

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE MEDICINA HUMANA



**NIVEL DE REPUTACIÓN POR DIMENSIONES DEL HOSPITAL HIPÓLITO
UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL
CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID- 19, AÑO 2021.**

Presentado por:

Lesly Solanch Tesillo Trejo

Asesor:

Medico Cirujano Breitner Aderly Osco Ramos

Para optar el título profesional de Médico Cirujano

Tacna – Perú

2021

DEDICATORIA:

“Ningún obstáculo es tan grande cuando tu voluntad por vencer es mayor”, estas palabras son las que me hicieron triunfar y ser lo que ahora soy, por lo tanto, dedico esta tesis a mi padre Rigoberto Trejo Ruiz y Grimanesa Calderón de Trejo, por su esfuerzo, perseverancia, apoyo incondicional, y lo más importante creer en mí, además a mi familia que también estuvo presente en todo momento, en cada enseñanza y ser partícipe de mis metas y logros.

AGRADECIMIENTO:

Empezare agradeciendo a nuestro creador, ya que me dio la oportunidad de nacer bajo un seno familiar lleno de valores, comprensión, etc.

Agradezco a mis profesores por sus enseñanzas y experiencias compartidas en cada clase, practica e internado médico.

Agradezco a mi asesor el Dr. Breitner Osco Ramos por haber confiado en la realizacion de mi tesis.

Por último, agradezco a mis amigos por siempre brindarme su apoyo, y respetar mi tiempo dedicado a esta tesis.

RESUMEN

Objetivo: Determinar el nivel de reputación del Hospital Hipólito Unanue de Tacna por dimensiones según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia COVID- 19, año 2021.

Material y método: El tipo de investigación es observacional porque no hubo manipulación de variables; el Hospital Regional Hipólito Unanue, es el único Hospital público de la región de Tacna y es categorizado como un Hospital II-2. Se calculó por muestreo simple a 347 ciudadanos que reunían criterios de inclusión.

Resultados: Los mejores valores promedio se encontraron en las dimensiones de calidad de la asistencia y credibilidad /confianza. La distribución promedio más baja se encontró en la dimensión respecto al medio ambiente. En general se observa que las dimensiones de reputación hospitalaria son valoradas como buenas.

Conclusiones: El nivel de reputación hospitalaria de acuerdo a la percepción del usuario es buena en un 42.4%.

Palabras clave: *Reputación hospitalaria, percepción, calidad de atención, imagen.*

ABSTRACT

Objective: Determine the reputation level of Hospital Hipólito Unanue de Tacna by dimensions according to user perception, in the context of the COVID-19 pandemic, year 2021.

Material and method: The type of research is observational because there was no manipulation of variables; the Hipólito Unanue Regional Hospital is the only public Hospital in the Tacna region and is categorized as a II-2 Hospital. 347 citizens who met inclusion criteria were calculated by simple sampling.

Results: The best average values could be found in the dimensions of quality of care and credibility/trust. The lowest average distribution was found in the dimension of respect for the environment. Overall, it is observed that the dimensions of hospital reputation are rated as good.

Conclusions: The level of hospital reputation according to the user's perception is good in 42.4%.

Key words: *Hospital reputation, perception, quality of care, image.*

ÍNDICE

1	CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	11
1.1	Planteamiento del problema	11
1.2	Formulación del problema	13
1.3	Objetivos de investigación	13
1.3.1	Objetivo General	13
1.3.2	Objetivos específicos	13
1.4	Justificación de la investigación	14
1.5	Definición de términos básicos	16
2	CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA	19
2.1	Antecedentes	19
2.1.1	Antecedentes internacionales	19
2.1.2	Antecedentes nacionales	23
2.2	Marco teórico	24
2.2.4	LOS STAKEHOLDERS	30
3	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	31
3.1	Variables y definición operacional	31
3.1.1	Variables	31
3.1.2	Definición Operacional	31
3.2	Diseño Metodológico	34
3.3	Diseño muestral	34
3.3.1	Ámbito de estudio	34
3.3.2	Unidad de análisis	35
3.3.3	Población	35

3.3.4	Muestra	35
3.3.5	Criterios de inclusión	36
3.3.6	Criterios de exclusión	36
3.4	Técnicas de recolección de datos	36
3.4.1	Técnica	36
3.4.2	Instrumento 1	37
3.5	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	42
3.6	Aspectos éticos	42
4	RESULTADOS	43
5	DISCUSIÓN	57
6	CONCLUSIONES	60
7	RECOMENDACIONES	61
8	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62

INTRODUCCIÓN

Son muchos los interrogantes que la crisis pandémica del Covid-19 genera en el campo de la reputación hospitalaria, vivimos en una sociedad donde la crítica no es solo una simple opinión, no significa hablar mal o bien de algo. Al contrario, es presentar un determinado punto de vista a través de argumentos claros y sólidos que se van dando con el tiempo y la experiencia.

Hoy en día, existe una competencia feroz donde cada empresa u organización, no importa qué servicio o producto proporcione, necesitan preocuparse por mantener una buena reputación.

La reputación de un Hospital es, una actitud o creencia que una persona o grupos de personas mantienen y es probable que afecte al modo de como interpretan la información relativa del Hospital, cómo éste es capaz de transmitir a los demás dicha información y cómo interactuará el profesional con los usuarios (1), esto contribuirá a una mayor predilección de los usuarios para acceder a sus servicios, mejores resultados clínicos, mayor calidad asistencial, y también atraer profesionales talentosos (2), además de contar con un activo valioso bien administrado, esto puede colocar a una organización en las preferencias y los corazones de las partes interesadas.

Tomando en consideración lo mencionado, en un Hospital, los pacientes no solo evalúan la atención Médica, sino también infraestructura, equipamiento, tratamiento y las cualidades profesionales de todos los trabajadores, desde el personal de limpieza, pasando por técnicos hasta los gerentes. Por tanto, estas instituciones estarán en la obligación de hacer todo lo posible para que el servicio prestado sea de alta calidad, de lo contrario pueden poner en riesgo la imagen institucional. De ahí su reputación, y cuando la reputación es negativa, generará malestar en los

propios pacientes, en el personal asistencial, en la imagen profesional e institucional.

Este estudio pretende realizar la valoración de la reputación hospitalaria del Hospital Hipólito Unanue de Tacna. Es importante tener en cuenta los resultados obtenidos, ya que nos permite conocer la opinión actual de la población que participa en el estudio, y con eso el establecimiento de salud en mención pueda establecer estrategias para mejorar su reputación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Los pacientes y los proveedores de servicios sanitarios se enfrentan constantemente al análisis de un conjunto de variables sobre la calidad de la asistencia, credibilidad y/o confianza, gestión y liderazgo que pueden tener influencia en el momento de la toma de decisiones. La medida y mejora de la reputación de los Hospitales sigue siendo un objetivo de cualquier institución y del Sistema Nacional de Salud (1).

El grado de satisfacción del usuario ha tomado mucha importancia con la modernización del estado y en tiempos de pandemia de Covid-19, se está poniendo énfasis en la evaluación de los servicios de salud y la reputación, con la finalidad de dar bienestar a los ciudadanos, siendo este un tema que repercute en la salud pública (3).

Entonces la reputación supone prestigio y se fundamenta en las percepciones que los usuarios tienen de la calidad de atención, credibilidad y/o confianza, investigación, gestión, liderazgo y respeto del medio ambiente; que en sí es la consolidación de la imagen social de un Hospital, depende de cómo se comportó a lo largo del tiempo y hace que la veamos como una mejor opción o no que otra (4).

Sabiendo esto, no podemos dejar de mencionar que paulatinamente las posibilidades de elección por un centro sanitario pueden incrementarse o no, por ello el estudio de la reputación de los Hospitales reviste cada vez mayor interés y más aún cuando se han evidenciado una serie de problemas en este tiempo de pandemia de Covid -19, donde existen diversas opiniones tanto de la comunidad como de las diversas autoridades, teniendo en cuenta las condiciones de los establecimientos de

salud, como la infraestructura, recursos, tecnología, hasta la empatía; que pueden colocar en riesgo la reputación de dichas instituciones, siendo esta un aspecto que deben tomar en cuenta nuestras autoridades hospitalarias y directivos del gobierno regional.

Por lo tanto, la buena percepción de la reputación de una institución dedicada a la atención de salud, la hace más confiable para los pacientes y la prefieren a los establecimientos de salud con mala reputación. Disfrutar de una mejor reputación está relacionado con mejores resultados en la atención clínica. A su vez, la difusión de los resultados de la atención clínica parece estimular mejoras en la calidad de la atención. Una buena reputación también le permite retener y atraer profesionales talentosos (2).

La reputación es una parte importante del valor de una institución y un indicador clave para medir el desempeño institucional. Es una evidencia empírica de la correlación positiva entre buena reputación y mejor desempeño (5). La reputación también tiene un gran impacto en el rendimiento.

Por último, Tacna está en zona desértica, y su principal actividad es el comercio, cabe mencionar que cuenta con dos Hospitales, uno el Hospital Hipólito Unanue del MINSA y el otro, el Hospital Daniel Alcides Carrión de ESSALUD.

Al no conocerse la percepción que tienen los usuarios de la reputación de ningún de los dos Hospitales y con el afán de conocer en el contexto de la pandemia Covid 19 la percepción actual, es que se decide realizar este trabajo de investigación en el Hospital Hipólito Unanue de Tacna, como un aporte no solo al Hospital sino a la comunidad y que esta información sirva para que las autoridades involucradas tomen acciones para mejorar la calidad de atención, credibilidad y/o confianza, gestión y liderazgo, respeto al medio ambiente, investigación y desarrollo.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el Nivel de reputación por dimensiones del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia COVID- 19, año 2021?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar el Nivel de reputación por dimensiones del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia Covid-19, año 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Conocer las características sociodemográficas de los usuarios que perciben el nivel de reputación por dimensiones del Hospital Hipólito Unanue de Tacna, en el contexto de la pandemia Covid-19, año 2021.
- b) Determinar el nivel de reputación con la dimensión de calidad de atención del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia COVID-19, año 2021.
- c) Determinar el nivel de reputación con la dimensión de credibilidad y confianza del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia COVID- 19, año 2021.
- d) Determinar el nivel de reputación con la dimensión de Investigación y Desarrollo del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la

pandemia COVID- 19, año 2021.

- e) Determinar el nivel de reputación con la dimensión de Gestión y liderazgo del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia COVID- 19, año 2021.
- f) Determinar el nivel de reputación con la dimensión de respeto al medio ambiente del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia COVID- 19, año 2021.
- g) Determinar el nivel de reputación con las cinco dimensiones del Hospital Hipólito Unanue de Tacna según percepción del usuario, en el contexto de la pandemia COVID- 19, año 2021.

1.4 Justificación de la investigación

El éxito de una institución depende de su reputación, la cual se define como la percepción que los diversos grupos de interés tienen de ella, según su comportamiento y el cumplimiento de su compromiso. La reputación de una organización, no solo es el resultado de lo que podemos oír o experimentar a lo largo del tiempo, sino que, además, está estrechamente asociada a la satisfacción de los usuarios.

La satisfacción del paciente y de sus acompañantes, son importantes, además ha sido sugerida como indicador de calidad del cuidado en países desarrollados (3).

A pesar de la importancia del resultado de que cada institución hospitalaria gestione su reputación, a fin de gozar de la preferencia de su público, actualmente no existe un instrumento metodológico para medir la reputación de las organizaciones, por lo que en el presente estudio hemos utilizado una herramienta validada que ha permitido elaborar un diagnóstico de la reputación del Hospital Hipólito Unanue de Tacna, la cual queda a disposición de la comunidad académica para futuras investigaciones.

Warren Buffett comentó: "Se necesitan 20 años para construir una reputación, y solo se necesitan cinco minutos para destruir una reputación" (6).

Esta tesis es analizada desde el punto de vista de quien recibe la atención; debido a que la insatisfacción de los usuarios es un problema que se presenta a menudo dentro de las instituciones orientadas a la salud; por ello, es importante que investigaciones similares se sigan desarrollando; de esta forma se conocerán los problemas que prevalecen en las organizaciones públicas y privadas de salud, lo que permitirá corregir falencias.

El estudio permitirá conocer cuáles son las causas que originan que un usuario refleje insatisfacción con respecto al servicio de atención recibida, esto permitirá obtener información relevante para mejorar y brindar un servicio de atención hospitalario adecuado y diferenciado para así lograr la satisfacción del usuario y de su familia.

Esta tesis beneficia a los usuarios porque les permitirá conocer en qué situación se encuentra la reputación de la institución al momento de elegir un centro hospitalario para tratarse de alguna enfermedad o dolencia.

Así también, es un valioso aporte para el Hospital en estudio, ya que se le brindará a la administración las deficiencias identificadas en la atención y el servicio que ofrecen, para que planteen soluciones a través de una buena gestión de la reputación a fin de mejorar su relación con sus grupos de interés.

Asimismo, este trabajo alcanza una gran relevancia social porque podrá demostrar a las diferentes organizaciones cuán importante es su reputación para ganar su confianza, credibilidad y donde la reputación es sobresaliente (lo que crea valor sostenible a largo plazo), se traducirá en lealtad y recomendación (7).

A partir de los resultados de este estudio confiamos en que se desarrollen

otras investigaciones relacionadas a este tema, ya que a la fecha no se conoce ningún trabajo sobre reputación que se haya realizado de manera local con alguna institución del Estado o de las dependencias del sector Salud. Es necesario tener en cuenta que contar con organizaciones que gocen de buena reputación no solo es beneficioso para ellas porque les significará mejores ingresos económicos, sino también para sus grupos de interés porque podrán recibir un mejor servicio. En este sentido, esta investigación deja un sólido referente teórico y práctico para los futuros trabajos que se desarrollen y para las diferentes organizaciones que estén convencidas que su reputación es lo más valioso que tienen y deben cuidarlo. Es decir, están obligadas a cerrar la brecha que existe entre lo que dicen ser y lo que verdaderamente son.

Este estudio es factible porque se cuenta con acceso a los recursos. El estudio tiene como delimitación a los pobladores del distrito de Tacna.

Entre las limitaciones que tubo el estudio fue la dificultad de los pobladores a participar de las encuestas en forma presencial debido a la pandemia Covid 19, se debió mantener el distanciamiento obligatorio y el cumplimiento de las normas emitidas por el estado en el periodo de emergencia nacional de salud (8). Motivo por el cual se tuvo que optar por la utilización de google forms.

1.5 Definición de términos básicos

Reputación Hospitalaria:

“La reputación se basa en el atractivo de las personas para la empresa, institución, organismo, corporación, etc. en función de los siguientes factores: el contenido de la comunicación; la experiencia directa; lo que dice el tercero de ella, como los medios de comunicación y otros públicos de referencia. Este atractivo se debe a la admiración, respeto, confianza y buena voluntad” (9).

Calidad de Atención:

El concepto de Calidad de la Atención en Salud está vinculado a la satisfacción de las necesidades y exigencias del paciente individual, de su entorno familiar y de la sociedad como un conjunto. Se basa en la organización de un cambio cuyo objetivo es lograr niveles de excelencia en las prestaciones, eliminando errores y mejorando el rendimiento de las instituciones. “La Organización Mundial de la Salud define como requisitos necesarios para alcanzar la Calidad en Salud a los siguientes factores: en primer lugar, un alto nivel de excelencia profesional, segundo es un buen uso eficiente de los recursos, un mínimo riesgo para el paciente, un alto grado de satisfacción del paciente, y la valoración del impacto final en la Salud” (3). La calidad en Salud debe entenderse englobando tres dimensiones: a) humana; b) científico-técnica, y c) económico-financiera.

Credibilidad y/o confianza:

“La Credibilidad es aquella característica de determinadas cosas que hacen que sean creíbles, hablamos de situaciones, versos o estimaciones de una determinada presencia (10).

La confianza es la creencia, esperanza y fe persistente que alguien tiene respecto a otra persona, entidad o grupo, en el cual se desenvuelve en una situación o circunstancia determinada; la confianza se verá más o menos reforzada en función de las acciones buenas o malas” (11).

Investigación + desarrollo (I +D):

La investigación y desarrollo (I+D) es el proceso de investigación en conocimientos científicos y técnicos, con el objetivo de desarrollar tecnologías para obtener nuevos productos, materiales o procesos. Para ello, en las actividades de I+D, será fundamental que pueda apreciarse un importante nivel de creatividad o novedad (12).

Gestión y liderazgo:

El liderazgo es una disciplina cuyo ejercicio produce deliberadamente una influencia en un grupo determinado con la finalidad de alcanzar un conjunto de metas preestablecidas de carácter beneficioso, útiles para la satisfacción de las necesidades verdaderas del grupo (13) y gestión es utilizado para referirse al conjunto de acciones, o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo (14).

CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Asenjo et al en su artículo “Análisis de la reputación de los hospitales españoles: Relación con su producción científica en cuatro especialidades”, realizaron un estudio con el objetivo de evaluar la reputación hospitalaria y analizar la posible relación entre el índice de reputación y la producción científica de estos hospitales. Se encuesta miembros de diferentes sociedades, cada miembro puede votar por los 5 hospitales que crea que tienen la mayor reputación de atención profesional. Las puntuaciones finales de 15 hospitales con una tasa de participación superior al 5% constituyen el índice de credibilidad. Se evaluaron los productos científicos con más votos en cada especialidad y en cada hospital y se analizó la posible relación entre estos dos parámetros. Los resultados mostraron que la mayoría de las publicaciones y los índices de citas están correlacionados positivamente y son estadísticamente significativos con el índice de reputación. La producción científica de éstos mostró una relación positiva con el índice de reputación (1).

Maggi en su estudio “Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro” con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción mediante el cuestionario SERVQUAL respecto a la atención y calidad brindada en los servicios de emergencia pediátrica del Hospital

General de Milagro. Diseñó una investigación analítico transversal, la recopilación de datos se realizó en una muestra de 357 representantes de pacientes pediátricos. Los resultados concluyeron que las dimensiones en donde existe insatisfacción de parte de los usuarios fueron tangibilidad, fiabilidad, seguridad y empatía; mientras que capacidad de respuesta se consideró parcialmente satisfecho, ya que tanto expectativas como percepciones tuvieron bajas valoraciones. Concluyendo que el servicio no brinda la plena seguridad al paciente y la atención es deficiente con respecto a la calidez en el trato (15).

Mira et al en su estudio "Hospital reputation and perceptions of patient safety" con el objetivo general de determinar la relación entre la reputación social y la seguridad percibida. Se determinó una muestra aleatoria de la población hospitalaria, entre pacientes y familiares de estos, de diferentes sedes para entrevistarlos, los resultados mostraron que no hubo diferencia de la percepción de seguridad o reputación hospitalaria entre pacientes y familiares; una percepción en cuanto a competencia de profesionales, la confianza en el resultado positivo del tratamiento médico o quirúrgico y la reputación hospitalaria se asociaron directa y positivamente con su percepción de que el hospital era un entorno clínico seguro, en forma inversa con el suceso de errores clínicos. Los autores concluyen que los datos orientan a que la reputación social de estos hospitales y las percepciones de los pacientes o familiares sobre la seguridad del paciente estaban realmente correlacionadas. Las investigaciones futuras deben evaluar si los esfuerzos para mejorar la reputación del hospital, mejorando la percepción de los pacientes sobre la seguridad clínica, además pueden contribuir a reducir la frecuencia de los litigios (16).

Mira et al en el artículo “La reputación de los hospitales españoles. Bases para el desarrollo de un índice de reputación de los hospitales”, un estudio basado en técnicas cualitativas de búsqueda de consenso con el objetivo de representar y analizar los atributos recomendados para un índice de reputación en hospitales españoles, se identificaron mediante grupos nominales una serie de dimensiones que delimitaban el alcance del índice de reputación y mediante una plataforma online se facilitó la aplicación de la técnica Delphi. Se identificaron cuatro dimensiones que estructuran el índice de reputación: calidad de la asistencia, comportamiento ético, credibilidad/confianza e innovación e investigación biomédica que a su vez se subdividen en 12 componentes en total. Los autores concluyeron que en la construcción de este índice de reputación se considere como atributos medidas de resultado en calidad asistencial y en seguridad del paciente, la percepción del paciente (satisfacción) y de los ciudadanos (confianza), actuaciones para mitigar el impacto ambiental, buenas prácticas de gestión económica y de personal y la capacidad del hospital para la investigación e innovación. Futuros estudios deberían ir en la línea de validar los estándares de referencia para construir un índice de reputación para hospitales (2).

Lubis et al en el artículo “A Study of Service Quality, Corporate Social Responsibility, Hospital Image, and Hospital Value Creation in Medan”, un estudio con el objetivo de analizar los diez aspectos de la calidad del servicio como constructo de calidad de servicio y evaluar los factores para mejorar el valor sanitario; además de evaluar la potencial creación de un valor basada en el paciente hospitalizado. Se usaron cuestionarios en 150 pacientes para evaluar las diferentes variables operativas. Los resultados mostraron que el valor más importante en la prestación de servicios de salud es el personal de salud como experiencia hospitalaria y en menor medida la asistencia alimentaria. Los autores en parte de sus conclusiones

refieren que dentro de los aspectos estudiados el aspecto más importante percibido por el paciente está en relación a recursos humanos, para brindar una mejor calidad de servicio, la atención médica debe mejorar su personal tanto en conocimiento como en cómo cuidar a sus clientes (17).

Kandemir et al en su artículo “The Hospital preferences and effect of corporate reputation perceptions on attitudes and behaviors of Turkish health service consumers”, un estudio con el objetivo de determinar el impacto de las percepciones de los pacientes y los posibles consumidores de atención médica sobre la reputación corporativa que tienen los hospitales en la confianza, la lealtad y la identificación de los pacientes. Además, en el estudio se investigó si existe una diferencia estadísticamente significativa entre las características sociodemográficas de los consumidores y las percepciones relacionadas con la confianza del paciente, la lealtad a la empresa y la identificación. Se utilizó el formulario de cuestionario como herramienta de recolección de datos en el estudio. La población de la investigación consiste en personas que residen en el centro de la ciudad de Ankara. Se utilizó el método de muestreo aleatorio simple. Para ello, se aplicó el formulario a 515 personas. Los resultados mostraron que una percepción de que un hospital es conocido, exitoso y con grandes efectos en la reputación tiene un impacto en la confianza institucional. Además, se vio a los consumidores sugerir la atención y defenderse de las críticas negativas sobre sus hospitales. Los hallazgos han demostrado que las percepciones de la reputación corporativa tienen un impacto en las actitudes y comportamientos de las personas y juegan un papel importante y afectan la sostenibilidad en las preferencias hospitalarias (18).

2.1.2 Antecedentes nacionales

Tras realizar de manera exhaustiva las revisiones bibliográficas no se encontraron investigaciones directamente relacionadas al tema de Reputación Hospitalaria en Tacna; sin embargo, se encontraron trabajos afines los cuales se describen a continuación:

Calla et al en su estudio “Marketing de servicios como ventaja competitiva en la gestión de la reputación corporativa del hospital regional Honorio Delgado, pacientes de consulta externa, Arequipa 2018”, un estudio con el objetivo principal determinar la influencia de las dimensiones de la calidad de servicio en la reputación corporativa del hospital, así brindar una herramienta de medición de la reputación corporativa y fuente de ventaja competitiva, desde un enfoque del usuario de consulta externa. Se ejecuta una investigación de carácter cuantitativo aplicando un cuestionario a pacientes de consulta externa. Los resultados evidenciaron la existencia de la falta de efectividad en la aplicación de las estrategias del marketing de servicios, así como también la inconformidad de usuarios de consulta externa reflejándose en mala reputación del hospital, los servicios que entregan no están orientados a una adecuada satisfacción para nuestros pacientes y a la vez que no se solucionan con rapidez los problemas (19).

Reyes en su estudio “Estrategia de comunicación para reforzar la reputación institucional del Hospital I de EsSalud Nuevo Chimbote – Ancash, 2018”, este estudio tuvo como objetivo determinar la estructura y los elementos de comunicación que puedan mejorar la reputación hospitalaria, así como de sus dimensiones para elaborar un diagnóstico y la propuesta que ayude a reforzar la reputación de la institución. Para determinar la evaluación de la reputación del hospital con la ayuda de expertos se validó un instrumento; el punto de partida fue el análisis de

estudios similares sobre reputación corporativa y posteriormente se consolidó la bibliografía en base a seis dimensiones con sus respectivos indicadores. De 51 522 asegurados que reciben atención se calculó 384 usuarios. Los resultados muestran que la reputación del hospital I de EsSalud en el distrito Nuevo Chimbote se ubica en un Nivel medio, por lo que es necesario diseñar e implementar la mejora del nivel de reputación de su institución para generar confianza y credibilidad entre los asegurados (20).

2.2 Marco teórico

2.2.1. DEFINICIÓN DE REPUTACIÓN

2.2.1.1 Definiciones del Concepto de Reputación

Necesitamos definir en sí lo que es la Reputación y de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, proviene del latín reputatio, -ōnis tiene dos significados: 1. Opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo. 2. Prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo (21).

El primer punto explica el concepto original de reputación en tanto que habla de opinión o consideración, pero no menciona el vínculo de ésta con las acciones o hechos que la provocan. Y la segunda, por su parte, resume más esa opinión matizándola como “prestigio o estima” es decir, dándole una connotación directamente positiva.

Algunos autores citan la segunda acepción del término como la noción común de la que se desglosan los rasgos que mantendrá la definición científica del término: la reputación es una propiedad de la audiencia, un juicio de valor que tiene la audiencia sobre la

persona u objeto (22).

2.2.1.2 Reputación Corporativa

Entonces usar el termino de reputación corporativa es el nivel de estima o admiración de los grupos de interés sobre la empresa después de que la han comparado con la competencia; es decir que las personas tienen un concepto ya sea bueno o malo de la una empresa, persona o situación que se presenta (19).

Según el Foro de Reputación Corporativa: “la construcción y la consolidación de una buena reputación implica la gestión integrada de distintas piezas: ética y buen gobierno, innovación, productos y servicios (calidad), entorno de trabajo, responsabilidad social corporativa, resultados financieros y liderazgo” (19).

Debemos aclarar que otros autores la definen como pilar para crear una imagen a largo plazo, “Por lo cual la Reputación Corporativa se define como el resultado del comportamiento desarrollado por la empresa a lo largo del tiempo y describe su capacidad para distribuir valor a los grupos de interés como nuestro público interno y externo” (21).

Para la Revista Española RAE-IC “Reputación corporativa: recurso intangible propio de la empresa que se materializa en el comportamiento de la misma y que requiere de un cierto tiempo para su configuración, que es reconocido por sus públicos como generador de valor en tanto que se ajusta a lo que éstos estiman como meritorio de la misma” (15).

2.2.1.3 Reputación Hospitalaria:

Haciendo una síntesis de todas las definiciones mencionadas, entendemos por reputación en Salud al reconocimiento que los grupos de interés de cada organización del sector de salud, aseguradoras, hacen de su comportamiento con pacientes y otros stakeholders, en función de la satisfacción de sus expectativas de acuerdo a los compromisos adquiridos por cada organización (2), también se puede definir la reputación hospitalaria como un importante activo, intangible que permite medir todas las percepciones internas y externas sobre un hospital basado en su comportamiento a lo largo del tiempo.

La gestión adecuada a largo plazo de una imagen hospitalaria adecuada generará la reputación hospitalaria. La cual es muy importante porque una reputación mal administrada puede conducir a la quiebra, y una reputación administrada adecuadamente ayuda a mantener y elevar el posicionamiento en la sociedad.

En la mayoría de países, la situación de los hospitales ha experimentado cambios fundamentales en los últimos años, algunas organizaciones hospitalarias han recurrido a las redes sociales para acelerar el proceso de construcción de reputación. Las redes sociales se han convertido en una herramienta previa para el establecimiento de reputación corporativa hospitalaria (23).

2.2.2 DIFERENCIA ENTRE REPUTACIÓN, IMAGEN E IDENTIDAD

Cuando mencionamos los términos de reputación, imagen e identidad tendemos a integrarlos, pues si tienen una correlación, aunque tienen diferentes definiciones, empezaremos describiendo, como primer punto: Identidad es construida al interior de la empresa como parte integral, la imagen es el resultado de las acciones corporativas y su percepción por parte de nuestros usuarios y la Reputación Corporativa es la construcción de la imagen a lo largo de los años y sus percepciones, emociones y reacciones de nuestros usuarios con la empresa (24).

Entonces la reputación es el resultado primero de la relación armónica entre identidad e imagen corporativa y, en segundo término, la reputación constituye la consolidación en el tiempo de los factores que han hecho posible la proyección social de la identidad.

Otras definiciones, que se describieron según López (2006), fue que la reputación es el fruto de la relación entre la identidad y la imagen corporativa, es decir, es el resultado de la consolidación de su imagen (19).

Meyer (2011) afirma que el conocimiento de una empresa atraviesa por esos cuatro estados y que cuando la relación con dicha empresa es más profunda entonces es cuando se capta su carácter, donde reside la reputación (22).

Brown et al. (2006) distingue entre cuatro tipos de formas distintas en las que se puede percibir una empresa por parte de los stakeholders con los que se relaciona: "identidad", se refiere a la

imagen sobre la organización mantenida por los miembros de la misma; “imagen destinada”, se refiere a las percepciones sobre la organización que los líderes de la misma creen importantes mantener; “imagen construida” ésta se refiere a la imagen que la organización cree que mantienen los stakeholders externos; “reputación” se refiere a la forma y percepción en que la organización es verdaderamente vista por los stakeholders (25).

Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008), hacen un resumen de las diferencias entre imagen corporativa y reputación corporativa en un cuadro que ha sido mencionado por varios autores y que muestra con claridad que son cosas bien distintas (Tabla 1) (21).

Tabla 1 Diferencias entre imagen y reputación corporativas

Imagen corporativa	Reputación corporativa
Se basa en percepciones	Se basa en resultados
Es difícil de objetivar	Es verificable empíricamente
Genera expectativas asociadas a la oferta	Genera valor, consecuencia de la respuesta
Carácter coyuntural y efectos efímeros	Carácter estructural y efectos duraderos
En parte es resultado de la comunicación	Resultado del comportamiento corporativo
Se construye fuera de la empresa	Se genera en el interior de la empresa

Fuente: Olcese, 2008 (21).

2.2.3 IMPORTANCIA Y BENEFICIOS DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA:

La importancia de la reputación corporativa radica en que permite a la empresa u organización gozar de la preferencia de sus grupos de interés y con ello obtener rentabilidad económica. Sin embargo, en el caso de un hospital público, el beneficio está en ganar la confianza de los usuarios y reducir el índice de insatisfacción. Claro está, que la gestión de la reputación va de la mano con la mejora del servicio que ofrece la institución, de lo contrario el resultado será negativo y la organización estaría condenada al fracaso (20).

Disfrutar de una mejor reputación está relacionado con mejores resultados en la atención clínica. Una buena reputación también le permite retener y atraer profesionales talentosos. La reputación se basa en las percepciones de los diferentes actores de la organización. Desde 1999, Spanish Corporate Reputation Monitor (MERCOR) ha proporcionado a 100 empresas la mejor reputación en España (16). En cuanto a hospitales, servicios hospitalarios y profesionales con mejor reputación, se valoran diferentes aspectos de la reputación, tales como: calidad asistencial, reputación / confianza, comportamiento ético / estilo de comportamiento, gestión y liderazgo de los directivos, responsabilidad social e innovación e investigación biomédica.

2.2.4 LOS STAKEHOLDERS

Terminando la década de los setenta y comenzando la de los ochentas, unos investigadores de la Wharton School of Business propusieron una teoría acerca de los grupos de interés más importantes. La llamaron “Gestión empresarial basada en los Stakeholders”. Definiendo en esa teoría a los stakeholders como aquellos grupos o individuos que pueden influir de forma positiva o negativa en el logro de las metas de una empresa(26).

Fassin (27) clasificó a los stakeholders en tres categorías, llamó a la primera categoría Stakeholders, y está conformada por los miembros internos que realmente participan en las actividades de la empresa. La segunda categoría, está conformada por los llamados grupos de presión que de alguna manera influyen en la empresa (stakewatchers), por último, se tiene a la categoría de Stakekeepers, que está conformada por los reguladores, que imponen controles y regulaciones externas. La primera categoría tiene derechos reales sobre la organización, mientras que las dos categorías restantes, tienen derechos indirectos. El concepto de los Stakekeepers se vincula con el concepto de Gatekeepers, lo cual involucra controlar y monitorear a las organizaciones(28).

3 CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Variables y definición operacional

3.1.1 Variables

Variable: Características Sociodemográfica

Variable: Reputación Hospitalaria

Definición operacional: Percepciones que tienen los usuarios del Hospital Hipólito Unanue de Tacna, con respecto a los servicios, estima, liderazgo, acciones de responsabilidad, cuidado del ambiente y ética.

3.1.2. Definición Operacional

VARIABLE	INDICADOR	CATEGORÍA	ESCALA
Sexo	Condición de género	1. Femenino 2. Masculino	Nominal
Edad	Años	1. 18 -29 años 2. 30 - 39 años 3. 40 - 49 años 4. 50 - 59 años 5. 60 - 69 años 6. 70 - 79 años	Razón

Años de residencia en Tacna	Años	<ol style="list-style-type: none"> 1. 10 – 14 años 2. 15 – 20 años 3. 21 a 24 años 4. 25 años a mas 	Razón
Estado civil	Condición civil al momento del estudio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Casada (o) 2. Divorciada 3. Separada 4. Conviviente 5. Soltero (a) 6. Viudo (a) 	Nominal
Número de Hijos	Número de hijos nacidos vivos , incluyendo los hijos que luego fallecieron.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sin hijos 2. 1 a 3 hijos 3. 4 a 5 hijos 4. Mas de 5 hijos 	Razón
Nivel de instrucción	Último grado alcanzado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sin instrucción 2. Primaria Incompleta 3. Primaria completa 4. Secundaria Incompleta 5. Secundaria completa 6. Superior Completa 7. Superior incompleta 	Nominal

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	ESCALA
Reputación hospitalaria (Cuestionario MeFío)	- Calidad de la asistencia (CA)	- Atención centrada en el paciente - Percepción del resultado clínico - Percepción de seguridad clínica - Percepción de accesibilidad - Estado de los equipos e instalaciones -	Muy buena Buena Regular Baja Muy Baja	Nominal
	- Credibilidad y confianza	- Cuenta con buena fama - Elección de preferencia - Sensación de estar en buenas manos		
	- I+D y formación	- Además de tratar enfermos investigan para mejorar los tratamientos - El hospital es bueno, estudian y se preparan profesionales de otros sitios		
	Gestión y liderazgo	El hospital está bien organizado El hospital funciona bien los directivos cumplen su papel		
	Respeto al medio ambiente	El hospital hace lo posible por cuidar el medio ambiente		

3.2. Diseño Metodológico

De acuerdo con la propuesta de Hernández Sampieri como parte de la investigación, se hará uso del enfoque cuantitativo porque se busca comprender la reputación hospitalaria. El tipo de investigación observacional porque no hubo manipulación de variables (29) y transversal, de nivel descriptivo. A nivel nacional existen dos estudios, pero solo evaluaron la reputación en un servicio de emergencia y en un Hospital del seguro social. Más fueron medidos con el fin de mejorar la gestión interna. Con este estudio se pretende aportar identificando las características de la reputación hospitalaria, resultados relevantes para la gestión en la Región de Tacna.

3.3. Diseño muestral

3.3.1 Ámbito de estudio

El departamento de Tacna se encuentra al Sur del Perú, de clima templado y de gran movimiento comercial, es un atractivo foco para la inversión, también fue afectado por la pandemia COVID-19. Tacna cuenta con una variada gama de recursos naturales, entre las actividades más frecuentes están la minería, comercio, actividades productivas como la agricultura, ganadería, pesquería y el turismo. Así podemos decir que cuenta con una población urbana y rural.

El Hospital Hipólito Unanue de Tacna es el único Hospital Público del departamento, esta categorizado como Hospital II-2, y tiene como visión: Ser un Complejo Hospitalario de Categoría III-1, acreditado, líder y de referencia nacional, que brinda atención integral humanista con personal altamente calificado, tecnología sanitaria innovadora y altos estándares de calidad.

El departamento de Tacna cuenta con una población de 346

mil habitantes según el censo del 2017 del INEI y la población sujeta a atención en el Hospital Hipólito Unanue es de 226 792 habitantes.

3.3.2 Unidad de análisis

Pobladores del distrito de Tacna, con más de 10 años de residencia en el lugar.

3.3.3 Población

De acuerdo con el último censo nacional realizado por el INEI, el distrito de Tacna tiene una población de 94 428 habitantes.

3.3.4 Muestra

Pobladores del distrito de Tacna con más de 10 años de residencia en el lugar.

Para calcular la muestra se hará un muestreo aleatorio simple de acuerdo a la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Z=Nivel de confianza
N=Población-Censo
p= Probabilidad a favor
q= Probabilidad en contra
e= error de estimación
n= Tamaño de la muestra

El tamaño muestral fue de 347.

3.3.5 Criterios de inclusión

- Población de sexo masculino y femenino mayor de 18 a 79 años de edad.
- Con residencia mayor a 10 años en el distrito de Tacna.

3.3.6 Criterios de exclusión

- Pobladores que no deseen ser parte del estudio
- Pobladores con alguna discapacidad mental que le imposibilitara responder a la encuesta.

3.4 Técnicas de recolección de datos

3.4.1 Técnica

La técnica de recolección de datos fue la encuesta y la estrategia se hizo mediante un cuestionario por google forms, debido al contexto de pandemia por Covid-19 no se realizó de forma presencial, se optó por enviar el cuestionario usando las redes sociales y de manera voluntaria los usuarios procedieron a llenar la encuesta.

Se envió la encuesta a 715 habitantes del distrito de Tacna, solo 382 pobladores accedieron a resolverla y enviaron su cuestionario resuelto.

De las cuales 4 encuestas no cumplieron con los criterios de inclusión, porque no residían más de 10 años en el distrito de Tacna.

También se excluyeron a los distritos de Ciudad Nueva con 21 encuestas, seguido de Gregorio Albarracín con 8 encuestas y 2 del distrito de Pocollay, tomando como muestra 347 participantes solo del distrito de Tacna.

3.4.2 Instrumento 1

Cuestionario de reputación hospitalaria (MeFío) (4): Es una herramienta desarrollada conjuntamente con Merco en España e Italia, fue validada en Colombia en el año 2010 y en el año 2016 fue usada para determinar la reputación de los hospitales, su aplicación frecuente ha sido en línea. Creado en un inicio con siete rubros, la versión final muestra 5 rubros a evaluar, para medir la reputación de un Hospital.

1. Calidad de la asistencia (CA): 8 ITEMS

Muy Mala
Mala
Regular
Buena
Muy Buena

2. Credibilidad/confianza en el centro (CC):8 ITEMS

Muy Mala
Mala
Regular
Buena
Muy Buena

3. Gestión y liderazgo (GL): 2 ITEMS

Muy Mala
Mala
Regular
Buena
Muy Buena

4. Respeto al medio ambiente (RMA): 1 ITEM

Muy Mala
Mala
Regular
Buena
Muy Buena

5. Investigación +Desarrollo y formación (IDF): 2 ITEMS

Muy Mala
Mala
Regular
Buena
Muy Buena

DETALLE DE ITEMS:

CA: Calidad de la asistencia	ACP: Atención centrada en el paciente.	ACP1: El personal del hospital se preocupa por los pacientes y los trata bien.
		ACP2: Los profesionales respetan como personas a los pacientes.
		ACP3: Los médicos dedican tiempo necesario a cada paciente, escuchan y se preocupan.
		ACP4: El personal de enfermería atiende bien a los pacientes, escuchan y se preocupan.
	PRC: Percepción del resultado clínico.	
	PSC: Percepción de seguridad clínica.	
	PA: Percepción de accesibilidad.	
	EMI: estado de los equipos e instalaciones.	

CC: Credibilidad y Confianza	BF: Cuenta con buena fama.	BF1: Normalmente, las noticias en prensa o radio sobre este hospital son positivas.
		BF2: Normalmente, escucho comentarios positivos de otros pacientes o sus familiares de este hospital.
	EP: Elección y preferencia	EP1: Estoy seguro/a de que recomendaría este hospital a familiares y amigos.
		EP2: Si necesitara un tratamiento, elegiría este hospital y a sus profesionales.
		EP3: Aunque tenga que esperar más tiempo aquí que en otro hospital para operarme, lo prefiero porque me fío más de cómo operan aquí.
	SBM: Sensación de estar en buenas manos.	SBM1: Existe plena confianza en los profesionales del hospital, hacen bien su trabajo.
		SBM2: El personal tiene una buena preparación y saben hacer bien su trabajo.
		SBM3: En el Hospital el paciente siente que está en "buenas manos".

DF: Investigación + Desarrollo y	IDF1: Además de tratar enfermos, investigan para mejorar los tratamientos.
----------------------------------	--

Formación	IDF2: El Hospital es bueno, y estudian y se preparan profesionales de otros sitios.
-----------	---

GL: Gestión y liderazgo	GL1: El Hospital está bien organizado, hay buena coordinación entre servicios médicos.
	GL2: El hospital funciona bien y los directivos cumplen con su papel.

RMA: Respeto al medio ambiente	RMA (ítem): El hospital hace lo posible por cuidar el medio ambiente y no contaminar demasiado.
--------------------------------	---

El cuestionario contempla 21 ítems los cuales se responden en una escala tipo Likert como totalmente de acuerdo(30) hasta totalmente en desacuerdo. Ver anexo.

Se consideró conveniente para la validación por consistencia interna realizar una prueba piloto con el cuestionario MeFío, que fue bien sustentado por Merco en España. Antes de la aplicación de este cuestionario, se hizo una prueba piloto con 25 ciudadanos del cercado de Tacna, entre 18 a 79 años de edad. Obteniéndose un valor alfa de 0.97 de consistencia interna.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.97	21

3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Una vez obtenida la información se registró en una base de datos, el análisis fue de acuerdo a los objetivos, desarrollándose la presentación de tablas y gráficos simples, esto implica un análisis estadístico descriptivo.

3.6 Aspectos éticos

Los datos obtenidos fueron de uso exclusivo para esta investigación, asegurándose a la población la confidencialidad de la información; al momento de la encuesta vía virtual se informó la razón de este estudio, obteniéndose la aceptación voluntaria y el consentimiento informado respectivo y se procedió a llenar la encuesta.

4 RESULTADOS

TABLA 1
CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS USUARIOS QUE
RESPONDIERON EL CUESTIONARIO DEL NIVEL DE REPUTACION
DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA, EN EL CONTEXTO DE
LA PANDEMIA COVID-19, AÑO 2021.

		n	%
Edad	18-29	73	21.0%
	30-39	89	25.6%
	40-49	89	25.6%
	50-59	60	17.3%
	60-69	18	5.2%
	70 -79	18	5.2%
	Total	347	100.0%
Sexo	Femenino	198	57.1%
	Masculino	149	42.9%
	Total	347	100.0%
Años de residencia en Tacna	10 - 14 años	49	14.1%
	15 a 20 años	57	16.4%
	21 a 24 años	55	15.9%
	25 años a más	186	53.6%
	Total	347	100.0%
Estado civil	Casado/a	126	36.3%
	Conviviente	56	16.1%
	Divorciado	6	1.7%
	Separado	19	5.5%
	Soltero/a	130	37.5%
	Viudo	10	2.9%
	Total	347	100.0%
Número de hijos	Sin hijos	88	25.4%
	1 a 3 hijos	215	62.0%
	4 a 5 hijos	36	10.4%
	Mas de 5 hijos	8	2.3%
	Total	347	100.0%
Instrucción	Primaria incompleta	0	0%
	Primaria completa	19	5.5%
	Secundaria completa	78	22.5%
	Secundaria incompleta	5	1.4%
	Superior	241	69.4%
	Sin estudios	4	1.2%
Total	347	100.0%	

En la tabla 1 podemos observar que de todos los que respondieron al cuestionario, el 25.6% tenían entre 30 a 39 años de edad, de igual forma los que tenían 40-49 años con 25.6%. Participaron en menor porcentaje los usuarios entre 60 – 79 años con 10.4%.

El 57.1% era de sexo femenino y el 42.9% es de sexo masculino.

Según años de residencia en el distrito de Tacna, el 53.6% fue de 25 años a más, seguido de un 16.4% entre 15 a 20 años de residencia en la ciudad de Tacna.

Según el estado civil el 37.5% era soltero (a) seguido de un 36.3% en la condición de casado (a).

Según el número de hijos el 62% tenía de uno a tres hijos seguido de un 25.4% sin hijos.

Según el nivel de instrucción el 69.4% a la educación superior seguido de un 22.5% de educación secundaria completa.

TABLA 2**DISTRIBUCIÓN DE LAS DIFERENTES DIMENSIONES DEL NIVEL DE REPUTACIÓN SEGÚN EDAD, DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID- 19, AÑO 2021**

	Calidad de la asistencia	Credibilidad /confianza	Gestión y liderazgo	Respeto al medio ambiente	I+D formación	
	Media	Media	Media	Media	Media	
Edad	18-29	22.66	22.14	5.53	3.18	5.99
	30-39	20.89	20.81	5.16	2.91	5.52
	40-49	21.97	22.12	5.15	2.81	5.90
	50-59	20.53	20.55	4.90	2.40	4.97
	60-69	20.78	21.89	5.67	3.11	5.56
	70 -79	20.00	22.44	5.56	2.67	5.56

En la tabla 3 podemos observar la distribución de las diferentes dimensiones según edad. Podemos observar que no existe diferencia significativa en los diferentes grupos etarios y ninguna de las divisiones ($p>0.05$) en el contraste de los promedios. La percepción en todos los grupos de edad es muy similar.

TABLA 3

PROMEDIO GENERAL DEL NIVEL DE REPUTACIÓN DE LAS 5 DIMENSIONES DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCION DEL USUARIO EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID - 19, AÑO 2021

	Media	Máximo	Mínimo	Error típico de la media
PUNTAJE GENERAL DE LA ENCUESTA	56.65	94.00	21.00	0.88

En la tabla 3 podemos observar que el promedio general alcanzado en todo el instrumento desarrollado de percepción del usuario en el contexto de la pandemia fue de 56.65 con un error estándar de 0,88.

El error típico de la media nos permite determinar el grado de precisión con el que la media de la muestra estima la media de la población.

TABLA 4**PERCEPCIÓN DEL USUARIO SOBRE EL NIVEL DE REPUTACIÓN POR DIMENSIONES DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19, AÑO 2021.**

		N	%
CALIDAD DE LA ASISTENCIA	Muy Mala	0	0
	Mala	52	15.0%
	Regular	112	32.3%
	Buena	124	35.7%
	Muy buena	59	17.0%
	Total	347	100.0%
CREDIBILIDAD/CONFIANZA	Muy Mala	0	0
	Mala	53	15.3%
	Regular	106	30.5%
	Buena	130	37.5%
	Muy buena	58	16.7%
	Total	347	100.0%
GESTION Y LIDERAZGO	Muy Mala	0	0%
	Mala	0	0%
	Regular	182	52.4%
	Buena	165	47.6%
	Muy buena	0	0%
	Total	347	100.0%
RESPETO AL MEDIO AMBIENTE	Muy Mala	0	0%
	Mala	0	0%
	Regular	110	31.7%
	Buena	237	68.3%
	Muy buena	0	0%
	Total	347	100.0%
I+D FORMACION	Muy Mala	0	0%
	Mala	0	0%
	Regular	138	39.8%
	Buena	209	60.2%
	Muy buena	0	0%
	Total	347	100.0%

En la tabla 4 podemos observar que el 35.7% de la muestra en estudio percibió que la calidad de la asistencia fue buena pero un 32.3% refirió que era regular, siendo un 15% quienes lo catalogaron como mala. Según la dimensión de credibilidad y confianza el 37.5% refirió que era buena y un 30.5% regular. Si pudo observar una proporción similar que la anterior dimensión, en la opinión de mala con un 15.3%. En ambas dimensiones la percepción de buena fue la superior.

En la dimensión de gestión y liderazgo el 52.4% la consideró regular y el restante grupo de usuarios la consideró buena. En cuanto al Respeto al medio ambiente, el 68.3% consideró que el manejo fue bueno. Asimismo, en la dimensión de investigación y formación, el 60.2% consideró que fue buena y el 39.8% fue considerada como regular.

TABLA 5

PUNTAJE TOTAL DE LAS 5 DIMENSIONES DEL NIVEL DE REPUTACIÓN DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE PANDEMIA COVID-19, AÑO 2021

		n	%
PUNTAJE GENERAL DE	MUY MALA	0	0%
	MALA	48	13.8%
	REGULAR	97	28.0%
	BUENA	147	42.4%
	MUY BUENA	55	15.9%
	Total	347	100.0%

En la tabla 5 podemos observar el consolidado del puntaje total de las 5 dimensiones donde observamos que el 42.4% consideró el servicio como bueno y el 28% como regular. Se pudo identificar un 13.8% que consideró al servicio como malo. En tanto que para un 15.9% tuvo una valoración de muy buena reputación hospitalaria.

El Hospital Hipólito Unanue de Tacna tuvo una percepción de sus usuarios de buena y muy buena con un 58.3%.

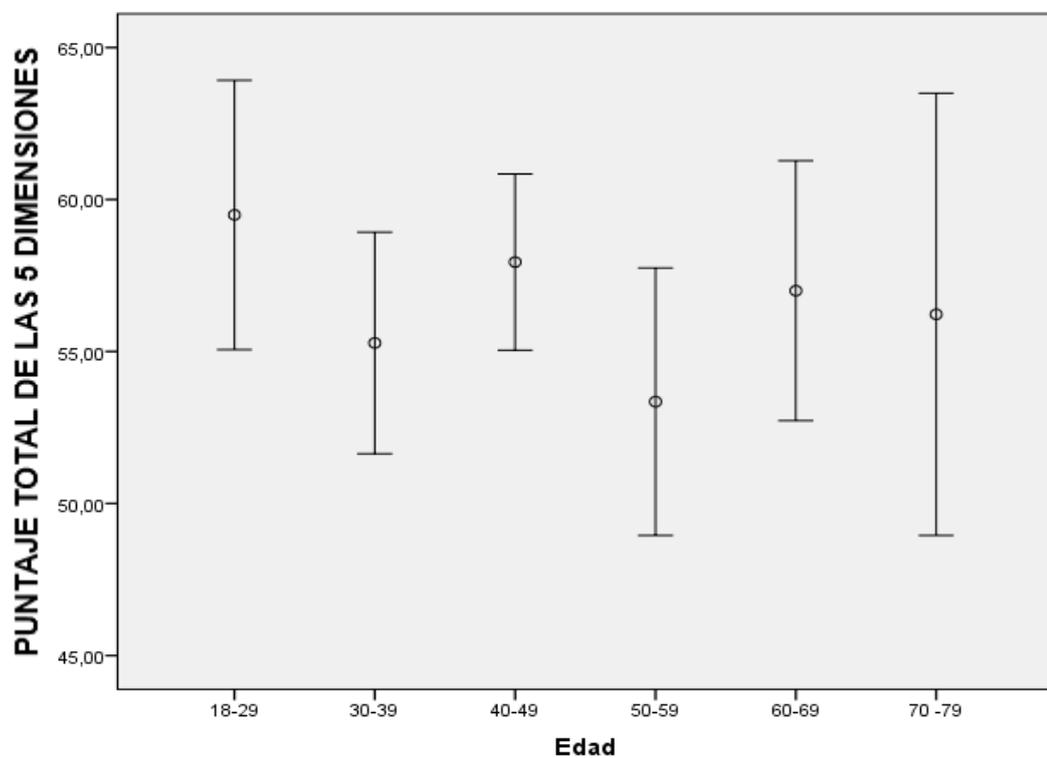
TABLA 6
RELACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS CON
EL PUNTAJE TOTAL DE LAS 5 DIMENSIONES DE REPUTACIÓN POR
DIMENSIONES DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN
PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA
COVID – 19, AÑO 2021

		PUNTAJE TOTAL DE LAS 5 DIMENSIONES										P:
		MALA		REGULAR		BUENA		MUY BUENA		Total		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Edad	18-29	14	29.2%	12	12.4%	29	19.7%	18	32.7%	73	21.0%	0.001
	30-39	16	33.3%	26	26.8%	32	21.8%	15	27.3%	89	25.6%	
	40-49	6	12.5%	28	28.9%	44	29.9%	11	20.0%	89	25.6%	
	50-59	12	25.0%	17	17.5%	24	16.3%	7	12.7%	60	17.3%	
	60-69	0	0.0%	4	4.1%	14	9.5%	0	0.0%	18	5.2%	
	70 -79	0	0.0%	10	10.3%	4	2.7%	4	7.3%	18	5.2%	
	Total	48	100.0%	97	100.0%	147	100.0%	55	100.0%	347	100.0%	
Sexo	Femenino	33	68.8%	50	51.5%	86	58.5%	29	52.7%	198	57.1%	0.219
	Masculino	15	31.3%	47	48.5%	61	41.5%	26	47.3%	149	42.9%	
	Total	48	100.0%	97	100.0%	147	100.0%	55	100.0%	347	100.0%	
Número de hijos	Sin hijos	20	41.7%	16	16.5%	29	19.7%	23	41.8%	88	25.4%	0.005
	1 a 3 hijos	24	50.0%	65	67.0%	98	66.7%	28	50.9%	215	62.0%	
	4 a 5 hijos	4	8.3%	12	12.4%	16	10.9%	4	7.3%	36	10.4%	
	Más de 5	0	0.0%	4	4.1%	4	2.7%	0	0.0%	8	2.3%	
	Total	48	100.0%	97	100.0%	147	100.0%	55	100.0%	347	100.0%	
Estado civil	Casado/a	16	33.3%	36	37.1%	55	37.4%	19	34.5%	126	36.3%	0.002
	Conviviente	8	16.7%	9	9.3%	26	17.7%	13	23.6%	56	16.1%	
	Divorciado	0	0.0%	0	0.0%	4	2.7%	2	3.6%	6	1.7%	
	Separado	4	8.3%	11	11.3%	4	2.7%	0	0.0%	19	5.5%	
	Soltero/a	20	41.7%	33	34.0%	56	38.1%	21	38.2%	130	37.5%	
	Viudo	0	0.0%	8	8.2%	2	1.4%	0	0.0%	10	2.9%	
	Total	48	100.0%	97	100.0%	147	100.0%	55	100.0%	347	100.0%	
Años de residencia en Tacna	10 - 15	3	6.3%	11	11.3%	26	17.7%	9	16.4%	49	14.1%	0.00
	15 a 20	14	29.2%	3	3.1%	27	18.4%	13	23.6%	57	16.4%	
	21 a 25	4	8.3%	19	19.6%	21	14.3%	11	20.0%	55	15.9%	
	25 a más	27	56.3%	64	66.0%	73	49.7%	22	40.0%	186	53.6%	
	Total	48	100.0%	97	100.0%	147	100.0%	55	100.0%	347	100.0%	

Las principales variables Asociadas fueron edad (p:0.001), número de hijos (p:0.005), estado civil (p:0.002), nivel de instrucción (p: 0.003) y años de residencia (p:0.00)

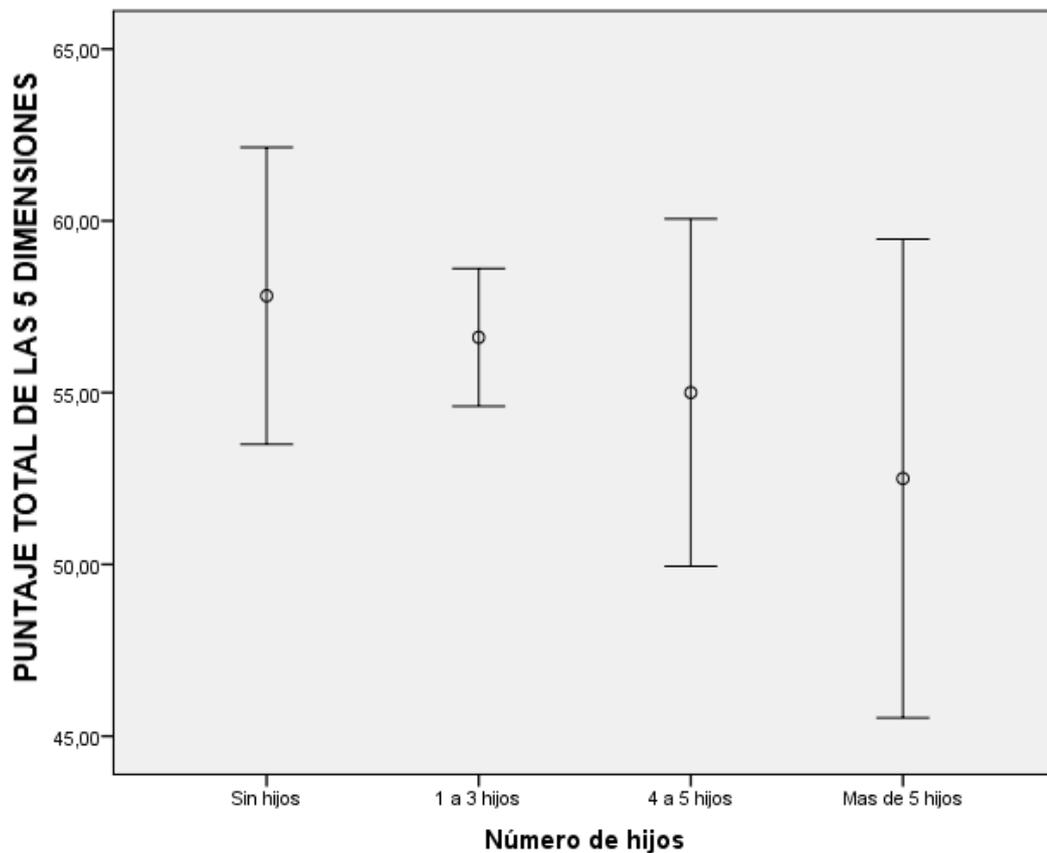
En las gráficas siguientes se presenta la diferenciación en cada categoría de las variables con significancia estadística.

GRÁFICO 1: INTERVALO DE CONFIANZA DE LA EDAD CON EL PUNTAJE TOTAL DE LAS 5 DIMENSIONES DE REPUTACIÓN DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID – 19, AÑO 2021.



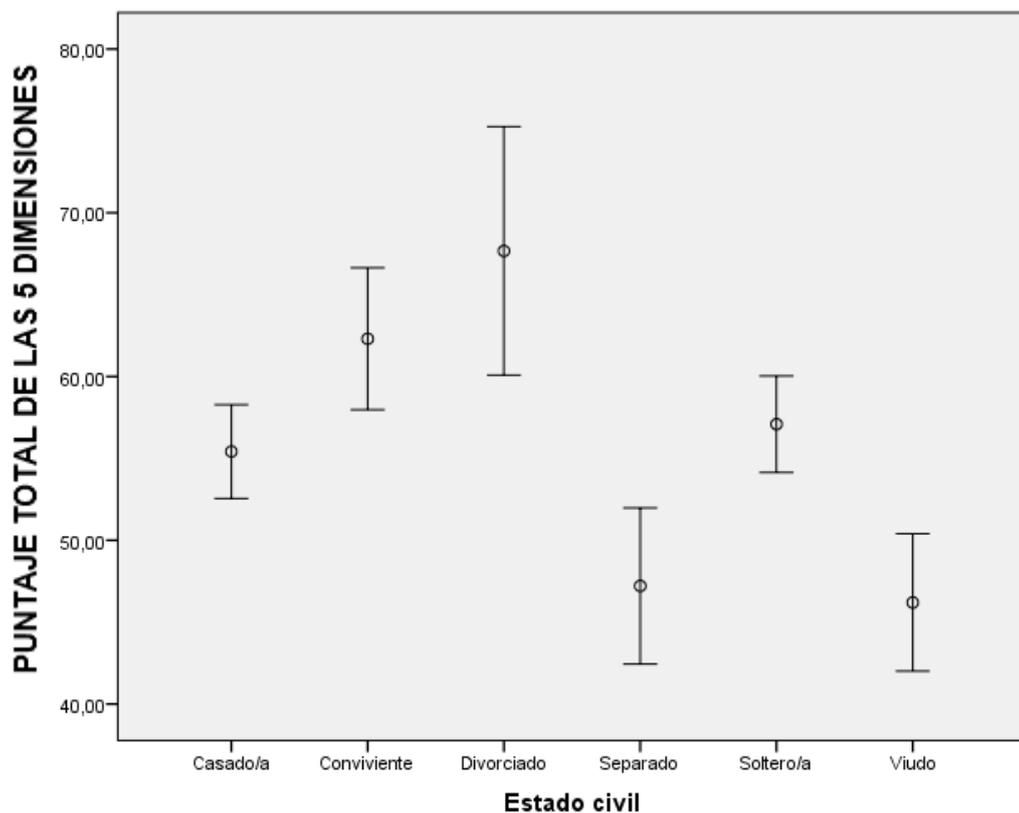
En el gráfico 1 se puede observar que los grupos de edad con percepción más negativa son los de 50 a 59 años y los de 70 a 79 años. El grupo de 18 a 29 años es el que considera tener mejor percepción. Esta diferencia fue estadísticamente significativa.

GRÁFICO 2: INTERVALO DE CONFIANZA DE NÚMERO DE HIJOS CON EL PUNTAJE TOTAL DE LAS 5 DIMENSIONES DE REPUTACIÓN DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID – 19, AÑO 2021.



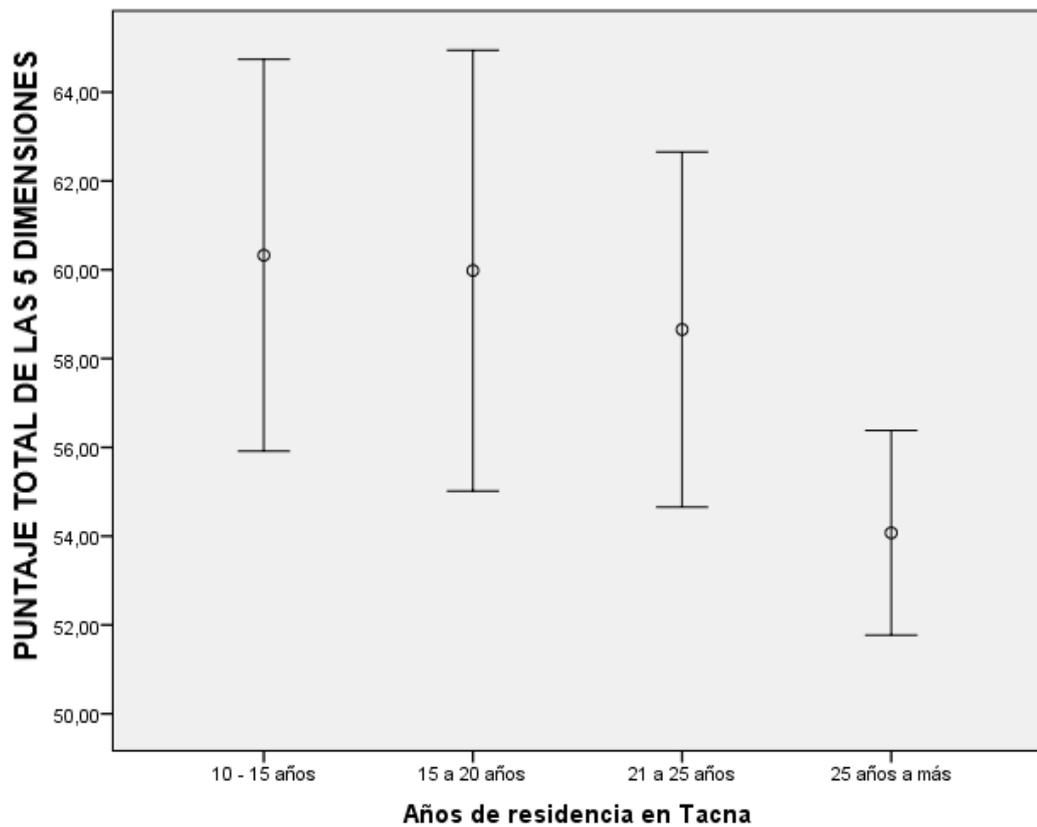
Podemos observar en el gráfico 2, el grupo con mayor compromiso en el puntaje de percepción fue aquellos con más de 5 hijos seguidos por el grupo con cuatro a cinco hijos. Esta diferencia fue estadísticamente significativa.

GRÁFICO 3: INTERVALO DE CONFIANZA DEL ESTADO CIVIL CON EL PUNTAJE TOTAL DE LAS 5 DIMENSIONES DE REPUTACIÓN DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID – 19, AÑO 2021.



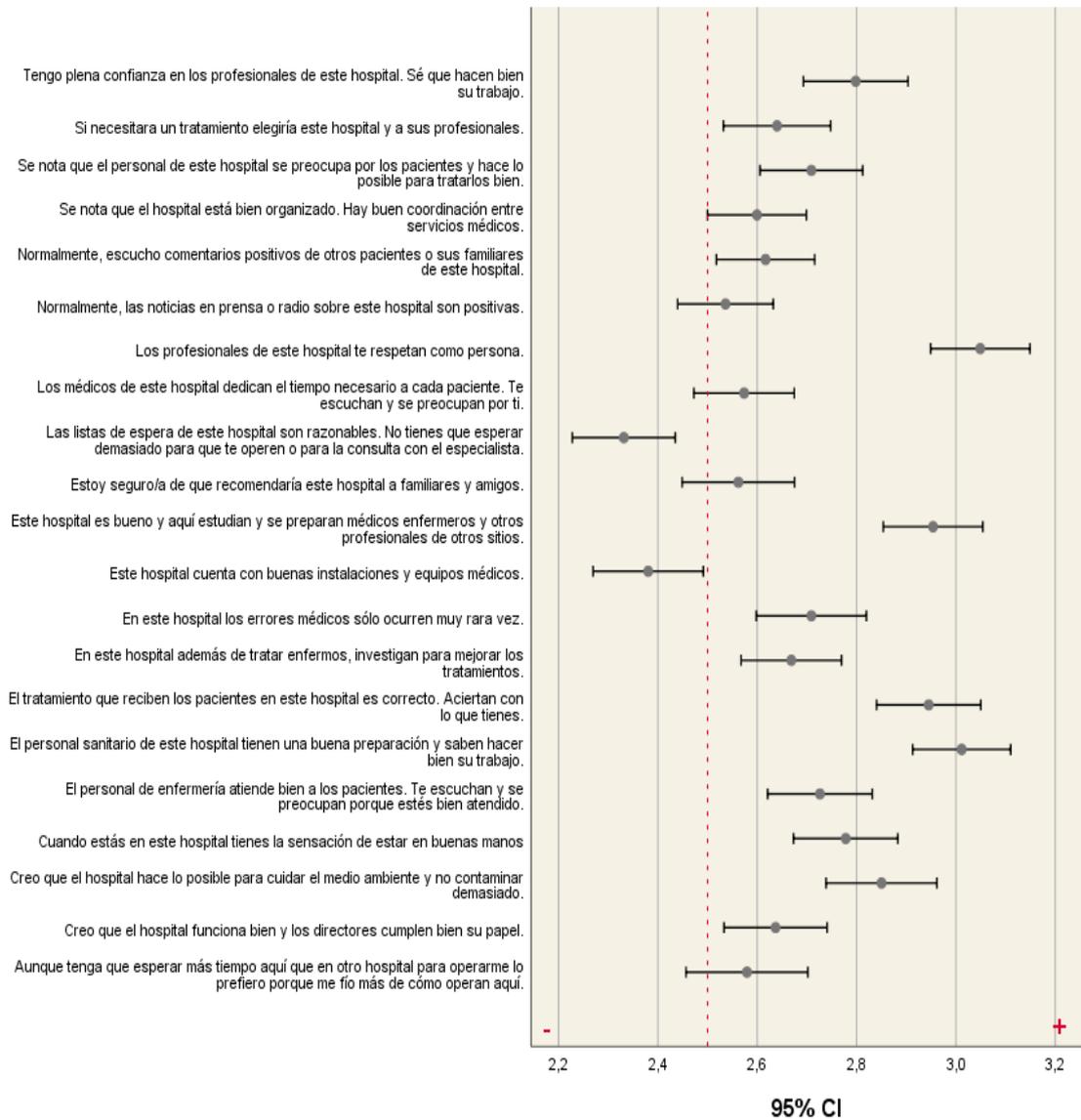
En el gráfico 3 podemos observar con un intervalo de confianza del 95% que los grupos según estado civil con peor percepción fueron los solteros, viudos y separados. Esta diferencia fue estadísticamente significativa con los que conviven o convivieron con alguna pareja.

GRÁFICO 4: INTERVALO DE CONFIANZA ENTRE LOS AÑOS DE RESIDENCIA CON EL PUNTAJE TOTAL DE LAS 5 DIMENSIONES DE REPUTACIÓN DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID – 19, AÑO 2021.



En el gráfico 4 se pudo observar que hubo diferencia estadística según los años de residencia en Tacna, siendo diferente en el grupo con 25 a más años.

GRÁFICO 5 TENDENCIA DE LOS INDICADORES DE REPUTACIÓN POR DIMENSIONES DEL HOSPITAL HIPÓLITO UNANUE DE TACNA SEGÚN PERCEPCIÓN DEL USUARIO, EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID- 19, AÑO 2021.



En el gráfico 5 se puede identificar los indicadores negativos para la reputación hospitalaria, así el más negativo percibido por la población encuestada es que las listas de espera no son razonables, se tiene que esperar demasiado para ser operado o para consulta con algún especialista, seguido la percepción que el hospital no cuenta con buenas instalaciones y equipos médicos; mientras que la percepción más positiva fue para “los profesionales de este hospital te respetan como persona” seguido de “El personal sanitario tienen una buena preparación y saben hacer bien su trabajo” luego la población percibe que el hospital es bueno que allí se preparan y estudian médicos, enfermeros y otros profesionales de la salud

5 DISCUSIÓN

De los resultados obtenidos se evidenció que la mayoría de las investigaciones sobre la reputación hospitalaria se realizaron en Europa, estos fueron de Asenjo(1), Mira (16), Kandemir (18), Mira (2) y en América Latina se encontró 1 estudio cuyo autor es Maggi (15) y en Perú solo hubo 2 estudios del sector Salud que guardan semejanza y fueron Calla (19) y Reyes (20).

En la presente investigación se abarcó una población de 94 428 del distrito de Tacna, siendo la más grande de todos los estudios. En el estudio de Calla (19) la población es de 54000, que es la más cercana a nuestro estudio, seguida de la investigación de Reyes (20) con una población de 51 522; en contraste con el trabajo de Mira (2) con un población de tan solo 79. Con respecto a la muestra en nuestro trabajo es de 347, similar al de Maggi (15) de 357 y Reyes (20) de 384.

En cuanto a los Objetivos de esta tesis, no se asemeja a ninguno de los demás estudios, ya que abarca todas las dimensiones convirtiéndose en el más complejo y detallado, generando mayor valor y utilidad para futuras investigaciones.

A pesar de la búsqueda exhaustiva de artículos, que brinden información similar al estudio, solo se encontró 3 investigaciones, sin embargo, existen limitaciones en la valoración de las diferentes dimensiones, además que no todos los trabajos tomaron en cuenta muchas características como la sociodemográficas.

Referente a lo mencionado, según las variables sociodemográficas se

encontró que el sexo femenino tuvo mayor participación con 57.1% similar al estudio de la autora Maggi et al (15) en el que la participación del sexo femenino fue de 69.7%. En relación al grupo etario hay diferencias ya que en el estudio de Maggi (15) et al el grupo más frecuente es de 25 a 30 años, y en esta tesis tiene el grupo más frecuente es de 30 a 49 años.

Las variables de instrucción, Números de hijos, estado civil y años de residencia, no fueron consideradas en los estudios ya descritos, motivo por el cual no se las puede comparar.

Para medir el nivel de Reputación se utilizó 5 dimensiones, la primera fue la dimensión de calidad de la asistencia, con el resultado de 35.7% que significa que la percepción del Hospital Hipólito Unanue de Tacna por el usuario fue buena, diferente a los demás estudios, como el de Calla (19) quien obtuvo un valor de 68.5% de insatisfacción, así mismo en el estudio de Reyes (20) el 42.7% catalogaron como de nivel bajo a la calidad de servicio que ofrece su hospital I de EsSalud en el distrito de Nuevo Chimbote y en el estudio de Maggi (15) el 30% manifestó no recibir excelente servicio la primera vez, concluyendo que la población en los diferentes estudios se encontraba insatisfecha de la calidad de asistencia de sus respectivos hospitales, probablemente esta diferencia se deba a que el Hospital Hipólito Unanue del Ministerio de Salud con una reputación ganada a través de su historia a diferencia de los otros establecimientos uno de EsSalud y el otro Privado, especialmente este último en el cual los usuarios al pagar por el servicio, exigen una alta calidad de atención.

En la segunda dimensión de credibilidad y/o confianza el resultado de la percepción del usuario fue buena con 37.5%, semejante al resultado de Maggi (15) con 32.5%, a diferencia del resultado obtenido por Calla (19) donde el 81.5% de los encuestados considera que el Hospital no es una institución merecedora de su confianza y fidelidad, probablemente porque

en el estudio de Calla (19) en el Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el cual se presentaron casos de iatrogenia que probablemente pudieron mermar la credibilidad y/o confianza.

En relación a la tercera dimensión de investigación, Desarrollo y formación profesional, la población concluyó que es buena con 60.2% en el Hospital Hipólito Unanue de Tacna, mientras que los asegurados en el trabajo de Reyes (20) calificaron como de nivel medio con un 43.2% el desempeño de los trabajadores del Hospital I de EsSalud de Chimbote y el estudio de Calla (19) el 77.5% de los encuestados consideran que los profesionales del Hospital Honorio Delgado de Arequipa no atienden, ni tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas en la consulta externa, probablemente por la afluencia de pacientes y el poco tiempo para la atención de la consulta externa. Además este trabajo fue realizado durante la pandemia de Covid -19 y el de Calla (19) no.

Respecto a la cuarta dimensión relacionada al medio ambiente el 68.3% de los usuarios del Hospital Hipólito Unanue consideró que el manejo dentro de la institución hospitalaria fue buena; esto difiere de la investigación de Maggi (15) en la cual la mayoría de los usuarios manifestaron que los establecimientos del IESS en Ecuador no tienen establecimientos visualmente atractivos y así mismo en el estudio de Calla (19) la mayoría (99.3%) de los encuestados considera que el Hospital Honorio Delgado no tiene compromiso con el medio ambiente, probablemente sea por la antigüedad del mismo (65 años de fundado) y los exiguos presupuestos que reciben del gobierno para su mantenimiento.

La última dimensión, de gestión y liderazgo fue percibida como regular con un porcentaje de 52.4%, en la presente investigación; estos difieren de los resultados obtenidos por Maggi (15) donde el 30% de los usuarios del IESS en Ecuador consideran que no cumplen lo que prometen.

6 CONCLUSIONES

1. El 35.7% de la muestra en estudio percibió que la Reputación del Hospital Hipólito Unanue de Tacna en la dimensión de “calidad de la asistencia” fue buena.
2. La Reputación Hospitalaria en la dimensión de “credibilidad y confianza” el 37.5% es buena.
3. La Reputación Hospitalaria en la dimensión de” gestión y liderazgo” el 52.4% la consideró regular y el 47.6% la consideró buena.
4. Respecto a la Reputación Hospitalaria en la dimensión “respeto del medio ambiente”, el 68.3% consideró que el manejo fue bueno.
5. La Reputación Hospitalaria en la dimensión de “investigación, desarrollo y formación”, el 60.2% consideró que fue buena y el 39.8% fue considerada como regular.
6. El Hospital Hipólito Unanue de Tacna tuvo una percepción de sus usuarios de buena y muy buena con un 58.3%.
7. Considerando las 5 dimensiones el 42.4% consideró que la Reputación Hospitalaria es buena. Las variables asociadas fueron la edad ($p:0.001$), número de hijos ($p:0.005$), estado civil ($p:0.002$), nivel de instrucción ($p:0.003$) y años de residencia ($p<0.00$).

7 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la comunidad científica y gerentes de hospitales realizar futuros estudios donde se podrían especificar y mejorar los estándares de referencia, con el fin de generar un mayor beneficio tanto para la población como para la institución u organización.
2. Se recomienda realizar un estudio en Hospital Daniel Alcides Carrión, para conocer el nivel de reputación en que se encuentra, según la percepción de sus usuarios.
3. Una buena reputación hospitalaria crea confianza en la población, así se recomienda a la comunidad científica y gerentes de hospitales realizar futuros estudios para identificar otros indicadores además de los comprendidos en este estudio para medir la reputación hospitalaria, ya sea en el hospital del Ministerio de Salud como la de seguridad social.
4. Se recomienda a los responsables de la administración de los hospitales de la región de Tacna, realizar actividades para mejorar los indicadores identificados como muy negativos para la reputación hospitalaria como “el tamaño de las listas de espera, tiempo de espera para la atención, programación de las operaciones o consulta con especialistas” y con respecto al mejoramiento de las condiciones de “las instalaciones y equipos médicos”
5. Se recomienda también realizar actividades para mejorar indicadores de nivel regular como “las noticias en prensa o radio local acerca del hospital”, y la dimensión credibilidad y confianza principalmente.

8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asenjo MA, Bertrán MJ, Guinovart C, Llach M, Prat A, Trilla A. Análisis de la reputación de los hospitales españoles: relación con su producción científica en cuatro especialidades. *Medicina Clínica*. 1 de mayo de 2006;126(20):768-70.
2. Mira JJ, Lorenzo S, Navarro IM, Guilabert M, Pérez-Jover V. La reputación de los hospitales españoles: bases para el desarrollo de un índice de reputación de los hospitales. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*. agosto de 2015;38(2):247-54.
3. Dávila W, Eliana M. Calidad de atención y grado de satisfacción del usuario externo Hospital Nacional Edgardo Rebagliati Martins 2018. Universidad de San Martín de Porres – USMP [Internet]. 2018 [citado 5 de agosto de 2021]; Disponible en: <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3872>
4. Navarro IM, Mira JJ, Lorenzo S. Desarrollo y validación de un cuestionario para medir la reputación de los hospitales. *Gaceta Sanitaria*. octubre de 2012;26(5):444-9.
5. Toro JAO. La percepción de la reputación corporativa de los stakeholders de una empresa de comunicación: cómo afecta a Televisió de Catalunya comunicar una acción de responsabilidad social corporativa. Universidad de La Sabana; 2017.
6. El consejo de Warren Buffet a los graduados [Internet]. ExpokNews. 2019 [citado 14 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://www.expoknews.com/el-consejo-de-warren-buffet-a-los-graduados/>
7. Colaboradores por E de. ¿Qué es la reputación corporativa y cómo se mide? [Internet]. Blog de Marketing Online. 2019 [citado 5 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://blogs.imf->

formacion.com/blog/marketing/reputacion-corporativa/

8. Decreto Supremo que prorroga la Emergencia Sanitaria declarada por Decreto Supremo N° 008-2020-SA, prorrogada por Decretos Supremos N° 020-2020-SA, N° 027-2020-SA y N° 031-2020-SA-DECRETO SUPREMO-N° 009-2021-MINSA [Internet]. [citado 5 de agosto de 2021]. Disponible en: <http://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-prorroga-la-emergencia-sanitaria-declara-decreto-supremo-n-009-2021-minsa-1929103-4/>

9. Diccionario Below [Internet]. [citado 5 de agosto de 2021]. Disponible en:

https://www.uchceu.es/vida_universitaria/observatorio/DiccionarioBelow/palabra.aspx?palabra=327

10. ¿Qué es Credibilidad? » Su Definición y Significado 2021 [Internet]. Concepto de - Definición de. [citado 20 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/credibilidad/>

11. ¿Qué es Confianza? » Su Definición y Significado [2021] [Internet]. Concepto de - Definición de. [citado 5 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/confianza/>

12. Investigación y desarrollo (I+D) | 2021 | Economipedia [Internet]. [citado 14 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-desarrollo-id.html>

13. Alvero Pérez Y, Tillán Gómez S. Liderazgo: un concepto que perdura. ACIMED. agosto de 1999;7(2):132-5.

14. ¿Qué es Gestión? » Su Definición y Significado [2021] [Internet]. Concepto de - Definición de. [citado 14 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/gestion/>

15. Maggi Vera WA. Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro. 2 de febrero de 2018 [citado 14 de agosto de 2021]; Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9976>

16. Mira JJ, Lorenzo S, Navarro I. Hospital reputation and perceptions of

patient safety. Med Princ Pract. 2014;23(1):92-4.

17. Arlina, Lumbanraja P, Rodiah, Beby. A Study of Service Quality, Corporate Social Responsibility, Hospital Image, and Hospital Value Creation in Medan. ERSJ. 1 de noviembre de 2017;XX(Issue 4B):125-33.

18. KandemiR A. SAĞLIK HİZMETİ TÜKETİCİLERİNİN HASTANE TERCİHLERİ VE KURUM ÜNÜ ALGILAMALARININ T. jass. 1 de enero de 2017;1(Number: 54):417-32.

19. Calla Chambi NY, Garcia Aguilar M. Marketing de servicios como ventaja competitiva en la gestión de la reputación corporativa del Hospital Regional Honorio Delgado, pacientes de consulta externa, Arequipa 2018. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa [Internet]. 2019 [citado 14 de agosto de 2021]; Disponible en: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9962>

20. Reyes Rodriguez YA. Estrategia de comunicación para reforzar la reputación institucional del Hospital I de EsSalud Nuevo Chimbote – Ancash, 2018. Repositorio Institucional - UCV [Internet]. 2018 [citado 14 de agosto de 2021]; Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38280>

21. Ferruz González SA, Ferruz González SA. Reputación corporativa. Estudio del concepto y las metodologías para su medición : propuesta de un concepto y metodología de consenso [Internet]. Universidad Complutense de Madrid; 2017 [citado 14 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/47772/>

22. newadmin. Reputación Corporativa [Internet]. LID Editorial. 2017 [citado 14 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://www.lideditorial.com/libros/reputacion-corporativa>

23. Aguerrebere PM. La gestión de la reputación online de las marcas hospitalarias: una propuesta de modelo. ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria [Internet]. 30 de noviembre de 2017 [citado 14 de agosto de 2021];22(43). Disponible en: <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/17908>

24. Pérez Chavarria M, Rivera Bevide, Juan. Gestión de reputación corporativa de empresas mexicanas [Internet]. Madrid; 2015 [citado 14 de agosto de 2021]. 48-57 p. Disponible en: https://ideas.llorenteycuena.com/wp-content/uploads/sites/5/2015/02/150210_dmasi_libro_reputacion_empresas_mexicanas.pdf
25. Capriotti P. De la imagen a la reputación: Análisis de similitudes y diferencias. Razón y palabra. 2009;(70):3.
26. Freeman RE. La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación [Internet]. OpenMind. [citado 14 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-gestion-empresarial-basada-en-los-stakeholders-y-la-reputacion/>
27. Fassin Y. The Stakeholder Model Refined. JOURNAL OF BUSINESS ETHICS. 2009;84(1):113-35.
28. Ingenhoff D, Fuhrer T. Positioning and differentiation by using brand personality attributes: Do mission and vision statements contribute to building a unique corporate identity? Corporate Communications: An International Journal. 1 de enero de 2010;15(1):83-101.
29. Hernández Sampieri R, Fernández Collado C, Baptista Lucio P, Méndez Valencia S, Mendoza Torres CP. Metodología de la investigación. México, D.F.: McGraw-Hill Education; 2014.
30. Revilla GG, Zornoza CC. El modelo de empresa del siglo XXI: hacia una estrategia competitiva y sostenible [Internet]. Cinca; 2008 [citado 14 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=765458>

ANEXOS:

**CUESTIONARIO DE REPUTACIÓN HOSPITALARIA
(MeFio- Merco Reputación(30))**

(Dirigido al público general)

Buenos días/tardes,

Estamos haciendo una investigación sobre la reputación corporativa del Hospital Hipólito Unanue de Tacna. Quisiéramos conocer por favor su opinión. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

Edad:.....		Años de residencia:		Ocupación	
18-29		10 - 14 años		Ama de casa	
30-39		15 a 20 años		Estudiante	
40-49		21 a 24 años		Trabajador independiente	
50-59		>25 años		Trabajador dependiente	
60-69				Especificar:	
70 -79					
Género (Indicar su sexo)					
Instrucción:		Estado civil			
Masculino		Sin estudios		Soltero/a	
Femenino		Primaria Incompleta		Casado/a	
		Primaria completa		Conviviente	
Número de hijos		Secundaria Incompleta		Separado	
.....		Secundaria Completa		Divorciado	
		Superior Incompleta		Viudo	
		Superior Completa			

Agradeceremos que nos responda, de acuerdo con la siguiente escala, su

grado de conformidad con las siguientes afirmaciones acerca del Hospital

.....

D I M E N S I O N E S			T o t a l m e n t e e n d e s a c u e r d o	E n d e s a c u e r d o	N i e n d e s a c u e r d o	D e a c u e r d o	T o t a l m e n t e d e a c u e r d o
CC8	1	Aunque tenga que esperar más tiempo aquí que en otro hospital para operarme lo prefiero porque me fío más de cómo operan aquí					
GL1	2	Creo que el hospital funciona bien y los directores cumplen bien su papel					
RMA	3	Creo que el hospital hace lo posible para cuidar el medio ambiente y no contaminar demasiado					
CC1	4	Cuando estás en este hospital tienes la sensación de estar en buenas manos					
CA1	5	El personal de enfermería atiende bien a los pacientes. Te escuchan y se preocupan por que estés bien atendido					
CC2	6	El personal sanitario de este hospital tienen una buena preparación y saben hacer bien su trabajo					
CA2	7	El tratamiento que reciben los pacientes en este hospital es correcto. Aciertan con lo que tienes					
I1	8	En este hospital además de tratar enfermos					

		investigan para mejorar los tratamientos					
CA3	9	En este hospital los errores médicos sólo ocurren muy rara vez					
CA4	10	Este hospital cuenta con buenas instalaciones y equipos médicos					
I2	11	Este hospital es bueno y aquí estudian y se preparan médicos enfermeros y otros profesionales de otros sitios					
CC7	12	Estoy seguro/a de que recomendaría este hospital a familiares y amigos					
CA5	13	Las listas de espera de este hospital son razonables. No tienes que esperar demasiado para que te operen o para la consulta con el especialista					
CA6	14	Los médicos de este hospital dedican el tiempo necesario a cada paciente. Te escuchan y se preocupan por ti.					
CA7	15	Los profesionales de este hospital te respetan como persona					
CC3	16	Normalmente, las noticias en prensa o radio sobre este hospital son positivas					
CC4	17	Normalmente, escucho comentarios positivos de otros pacientes o sus familiares de este hospital					
GL2	18	Se nota que el hospital está bien organizado. Hay buen coordinación entre servicios médicos					
CA8	19	Se nota que el personal de este hospital se preocupa por los pacientes y hace lo posible para tratarlos bien					
CC5	20	Si necesitara un tratamiento elegiría este hospital y a sus profesionales					
CC6	21	Tengo plena confianza en los profesionales de este hospital. Sé que hacen bien su trabajo					

Escala de Likert	Puntaje
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Dimensiones	Items
Calidad de asistencia	8 items
Credibilidad y/o confianza	8 items
Gestión y liderazgo	2 items
Respeto al medio ambiente	1 items
I + D y formación	2 items