regresión lineal de la evaluación tiempo y puntaje con recurso interactivo flash. *INNOVA Research Journal*, 2(10), 1–8. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/254>
- Díaz, P. (2020). La triple dimensión de la cultura organizacional: un estudio aplicado a empresas de moda españolas. *Revista Prisma Social*, (29), 80–97. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3617>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Duque, G., Saldarriaga, J. y Bohórquez, E. (2016). El servicio al cliente y sus problemáticas actuales: tendencias investigativas. *Revista Criterios*, 23(1), 395-408. <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/Criterios/article/download/1804/1867>
- Echeverry, P. (2016). El marketing y la importancia del servicio al cliente en las empresas. Fundación Universitaria Católica - Lumen Gentium. [https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/591/ENSAYO\\_DIPLOMADO\\_.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/591/ENSAYO_DIPLOMADO_.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
- Escudero, C., y Cortez, L. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Machala: Ediciones UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/TecnicasyMetodosualitativosParainvestigacionCientifica.pdf>

- Escudero, M., Japón, Á., Orellana, A., y Franco, M. (2023). Caracterización de la cultura organizacional, situación de aula, y desarrollo universitario de la Universidad de Cuenca. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 22(1), 48-65. <https://enlace.ueb.edu.ec/index.php/enlaceuniversitario/article/view/322>
- Escuela de Posgrado de Medicina y Salud. (2022). Cuáles son los servicios de la salud que se proporcionan de manera universal. <https://postgradomedicina.lat/servicios-salud-universal/>
- Espinoza, K. y Montalvo, J. (2021). Gestión del talento humano y desempeño laboral del personal administrativo de la Zona Registral N.º VIII-Sede Huancayo en tiempos de COVID-19. *Universidad Continental*. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10409/2/IV\\_PG\\_MRHGO\\_TE\\_Espinoza\\_Montalvo\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10409/2/IV_PG_MRHGO_TE_Espinoza_Montalvo_2021.pdf)
- Esquirol, J, Sánchez, J y Santamaria, I. (2017). *La revisión bibliográfica, base de la investigación. ACTUALIZACIONES EN FISIOTERAPIA*, (3). [https://www.researchgate.net/publication/319260924\\_La\\_revision\\_bibliografica\\_base\\_de\\_la\\_investigacion](https://www.researchgate.net/publication/319260924_La_revision_bibliografica_base_de_la_investigacion)
- Fajardo, G., Gutiérrez, J., y García, S. (2015). Acceso efectivo a los servicios de salud: operacionalizando la cobertura universal en salud. *Salud Pública De México*, 57(2), 180-186. [https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/7415?\\_\\_cf\\_chl\\_tk=zmOXXVPRM17eVRYAG1ZgNOgYm2GutKeU\\_VIXaaFLeaw-1694188450-0-gaNycGzNC7s](https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/7415?__cf_chl_tk=zmOXXVPRM17eVRYAG1ZgNOgYm2GutKeU_VIXaaFLeaw-1694188450-0-gaNycGzNC7s)
- Falconí, C. (2019). Estrategias metodológicas para mejorar la lectura inferencial de los estudiantes de primer semestre de la Carrera de Pedagogía de la Lengua y la Literatura de la Universidad Central del Ecuador, periodo 2019-2019. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19911/1/T-UCE-0010-FIL-594.pdf>
- Farías, A., Macías, M., Zambrano, L., y Gómez, N. (2021). El Ambiente de Trabajo y su Influencia en la Satisfacción Laboral como Prevención del Estrés en los Empleados. *Dominio De Las Ciencias*, 7(4), 586–601. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2439>
- Fariño Cortez, J., Vera, F., Cercado, A., Velasco, A., Millaico, M., y Saldarriaga, D. G. (2018). Satisfacción de usuarios y calidad de atención en unidades primarias de Salud de Milagro. *INSPILIP*, 2-25.
- Fatuly, S., León, M., y Noboa, M. (2020). Medios de comunicación interna como estrategia para fomentar el comportamiento de ciudadanía organizacional. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 7(4), 15–34. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/371>
- Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Didáctica Y Educación*, 11(3), 62–79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>
- Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 2015, 11(11), 64-78. <http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/196>

- Ferrer, A., Hernández, R., y Planes, P. (2022): "Identificación de las dimensiones de cultura organizacional en instituciones de educación superior: elemento que focaliza la competitividad", *Revista de Investigación latinoamericana en competitividad organizacional RILCO*, (13), 17-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8325219>
- Fiallos, G. (2021). La Correlación de Pearson y el proceso de regresión por el Método de Mínimos Cuadrados. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 2491-2509. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/466>
- Florez, D., Londoño, A., Peña, J. y Montoya, L. (2017). Características del servicio. <https://prezi.com/jn46vlhwg3um/caracteristicas-del-servicio/>
- Florez, L. (2021). La importancia de la calidad y el servicio. *Revista Neuronum*, 7(3). <http://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/335>
- Forrellat, M. (2014). Calidad en los servicios de salud: un reto ineludible. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 30(2), 179-183. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-02892014000200011&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892014000200011&lng=es&tlng=es).
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente Telos, 18(3), 381-398. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>
- Gómez, D. (2022). Modelo de trabajo híbrido: características, ventajas y desventajas. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-trabajo-hibrido>
- Gonzales, R. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera arbolito s.a.c. Chiclayo – 2016. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4485/Gonzales%20Guevara%20Robinson%20Vladimir.pdf?sequence=1>
- Guaita, T., Tapia, A., Cordero, R. y Mercado, A. (2023). Importancia de la Gestión de Calidad en el Servicio de Salud del Ecuador: Revisión Sistemática. <http://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/250/231>. DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.250>
- Guerrero, M., y Silva, D. (2017). La cultura organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas. *INNOVA Research Journal*, 2(3), 110–115. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/188>
- Guevara, G., Verdesoto Arguello, A., y Castro Molina, N. (2020) . Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
- Guevara, P. (2016). Factores determinantes en el Desempeño laboral de la empresa Buon Giorno de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23781/1/469%20MKT.pdf>
- Guevara, R. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera arbolito s.a.c. chiclayo – 2016. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4485/Gonzales%20Guevara%20Robinson%20Vladimir.pdf?sequence=1>

- Gutiérrez, N. (2016). Relación entre los valores organizacionales y la satisfacción laboral, en los trabajadores del Gobierno Regional de Moquegua, 2016. Universidad Cesar Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33538/gutierrez\\_mn.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33538/gutierrez_mn.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
- Hanco, M., Carpio, A., Laura, Z., y Flores, E. (2021). Relaciones interpersonales y desempeño laboral en hoteles turísticos del departamento de Puno. *Comunicación*, 12(3), 186-194.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000300186&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000300186&script=sci_abstract)
- Hernández, C., Prieto, A., y Hernández, C. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. *Reflexiones teóricas*.  
<https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>
- Hernández, H., Barrios, I., y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169–185.  
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/1621>
- Hernández, J., Espinosa, J., Peñaloza, M., Rodríguez, J., Chacón, J., Toloza, C., Arenas, M., Toloza, C., Arenas, M., Carrillo, S., y Bermúdez, V. (2019). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *AVFT – Archivos Venezolanos De Farmacología Y Terapéutica*, 37(5). [http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev\\_aavft/article/view/16165](http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_aavft/article/view/16165)
- Hernández, P., Lugo, J., y Ordóñez, H. (2022). Calidad del servicio, expectativas del usuario y comunicación efectiva fuentes de satisfacción del usuario. *Ciencia Digital*, 6(4), 48-75.  
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/2289>
- Hernández, G., Jaramillo, J., y Hernández, Y. (2022). La relación entre la cultura organizacional y la gestión de la calidad total en las pymes. *Estudios de Administración*, 29 (2), 79-104.  
<https://revistas.uchile.cl/index.php/EDA/article/download/67726/72371/257519>
- Huamanchumo, E. y Aguilar, A. (2018). La influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores del área de cobranza de la empresa asescom Rj abogados, oficina san isidro Trujillo, 2018.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13697/Aguilar%20Carranza%20Alexander%20Luis%20-%20Huamanchumo%20Bazan%20Ernestina%20Noemi.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Hurtado, L. (2016). La importancia de la Calidad en empresas.  
<https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-calidad-en-empresas-lile%C3%A9-hurtado-guzm%C3%A1n>
- Inca, G. (2023). Evolución del Sistema de Salud desde 1979 hasta 2022 en Ecuador. *La Ciencia al Servicio de la Salud y la Nutrición*, 14(1).  
<http://revistas.esepoch.edu.ec/index.php/cssn/article/view/787>

- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2016). Anuario de Estadísticas de Salud: Recursos y Actividades. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Recursos\\_Actividades\\_de\\_Salud/Publicaciones/Anuario\\_Rec\\_Act\\_Salud\\_2014.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/Publicaciones/Anuario_Rec_Act_Salud_2014.pdf)
- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 8(1), 425–437. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648>
- Izquierdo, J., y Anastacio, C. (2021). Calidad de servicio en instituciones privadas y públicas: revisión sistemática. *Revista ZHOECOEN*, 13(2), 84–93. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/2002>
- Jiménez, W., Granda, M., Ávila, D., Cruz, L., Flórez, J., Mejía, L., y Vargas, D. (2017). Transformaciones del Sistema de Salud Ecuatoriano. *Universidad y Salud*, 19(1), 126-139. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-710720170001001266](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-710720170001001266)
- Jiménez, Y. y Suárez, M. (2014). Investigación de campo como estrategia metodológica para la resolución de problemas. <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-27.pdf>
- Kaplan, J., Hermosillo, G., y Yocupicio, A. (2022). SERVQUAL: Calidad en el servicio de un restaurante de mariscos. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (38). <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/472>
- Kitsutani, E., y Cossio, A. (2022). Cultura organizacional en una Universidad Rural del Perú: Un Estudio de Caso. *Sinergias Educativas*. <http://sinergiaseducativas.mx/index.php/revista/article/view/203>
- La O Ramírez, L., Sánchez, T., Santoyo, S., Revoredo, L., y Velastegui, L. (2021). Diseño de un Programa General de Recreación para los estudiantes de la Universidad de Matanzas. *ConcienciaDigital*, 4(2.1), 113-130. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/1715>
- Lapo, M. y Bustamante, M. (2018). Incidencia del Clima Organizacional y de las Actitudes Laborales en el Comportamiento Prosocial de los Profesionales de la Salud del Guayas Ecuador, doi: 10.4067/S0718-07642018000500245, *Información tecnológica*, 29(5), 245-258 (2018). <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v29n5/0718-0764-infotec-29-05-00245.pdf>
- Lázaro, J., y Yzaguirre, J. (2023). La cultura organizacional de los trabajadores del Instituto Superior Tecnológico Privado BITEC, Chimbote, 2022. Tesis. Universidad Nacional del Santa, Nuevo Chimbote, Perú. <https://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14278/4290/52762.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- León, I., Espín, L., y Gallegos, S. (2021). Método general de solución de problemas y diagrama de Ishikawa en el análisis de los efectos de los femicidios en el entorno

- familiar. *Revista Conrado*, 17(79), 252-260.  
<http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n79/1990-8644-rc-17-79-252.pdf>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). Reglamento.  
[https://www.dpe.gob.ec/lotaip/pdfenero/JURIDICO/a2/a2\\_ley\\_org\\_defen\\_consum.pdf](https://www.dpe.gob.ec/lotaip/pdfenero/JURIDICO/a2/a2_ley_org_defen_consum.pdf)
- Ley orgánica de salud (2015) [https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2016/11/RD\\_248332rivas\\_248332\\_355600.pdf](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2016/11/RD_248332rivas_248332_355600.pdf)
- Linares, M., Lozano, J. y Ruis, G. (2017). La comunicación y la satisfacción del usuario en el centro de servicio de atención al contribuyentesunat, del Distrito de Miraflores. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1308>
- Lizcano, P., y Camacho, J. (2019). Evaluación de Tecnologías en Salud: Un Enfoque Hospitalario para la Incorporación de Dispositivos Médicos. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 40(3).  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-95322019000300010](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-95322019000300010)
- Llancari, R., y Alania, R. (2020). Cultura organizacional y desempeño docente en la Universidad Nacional del Centro del Perú. *ocialium*, 4(1), 22–33.  
<https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/socialium/article/view/475>
- Llanos, M., y Bell, R. (2018). La cultura organizacional: Abordaje conceptual y delimitación de variables para su estudio. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 5(2), 1–19. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/60>
- López, E., Sifuentes, M., Rodríguez, R., Aguilar, L., Perea, G. (2021). Evaluación de la calidad del servicio en las clínicas de la Licenciatura en Estomatología de la BUAP: metodologías SERVPERF y Donabedian. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, 9(23).  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-80642021000100003&lng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-80642021000100003&lng=es).
- López, G., Ernesto, J., Cabrera, Y., López, E., y Puerto, A. (2018). Calidad percibida en servicios de asistencia al adulto mayor. *MediSur*, 16(3), 437-463.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1727-897X2018000300012](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2018000300012)
- Losada, M., y Rodríguez, A. (2007). Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 237-258.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-35922007000200011&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922007000200011&lng=en&tlng=es).
- Lucas, A. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López. p. 29.  
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3404/1/PROYECTO%20DE%20TITULACION%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20ANDY%20LUCAS%20%28RESPALDO%29.pdf>
- Lucio, R., Villacrés, N., y Henríquez, R. (2011). Sistema de salud de Ecuador. *Salud Pública de México*, 53(2), 177-187.



- [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0036-36342011000800013&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342011000800013&lng=es&tlng=es)
- Macías, T., Martínez, G., y Lino, H. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 7(3), 1395-1411. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8399856.pdf>
- Madurga, J. (2022). ¿Qué es la imagen de marca? Pasos y claves para crear una empresa. <https://es.semrush.com/blog/imagen-de-marca/>
- Martín, J. (2018). Cómo medir tu servicio con Servqual. <https://www.cerem.es/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>
- Martín, S., y Lafuente, V. (2017). Referencias bibliográficas: indicadores para su evaluación en trabajos científicos. *Investigación bibliotecológica*, 31(71), 151-180. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2017000100151](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2017000100151)
- Martínez, A. (2019). Definición de cliente. <http://conceptodefinicion.de/cliente/>
- Martínez, A., y Mateus, M. (2020). Importancia del talento humano y herramientas tecnológicas en el desarrollo organizacional, para la mejora de la productividad laboral. *Revista Ingeniería, Matemáticas Y Ciencias De La Información*, 7(14), 117 - 126. <http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/ingenieria/article/view/672>
- Martínez, C., Arellano, A., y Lagarda, E. (2021). Cultura Organizacional y Competitividad de las Empresas Restauranteras y Hoteleras de Sonora, México. *Ciencias Administrativas*, (19), 095. <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/11334>
- Martínez, E. (2023). ¿Cómo ganarnos la confianza y la fidelidad de nuestros clientes? <https://es.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-ganarnos-la-confianza-y-fidelidad-de-nuestros-mart%C3%ADnez-bermejo>
- Martínez, E., Licon, J., y Rivera, P. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (37), 17. <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/463>
- Martínez, Y., y Yáber, G. (2022). Tendencias de investigación sobre comunicación interna en revistas internacionales: 2015-2021 / Research trends on internal communication in international journals: 2015-2021. *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, 12(23), 117-142. <https://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/758/0>
- Marulanda, C., y Cruz, G. (2018). La Cultura Organizacional, Factor Clave para la Transferencia de Conocimiento en los Centros de Investigación del Triángulo del Café de Colombia, doi: 10.4067/S0718-07642018000600245, *Información tecnológica*, 29(6), 245-252 (2018). <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v29n6/0718-0764-infotec-29-06-00245.pdf>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 38-47. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1607-40412018000100038](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038)

- Mejías, A., Godoy, E., y Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*, 21(40). <https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/html/>
- Meléndez, I., Macías, M., y Álvarez, A. (2020). Cultura de seguridad del paciente en la formación de enfermería. *Revista Cubana de Enfermería*, 36(2). <https://revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/3239/585>
- Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & Gestión*, (46), 11-47. <https://www.redalyc.org/journal/646/64664303002/>
- Méndez, J., Bolaños, C., y Méndez, M. (2023). La cultura organizacional y su efecto en el desempeño empresarial. *REVISTA ERUDITUS*, 4(1), 59–74. <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/718>
- Mera, X. (2022). Calidad del servicio de consulta externa, en establecimientos de salud pública nivel II de la ciudad de Portoviejo, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(4-1), 474-486. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8549567.pdf>
- Miranda, M., Chiriboga, P., Romero, M., Tapia, L., y Fuentes, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. *Alausí. Domino De Las Ciencias*, 7(4), 1430–1446. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2179>
- Molina, A. (2019). Funcionamiento y gobernanza del Sistema Nacional de Salud del Ecuador. *Íconos - Revista De Ciencias Sociales*, (63), 185–205. <https://iconos.flacsoandes.edu.ec/index.php/iconos/article/view/3070>
- Molina, M., Ochoa, C., y Ortega E. (2021). Correlación. Modelos de regresión. *Evidencias en Pediatría*, 17(2). <https://evidenciasenpediatria.es/articulo.php?lang=es&id=7827&tab=>
- Monroy, M., y Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación administrativa*, 48(123). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006&lng=es&tlng=es).
- Montoya, C., y Boyero, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 20(2), 1-20. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357947335001>
- Moreno, M., Holguín, J., y Guerrero, I. (2022). Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López. *Dominio De Las Ciencias*, 8(3), 2345–2366. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3005>
- Moreno, S., y Pérez, E. (2018). Relaciones interpersonales en el clima laboral de la universidad tecnológica del Chocó Diego Luis Córdoba. *Revista CES Derecho*, 9(1). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2145-77192018000100013](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-77192018000100013)

- Narváez, M. (2022). Tipos de necesidades del cliente y cómo solucionarlas. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-necesidades-del-cliente/>
- Navas, W., Vera, R., y Cedeño, M. (2019). Incidencia de la Cultura Organizacional en la Eficiencia de la Gestión en las Empresas. *Revista Publicando*, 6(20), 57-73. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2016>
- Niebles, E., Medina, Y., y Garzón, J. (2018). Modelamiento estadístico como herramienta didáctica informática basado en el software para validar conceptos teóricos y manejar datos estadísticos. *3C TIC*, 7(24), 47–61. [https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/03/Art\\_5.pdf](https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/03/Art_5.pdf)
- Núñez, L., y Juárez, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *3C Empresa, investigación y pensamiento crítico*, 7(1), 49-59. [https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/art4\\_.pdf](https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/art4_.pdf)
- Ñañez, C. (2021). Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en el Centro Cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16676/Nanez\\_sc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16676/Nanez_sc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Orbegoso, V., y Quispe, R. (2022). Cultura organizacional y calidad de servicio en la institución educativa Rafael Narváez Cadenillas de Trujillo. *SCIENDO*, 25(4), 349-354. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/4928>
- Organización Internacional de Normalización. ISO 9000: (2015) Sistemas de gestión de la calidad – Fundamentos y vocabulario. <https://http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/ISO%209000-2015.pdf>
- Ortega, A., Padilla, S., Torres, J., y Ruz, A. (2017). Nivel de importancia del control interno de los inventarios dentro del marco conceptual de una empresa. *Liderazgo Estratégico*, 7(1), 71–82. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/3261>
- Ortega, J., Rodríguez, J., y Hernández, H. (2017). Importancia de la seguridad de los trabajadores en el cumplimiento de procesos, procedimientos y funciones. *Revista Academia & Derecho*, 8 (14), 155-176. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6713605.pdf>
- Ortiz, D., y Sosa, A. (2021). Percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios en las entidades públicas sanitarias en tres hospitales de referencia del Departamento de Caaguazú. *Revista Científica Internacional*, 8(1), 117–137. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8070338>
- Pacheco, S. y Cortés, D (2019). Propuesta pedagógica para el mejoramiento del clima organizacional, doi: 10.15665/encuentv17i01.1674, *Encuentros*, 17(1), 145-161 (2019)
- Paredes, J., y Ronquillo, M. (s. f.). Evaluación de la atención de un hospital público del Ecuador. *Sinergias educativas*, 1(5). <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/382/3821581007/html/>

- Parra, C., y Rodríguez, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 6(2), 131–143. [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion\\_duitama/article/view/4602](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/4602)
- Parreño, A., Ocaña, S., Iglesias, A., Parreño, A., Ocaña, S., y Iglesias, A. (2021). Gestión de la calidad en unidades de salud de la ciudad de Riobamba. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 50(2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S013865572021000200012&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S013865572021000200012&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Peña, D., Toala, M., y Toala, B. (2022). Sobrecarga de trabajo: efectos sobre la productividad y calidad de vida. *RECIMUNDO*, 6(supl 1), 29-40. <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/1625>
- Pérez, H., y Lobelles, G. (2020). Metodología para la transición de NC ISO/IEC 17025:2017 en refinería Cienfuegos S.A mediante técnicas prospectivas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 160-173. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000200160&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200160&lng=es&tlng=es)
- Pilco, J., y Fernández, M. (2020). Evaluación de la atención de un hospital público del Ecuador. *Sinergias Educativas*, 5(1). <https://sinergiaseducativas.mx/index.php/revista/article/view/54>
- Pilligua, C., y Arteaga., F. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. Estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XV(28). <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/409659500007.pdf>
- Pincay, Y., y Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Domino De Las Ciencias*, 6(3), 1118–1142. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1341>
- Quezada, M., Torres, M., Quevedo, M. (2020). Trabajo en Equipo, Comunicación y Desempeño laboral en las Organizaciones del sector público. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7608887>
- Quiroa, M. (2019). Definición de cliente. *Economipedia*. <http://www.economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Raffino, M. (2020). Cliente. Editorial Etecé. <https://concepto.de/cliente/>
- Ramírez, D., y Cruz, I. (2023). Importancia de la calidad de los servicios universitarios: el caso de la Universidad Sámman de Jalisco, Campus Tijuana. *Revista Educación*, 47(1), 281–301. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/51806>
- Ramroop, T. (2022). Definición de servicio de atención al cliente y habilidades que exige, en 2021 y en adelante. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.es/blog/customer-service-skills/>
- Reyes, J., y Moros, H. (2019). La cultura organizacional: principales desafíos teóricos y metodológicos para su estudio. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 201-217.

- [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322019000100201&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322019000100201&lng=es&tlng=es)
- Rincón, O., y Aldana, L. (2021). Cultura organizacional y su relación con los sistemas de gestión: Una revisión bibliográfica. *SIGNOS - Investigación En Sistemas De gestión*, 13(2), 363–388.  
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/signos/article/view/6675>
- Rivas, P., Rivas, F., y Díaz, L. (2016). Satisfacción de pacientes con atención médica en emergencias. *Revista Cubana de Enfermería*, 32(3), Art. 3.  
<http://www.revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/942>
- Rivera, S. (2021). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Robles, C., Montes, J., Rodríguez, A., y Ortega, A. (2018). Diseño y validación de un instrumento de cultura organizacional para empresas medianas. *Nova scientia*, 10(21), 552-575.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-07052018000200552](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052018000200552)
- Rocha, T., Henao, H., y Cardona, D. (2022). Cultura organizacional en las empresas: conceptos, alcances y propuestas teóricas para su medición. *Revista Gerencia Libre*, 8, 17-31.  
[https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gerencia\\_libre/article/view/9522](https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gerencia_libre/article/view/9522)
- Rodríguez, J. (2021). Qué es un cliente y definición e importancia en las empresas. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- Rojas, C., Nieves, W., Pacheco, C., y Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07642020000400221](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000400221)
- Romero, M., y Álvarez, M. (2022). Usos del término "Likert". Una revisión en estudios sobre aprendizaje organizacional. *Revista de la Escuela de Perfeccionamiento en Investigación Operativa*, 30(51).  
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/epio/article/view/37820>
- Rosero, M. (2020). La importancia del material, los recursos y estímulos aplicados como juego en la actividad física. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 24(3), 183–204. <https://revistas.investigacion-upelipb.com/index.php/educare/article/view/1409>
- Roy, I., Rivas, R., Pérez, M., y Palacios, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista alergia México*, 66(3), 354-360.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-91902019000300354&lng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-91902019000300354&lng=es).
- Rubio, L., y De Lucas, S. (2018). Un análisis de los principales indicadores de calidad de los aeropuertos de España, Chile, Brasil y Perú. ACCI Ediciones.

- Saavedra, L., Saavedra, J., y Saavedra, J. (2021). Cultura organizacional y herramientas de medición: una aproximación teórica. *Revista Conrado*, 17(82), 171-177. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n82/1990-8644-rc-17-82-171.pdf>
- Salazar, P. (2018). Relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional: un estudio en una entidad pública ecuatoriana. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6348/1/T2694-MDTH-Salazar-Satisfacci%C3%B3n.pdf>
- Salvador, J., Marco, G., y Arquero, R. (2021). Evaluación de la investigación con encuestas en artículos publicados en revistas del área de Biblioteconomía y Documentación. *Revista Española De Documentación Científica*, 44(2), e295. <https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/1322/2087>
- Sanabria, F., Vergara, M., Santacruz, M., y Lucin, J. (2019). Influencia de la cultura organizacional en el sistema de gestión de calidad: Estado del arte. *Ciencia Digital*, 3(1), 239-256. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i1.286>
- Sanabria Suarez, A. F., Medina Ahumada, A. M., Chacón Muñoz, L. C., y Hernández Rodríguez, V. (2023). Percepción de la calidad de la atención en las unidades de cuidados intensivos de 2 instituciones de salud en la ciudad de Manizales.
- Sánchez, J. (2016). Definición de servicio. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sánchez, J. (2020). Servicio. <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sánchez, M., y Sánchez, M. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Santa Cruz, M., Collantes, Á., y Nauca, E. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Revista Científica Epistemia*, 4(2). <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/1322>
- Siavichay, E., Cárdenas, M., Vega, L., Asanza, D., y Barragán, M. (2023). Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico. *Maskana*, 14(1), 9–21. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/maskana/article/view/4248>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., y Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2), 85-101. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-78582021000100085](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085)
- Suin, L., Feijoo, E., y Suin, F. (2021). La salud en territorio: una aproximación a la Eficiencia Técnica del Sistema de Salud en el Ecuador mediante el Análisis Envoltante de Datos DEA. *UDA AKADEM*, (7), 130–157. <https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/udaakadem/article/view/372>
- Tenesaca, B., y Rodríguez, R. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en instituciones financieras. *CIENCIAMATRIA*, 8(2), 116-135. <https://www.cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/701>

- Terán, N., Gonzáles, J., Ramírez, R., y Palomino, G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184-1197. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/320>
- Thompson, I. (2019). La satisfacción del cliente. *promonegocios.net*. <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Tomas, D. (2021). Brand trust: cómo generar confianza con tu marca. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/brand-trust-como-generar-confianza-con-tu-marca>
- Tuesta, J., Riva, R., Pérez, C., y Pinchi, A. (2023). Cultura organizacional y calidad de atención del servicio administrativo en una universidad peruana. *Revista Amazónica De Ciencias Económicas*, 2(1), e451. <https://revistas.unsm.edu.pe/index.php/race/article/view/451>
- Ulloa, N. (2019). Cultura organizacional ¿un paradigma social. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 10(2), 150-173. <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/201>
- Urquiza, A., Coello, P., y Caicedo, M. (2022). Evaluación de la satisfacción de servicios de salud prestados en unidades del primer nivel de atención. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 38(2), Art. 2. <http://www.revmgi.sld.cu/index.php/mgi/article/view/1771>
- Vaccaro, G., Jurado, M., Gonzabay, E., y Witt, P. (2023). Desafíos y problemas de la salud pública en Ecuador. *RECIAMUC*, 7(2), 10-21. <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/1086>
- Valenzuela, N., Buentello, C., Gómez, L., y Villareal, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 6(2), 18-24. <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/159>
- Vega, C. (2020). Importancia de las estrategias de comunicación entre médico y paciente. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 58(2), 197-201. <https://www.redalyc.org/journal/4577/457767703017/html/>
- Vélez, F. (2022). Aspectos clave que mejoran la gestión en el servicio de salud. *Consultorsalud*. <https://consultorsalud.com/aspectos-clave-gestion-servicio-de-salud/>
- Vera, R., Flores, E., y Sierra, J. (2022). La gestión pública y la calidad de servicio en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 367-385. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/2234/3257/>
- Vesga, J., García, M., Forero, C., Aguilar, M., Jaramillo, J., Quiroz, E., Castaño, E., Andrade, V., y Gómez, M. (2020). Aspectos de la cultura organizacional y su relación con la disposición al cambio organizacional. *Suma Psicológica*, 27(1), 52-61. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-)





## **ANEXOS**

**Anexo 1:** Modelo de encuesta para los empleados de la clínica EcoMedic de las ciudades de Quito y Guayaquil.



**Objetivo:** Determinar la cultura organizacional de la clínica EcoMedic en Quito y Guayaquil para la mejora de la competitividad.

Gracias por contestar esta encuesta, no le tomará más de 10 minutos para completarla y sus respuestas serán confidenciales. Es importante que responda con sinceridad.( **Marcar con una X la respuesta**)

**Género:** Hombre

Mujer

<b>Edad:</b>	0-10	11-21	22-32	33-43	44-54	+55
<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriano		Venezolano	Colombiano:		Otro (Especificar)
<b>Nivel de Educación:</b>			<b>Ocupación:</b>			
Básica			Servidor público			
Bachillerato			Servidor privado			
Superior Incompleta			Negocio propio			
Estudiante Universitario			No aplica			

1	2	3	4	5
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni en desacuerdo ni de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>

**Indicaciones:** Por favor, lea detenidamente las siguientes preguntas y marque la opción que estime conveniente.

N°	Enunciados Cultura Organizacional	Alternativas				
		1	2	3	4	5
<b>D1</b>	<b>Comunicación</b>					
1	El gerente de EcoMedic se preocupa porque la comunicación interna funcione correctamente.					
2	Existen procedimientos para recopilar sugerencias de los usuarios y comunicar esas ideas al gerente.					
3	El personal tiene suficiente información para hacer su trabajo de manera efectiva.					
4	Se fomenta la buena comunicación entre los usuarios y el personal de EcoMedic.					
<b>D2</b>	<b>Valores y objetivos</b>	1	2	3	4	5
5	Los valores organizacionales (responsabilidad, transparencia, honestidad, respeto, integridad, entre otros) influyen en la comunicación de la clínica EcoMedic.					
6	Los empleados transmiten una imagen de honestidad y confianza a los usuarios					
7	Las funciones y límites de responsabilidad del cargo están claramente definidos.					
8	Se siente comprometido con los objetivos de la clínica EcoMedic.					
<b>D3</b>	<b>Orientación de resultados y al trabajo en equipo</b>	1	2	3	4	5
9	Se dota a los empleados de recursos materiales suficientes para desarrollar su trabajo.					
10	Los empleados se preocupan por realizar un trabajo de calidad y afrontar situaciones difíciles.					
11	Los empleados de EcoMedic se ven como parte de un mismo equipo.					
12	Los procedimientos actuales contribuyen al mejor rendimiento de los empleados de EcoMedic.					
<b>D4</b>	<b>Excelencia</b>	1	2	3	4	5
13	El servicio brindado por los profesionales de EcoMedic responde a los requerimientos de los usuarios.					
14	El personal de EcoMedic se caracteriza por responder a las preguntas de los usuarios.					
15	La clínica EcoMedic cumple sus compromisos eficientemente.					
16	El personal es capaz de solucionar los problemas y reclamos que se presentan.					
<b>D5</b>	<b>Clima laboral</b>	1	2	3	4	5
17	En EcoMedic existe un clima organizacional adecuado para la fluida transferencia de información.					
18	Ecomedic cuenta con empleados que siempre están dispuestos a brindar asistencia y asesoramiento a los clientes					
19	¿Considera que la estructura física es favorable para el desarrollo de sus actividades?					
20	¿Siente que las relaciones con sus compañeros de trabajo son buenas?					

**Anexo 2:** Modelo de encuesta para los clientes de la clínica EcoMedic de las ciudades de Quito y Guayaquil.



**Objetivo:** Determinar la calidad de servicio a través de los usuarios de la clínica EcoMedic en Quito y Guayaquil para la mejora de la competitividad.

Gracias por contestar esta encuesta, no le tomará más de 10 minutos para completarla y sus respuestas serán confidenciales. Es importante que responda con sinceridad. **(Marcar con una X su respuesta)**

**Género:** Hombre  Mujer

<b>Edad:</b>	0-10	11-21	22-32	33-43	44-54	+55
<b>Nacionalidad:</b>	Ecuatoriano	Venezolano	Colombiano	Otro (Especificar)		
<b>Nivel de Educación:</b>				<b>Ocupación:</b>		
Básica				Servidor público		
Bachillerato				Servidor privado		
Superior Incompleta				Negocio propio		
Estudiante Universitario				No aplica		

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni en desacuerdo ni de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>

**Indicaciones:** Por favor, lea detenidamente las siguientes preguntas y marque la alternativa que estime conveniente.

N°	Enunciados Calidad de Servicio	Alternativa				
<b>D1</b>	<b>Tangibilidad</b>	1	2	3	4	5
1	Las instalaciones físicas de la clínica EcoMedic son cómodas y visualmente atractivas.					
2	Considera que los equipos tecnológicos de la clínica EcoMedic son los idóneos para el servicio.					
3	Cuando ha requerido la atención de dos o más servicios de la clínica EcoMedic, ha sentido que estos trabajan en forma coordinada para brindarle una atención de calidad.					
4	El Departamento de Información y reclamaciones está ubicado en un lugar visible e identificable para los clientes.					
<b>D2</b>	<b>Seguridad</b>	1	2	3	4	5

5	EL ambiente laboral de la clínica EcoMedic es adecuado.					
6	La seguridad en las instalaciones es suficiente para que el usuario este seguro.					
7	Los empleados de la clínica EcoMedic transmiten confianza al momento de satisfacer las necesidades de los clientes.					
8	Las quejas y sugerencias de los usuarios son atendidas en forma adecuada.					
<b>D3</b>	<b>Fiabilidad</b>	1	2	3	4	5
9	El servicio que brinda EcoMedic responde a las necesidades y problemas de los usuarios.					
10	Durante sus visitas ha podido observar cambios para la mejora del servicio.					
11	Al visitar la clínica EcoMedic, puede comunicarse fácilmente con el personal para que puede satisfacer sus necesidades.					
12	Se informa en forma anticipada sobre las actividades que se desarrollan en la clínica EcoMedic.					
<b>D4</b>	<b>Capacidad de respuesta</b>	1	2	3	4	5
13	Cuando ha tenido algún problema de atención la clínica EcoMedic le ha ofrecido alternativas de atención de forma oportuna.					
14	El personal de EcoMedic esta cuando se le necesita y siempre está dispuesto a ayudarlo.					
15	Cuando acudes a la clínica recibes un buen servicio de forma ágil y rápida.					
16	Tienes información sobre los servicios que ofrece la clínica EcoMedic.					
<b>D5</b>	<b>Empatía</b>	1	2	3	4	5
17	El personal proporciona a los usuarios un trato considerado y amable.					
18	Recibió una atención personalizada según sus necesidades.					
19	Los horarios de atención y el tiempo de espera son convenientes para los usuarios.					
20	La clínica EcoMedic cumple con las exigencias de los usuarios.					

**Anexo 3. Ficha de informe de opinión de expertos**

Título de la investigación		Nombre del instrumento
Cultura Organizacional y su relación con la Calidad de Servicio en el Centro Cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.		Encuesta
DATOS DEL INFORMANTE:	Apellidos y Nombres: Cosme Silva, Omar	
	Cargo e Institución donde labora: UPG-FCA, UNMSM	
DATOS DEL TESISTA:	Apellidos y Nombres: Ñañez Severino, Carlos	
	Maestría: Administración con mención en Gestión Empresarial.	

**Aspectos de validación:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-30%	31-50%	51-70%	71-90%	91-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				90%	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de las Ciencias Administrativas				85%	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				85%	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				90%	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar				85%	
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-Científicos del tema de investigación				85%	
COHERENCIA	Entre dimensiones (si hubiera), indicadores, ítems e índices				90%	
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				90%	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					91%

**Promedio de valoración: 87%**

Informe de aplicabilidad:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado	SI
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, nuevamente validado	

  
 Firma del Experto Informante  
 DNI. N° 25717320.  
 Teléfono N° 989144316

**Anexo 4. Ficha de informe de opinión de expertos**


Título de la investigación		Nombre del instrumento
Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en el Centro cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.		Encuesta
DATOS DEL INFORMANTE:	Apellidos y Nombres: Ríos Delgado, Teresa J.	
	Cargo e Institución donde labora: UPG-FCA, UNMSM	
DATOS DEL TESISISTA:	Apellidos y Nombres: Ñañez Severino, Carlos	
	Maestría: Administración con mención en Gestión Empresarial.	

**Aspectos de validación:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-30%	31-50%	51-70%	71-90%	91-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					97
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					97
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de las Ciencias Administrativas				90	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					97
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				90	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar					95
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación				90	
COHERENCIA	Entre dimensiones (si hubiera), indicadores, ítems e índices					98
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					97
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					95

**Promedio de valoración: 95%****Informe de aplicabilidad:**

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado	X
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, nuevamente validado	

  
 Firma del Experto Informante  
 DNI. N° 07482660  
 Teléfono N° 945138330

## Anexo 5. Ficha de informe de opinión de expertos

Título de la investigación		Nombre del instrumento
Cultura Organizacional y su relación con la Calidad de Servicio en el Centro Cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.		Encuesta
DATOS DEL INFORMANTE:	Apellidos y Nombres: Torres Castillo, Aníbal	
	Cargo e Institución donde labora: UPG-FCA, UNMSM	
DATOS DEL TESISTA:	Apellidos y Nombres: Ñañez Severino, Carlos	
	Maestría: Administración con mención en Gestión Empresarial.	

### Aspectos de validación:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-30%	31-50%	51-70%	71-90%	91-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje Apropiado				85	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					92
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de las Ciencias Administrativas				90	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica				90	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				85	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar					92
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico Científicos del tema de investigación				90	
COHERENCIA	Entre dimensiones (si hubiera), indicadores, ítems e índices				90	
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				90	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					92

**Promedio de valoración: 89,6%**

### Informe de aplicabilidad:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado	SI
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, nuevamente validado	

  
 Firma del Experto Informante  
 DNI N° 08677014  
 Telefono N° 941809999



**Anexo 6.** Fotografías de la realización de las encuestas a empleados en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.



**Anexo 7.** Fotografías de la realización de las encuestas a clientes en la clínica EcoMedic de Guayaquil y Quito.



