



Revista Información Científica

ISSN: 1028-9933

Universidad de Ciencias Médicas Guantánamo

Steffanell-De León, Ingrid Helga; Noda-Hernández,
Marcia; Arteta-Peña, Yussy; Ávila-Álvarez, Julio Cesar
Dimensiones que caracterizan la lealtad de los clientes internos en servicios de salud
Revista Información Científica, vol. 102, 3929, 2023
Universidad de Ciencias Médicas Guantánamo

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7547684>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551774301001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Dimensiones que caracterizan la lealtad de los clientes internos en servicios de salud**Dimensions that characterize loyalty of internal customers in health services****Dimensões que caracterizam a fidelização dos clientes internos nos serviços de saúde**

Ingrid Helga Steffanell-De León^{I*} , Marcia Noda-Hernández^{II} , Yussy Arteta-Peña^{III} , Julio Cesar Ávila-Álvarez^{IV} 

^I Universidad Libre. Barranquilla, Colombia.

^{II} Ministerio de Educación Superior. La Habana, Cuba.

^{III} Universidad del Atlántico. Barranquilla, Colombia.

^{IV} Universidad de Holguín. Holguín, Cuba.

*Autora para la correspondencia: ingridh.erikas@unilibre.edu.co

Recibido: 25-06-2022 Aprobado: 06-01-2023 Publicado: 18-01-2023

RESUMEN

Introducción: la satisfacción de los integrantes de una organización de cualquier tipo y, en particular, de aquellas que prestan servicios médicos es un tema de mucho interés e importancia si se logra altos niveles de satisfacción y, por ende, de lealtad de los pacientes y sus familiares se trata. **Objetivo:** determinar las dimensiones y atributos para la satisfacción y lealtad del cliente interno en instituciones de salud en Barranquilla durante el año 2021. **Método:** se realizó un estudio exploratorio descriptivo en instalaciones relacionadas con los servicios de salud en Barranquilla en 367 funcionarios (n=367) aunado con la revisión de la literatura correspondiente. Se aplicó un cuestionario con el fin de conocer las dimensiones y atributos antes mencionados. Los atributos fueron agrupados por eje de acuerdo a su mayor peso y sobre la base de esto fue definida el nombre de las dimensiones considerando diversos

estudios realizados y la experiencia. Se realizaron pruebas para determinar fiabilidad y validez para la encuesta, así como pruebas de adecuación muestral. Se aplicó el análisis factorial y componentes principales. **Resultados:** el 79 % de la varianza total abarcó las dimensiones: trabajo en equipo, reconocimiento laboral, condiciones de trabajo y beneficios laborales. Se mostró una distribución de los atributos en las dimensiones capaz de explicar la situación en un alto nivel. **Conclusiones:** el cliente interno es factor clave en una organización, considerándose adecuados los atributos propuestos para la satisfacción y lealtad del mismo en instituciones de salud.

Palabras clave: lealtad; cliente interno; satisfacción; control de calidad; calidad de la atención médica

ABSTRACT

Introduction: satisfaction of internal members of any organization, in particular those which provide medical services, is of a great interest and importance when it comes to achieve high levels of satisfaction and, therefore, loyalty of both patients and their families. **Objective:** to determine dimensions and attributes to get internal customer satisfaction and loyalty in health institutions in Barranquilla, throughout 2021. **Method:** an exploratory descriptive study was carried out in healthcare facilities in Barranquilla. The study was conducted in 367 health officials (n=367). Also it was carried out a review of related literature. It was applied a questionnaire to determine the dimensions and attributes. The attributes were grouped by axis according to those with widest impact and, based on this assess, the name of the dimensions was defined taken into account various previous studies and experiences. Factor and principal component analyses were applied. **Results:** the 79 % of the total variance covered the following dimensions: teamwork, job recognition, working conditions and work benefits. The attributes distributed in the dimensions can certify the high level found. **Conclusions:** the internal customer is a key factor in any institution, and the proposed attributes for customer satisfaction and loyalty in health institutions are considered adequate.

Keywords: loyalty; internal customer; satisfaction; quality control; quality of medical care

RESUMO

Introdução: a satisfação dos membros de uma organização de qualquer tipo e, em particular, daqueles que prestam serviços médicos é um tema de grande interesse e importância se pretendemos alcançar elevados níveis de satisfação e, portanto, de fidelização dos pacientes e seus parentes são tratados. **Objetivo:** determinar as dimensões e atributos para a satisfação e lealdade do cliente interno em instituições de saúde em Barranquilla durante o ano de 2021. **Método:** estudo descritivo exploratório realizado em instalações relacionadas a serviços de saúde em Barranquilla em 367 funcionários (n=367) juntamente com a revisão da literatura correspondente. Aplicou-se um questionário para conhecer as dimensões e atributos mencionados. Os atributos foram agrupados por eixo de acordo com seu maior peso e com base nisso foi definido o nome das dimensões considerando diversos estudos e experiências. Foram realizados testes para determinar a confiabilidade e validade da pesquisa, bem como testes de adequação da amostra. Aplicou-se análise fatorial e componentes principais. **Resultados:** 79% da variância total cobriu as dimensões: trabalho em equipe, reconhecimento do trabalho, condições de trabalho e benefícios do trabalho. Foi apresentada uma distribuição dos atributos nas dimensões, capaz de explicar a situação em alto nível. **Conclusões:** o cliente interno é um fator chave em uma organização, considerando adequados os atributos propostos para a satisfação e fidelização do mesmo nas instituições de saúde.

Palavras-chave: lealdade; cliente interno; satisfação; controle de qualidade; qualidade do atendimento médico

Cómo citar este artículo:

Steffanell-De León IH, Noda-Hernández M, Arteta-Peña Y, Ávila- Álvarez JC. Dimensiones que caracterizan la lealtad de los clientes internos en servicios de salud. Rev Inf Cient. 2023; 102:3929. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7547684>



INTRODUCCIÓN

Los recursos humanos se han convertido en los últimos veinte años en un elemento fundamental para cualquier tipo de organización de servicios, es un factor importante en la capacidad de adaptación de la institución, marcan la diferencia e influyen de manera determinante en la calidad y la percepción que sobre la misma tienen los clientes externos.⁽¹⁾

Todo ello adquiere una relevancia aún mayor en las instituciones que están relacionadas con los servicios de salud por las características específicas que poseen, en particular, el tipo especial de clientes que tienen y la manera en que se produce el servicio en el que participan varios de las personas que integran la organización.

El servicio de salud se caracteriza por la especial relación médico-paciente⁽²⁾, en la que el trato no tiene lugar entre iguales (relación de agencia), sino que el paciente acude buscando consejo, lo que puede generar una gran confianza del paciente en su médico, que puede traducirse en lealtad. Sin embargo, con el paciente y su familia también interactúan muchos integrantes de la institución de servicios de salud, de ahí, la relevancia de la calidad de los servicios y los atributos del entorno que envuelve al servicio, tanto tangibles (por citar algunos, el equipamiento, confort), así como intangibles (por ejemplo: la profesionalidad, rapidez), lo que demuestra la importancia de todo el sistema de servicio sanitario.

Si al razonamiento anterior se le agrega que los consumidores son tres veces menos propensos a recomendar a su proveedor de servicios de salud que a su hotel o banco habitual, sin embargo, son casi el doble de propensos a criticar a su proveedor sanitario, muy por encima del resto de proveedores de servicios con los que se relaciona diariamente, entonces puede comprenderse la importancia de lograr que estos tipos especiales de clientes sean leales a su proveedor de servicios.

El servicio al cliente es el único gestor de clientes leales, por tanto, para que una persona pueda identificarse con una organización y serle leal, hará falta que la organización muestre a esa persona que su objetivo de servicio es algo que merece la pena y que muestre con hechos que el trato a las personas y el clima humano que existe dentro de la organización es adecuado, es por esto que la periódica medición de la lealtad de los clientes es un asunto obligado: lo que no se mide, no se conoce, por lo que no se puede controlar y, por ende, no mejorar; de aquí, que el logro de la lealtad de los clientes es un objetivo crítico para cualquier organización.⁽²⁾

Para cualquier organización la calidad de los servicios es un aspecto fundamental para su funcionamiento, más aún en lo referente a servicios de salud dado que puede garantizar la seguridad del paciente satisfaciendo sus necesidades; con un cliente satisfecho se puede lograr beneficios como la lealtad del mismo al servicio.^(3,4) Es necesario fortalecer dentro de la organización el buen trato hacia los clientes de la misma, siendo amables, educados, colaboradores, entre otras; así el cliente puede tener una percepción positiva de la organización y regresar a hacer uso de los servicios ofrecidos por la misma, como también recomendar a otras personas.^(5,6)



Para alcanzar un servicio con calidad por parte de entes de servicio de salud, es primordial contar con empleados con un nivel alto de satisfacción laboral, dado que el recurso humano es un elemento esencial en cualquier tipo de organización, si esta hace las cosas bien se tendrán beneficios.⁽⁷⁾

La satisfacción laboral es una variable importante para las organizaciones ya que tiene impactos significativos en el desempeño laboral, es recomendable que las organizaciones enfoquen sus esfuerzos a promover un clima laboral favorable que contribuya a la satisfacción y, por ende, a la lealtad de los integrantes de cada uno de los subprocesos que se desarrollan y que ello se refleje en su desempeño; lo que conlleva a la satisfacción de los usuarios por el aumento en la calidad del servicio. La satisfacción laboral es una percepción que da como resultado un estado emocional del trabajador.^(8,9,10,11)

La satisfacción laboral se define como la sensación de bienestar del trabajador al desempeñar su labor.⁽¹²⁾ Por otra parte, Romani, Ferrer, y Zuta⁽¹³⁾ consideran que el trabajo en equipo y la satisfacción laboral tiene una relación significativa, primordialmente los indicadores coordinación y compromiso.

El mantenimiento de trabajadores satisfechos (cliente interno) es uno de los primeros pasos para contar con un equipo de trabajo comprometido, donde su motivación, personalidad y habilidades son factores claves que contribuyen a la satisfacción del cliente.

En el mundo actual las organizaciones deben considerar prioritario sostener al talento humano motivado, considerando que es el capital más importante por su aporte al brindar desarrollo y productividad⁽¹⁴⁾, para ello debe existir un ambiente laboral adecuado. Se hace necesario día a día contar con trabajadores cualificados, comprometidos, profesionales⁽¹⁵⁾, el cliente interno es clave, es quien realiza directamente el servicio prestado. Las personas necesitan que las instituciones sean medios importantes para lograr sus metas y, a su vez, estas organizaciones necesitan a las personas para conseguir los objetivos de la organización.

Los clientes internos lo conforman las personas que laboran en la organización y quienes, al igual que los externos, tienen necesidades y expectativas por satisfacer al interior de la compañía a través de productos o servicios que se proveen mediante diferentes medios o procesos.⁽¹⁶⁾

Concibiendo a la organización como aquella red interna de proveedores y clientes se puede considerar al cliente interno como aquel elemento que recibe el resultado de un proceso anterior dentro de la misma organización.

Dada la importancia del recurso humano que labora en una institución de servicios de salud se hace necesario determinar las dimensiones y atributos para la satisfacción y lealtad del cliente interno en instituciones de salud en Barranquilla durante el año 2021.

MÉTODO

Con el objeto de determinar las dimensiones y atributos para la satisfacción y lealtad del cliente interno se llevó a cabo un estudio exploratorio descriptivo en instalaciones relacionadas con los servicios de salud en Barranquilla aunado con la revisión de la literatura correspondiente y métodos estadísticos multivariados.

A través de una etapa cualitativa se analizaron los atributos que influyeron en la satisfacción de los trabajadores tanto del personal de atención directa a los pacientes (médicos, enfermeros) como los paramédicos, así como el resto del personal y, como un segmento aparte, a los directivos de las organizaciones sanitarias.

Posteriormente, se desarrolló una cuantitativa de confirmación de la existencia de dimensiones mediante el uso de la estadística multivariada, a una población de 4 500 trabajadores ($N=4\ 500$), con una muestra de 367 ($n=367$) funcionarios de instituciones de salud de la ciudad.

Se aplicó un cuestionario a un grupo de empleados que integran los servicios de salud en instituciones públicas de la ciudad con el fin de conocer las dimensiones y atributos que caracterizan la satisfacción laboral de dichos empleados (cliente interno) usando muestreo aleatorio estratificado y aplicando el paquete estadístico SPSS versión 22, escogiéndose aquellos atributos que están por encima del 80 %.

Se realizaron pruebas para determinar fiabilidad y validez para la encuesta, así como pruebas de adecuación muestral.

Se obtuvieron la tabla de estudio de varianza, la matriz de componentes rotados, la prueba KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y la prueba de Bartlett para clientes internos, usando el paquete estadístico SPSS.

Se consideraron los aspectos éticos al tener el consentimiento informado de los profesionales de las instituciones de salud incluyendo las directivas de esta.

RESULTADOS

Basados en resultados de varianza sobre los atributos de los clientes internos exigidos por estos, es considerada la validez de la técnica de componentes principales para dar explicación al comportamiento de las variables de estudio.

Los cuatro primeros componentes explicaron el 79 % de la varianza total, así mismo que la varianza total explicada por eje fue: eje (1) 25 %, eje (2) 45 %, eje (3) 63 % y eje (4) 79 %; lo que mostró una distribución de los atributos en los ejes capaz de explicar la situación en un alto nivel.

Los atributos fueron agrupados por eje de acuerdo a su mayor peso y sobre la base de esto fue definida el nombre de las dimensiones considerando diversos estudios realizados y la experiencia.



En el primer eje se agruparon los atributos referidos a la dimensión Trabajo en equipo, mientras el segundo eje contempló la dimensión Reconocimiento laboral, el tercer eje contempló la dimensión Condiciones de trabajo. Por último, el cuarto eje contuvo los atributos referidos a la dimensión Beneficios laborales, como se observa en la Tabla 1.

Se realizó para cada dimensión el cálculo de coeficiente alpha de Cronbach tomando valores superiores a 0,5 siendo un coeficiente significativo de fiabilidad; adicionalmente, se realizó la prueba KMO (Kaiser-Meyer-Olkin), igual a 0,635, lo que mostró que la aplicación del análisis factorial fue apropiada, debido a que las correlaciones entre los pares de variables fueron explicadas por otras variables, lo que corroboró de esta manera que las dimensiones y atributos deseados caracterizaron la satisfacción y lealtad correctamente para los empleados de las instituciones de salud estudiadas.

Las dimensiones que caracterizaron la satisfacción de los clientes internos en general, o sea, tanto para trabajadores como para directivos estuvieron asociadas con Trabajo en equipo, Reconocimiento Laboral, Condiciones de trabajo y Beneficios laborales.

Para la determinación de las dimensiones y atributos se realizó un análisis cualitativo que inició con la valoración de los atributos definidos en la literatura, para luego tomar la opinión de los actores en cuestión, así como de expertos, para seleccionar los referidos por más del 80 % de los entrevistados; como complemento a este, se realizó un análisis cuantitativo, con la aplicación de un cuestionario para determinar la importancia que los trabajadores atribuían a los atributos seleccionados en la fase cualitativa. Con esta información se establecieron las matrices de datos, que fueron procesadas con el SPSS 22. Para finalmente obtener los atributos que determinan la satisfacción y lealtad de los clientes internos en instituciones de salud, como se aprecia en la Tabla 1.

Tabla 1. Dimensiones y atributos que determinan la satisfacción y lealtad de los clientes internos en instalaciones de servicio de salud

Dimensiones	Atributos
Trabajo en equipo	Identificación con la institución
	Comunicación entre empleados
	Uso de normas, protocolos, procedimientos
	Programas de desarrollo personal y profesional
Reconocimiento laboral	Salario devengado
	Compromiso organizacional
	Valoración del trabajo realizado
	Oportunidades de desarrollo profesional
Condiciones de trabajo	Seguridad en área de trabajo (limpieza, orden, ambientación)
	Material y equipo requerido adecuados
	Horario
	Seguridad (Entorno laboral seguro)
Beneficios laborales	Oportunidades de capacitación
	Incentivos
	Individuos aportan en fijación de metas y objetivos laborales

Fuente: adaptado de Steffanell De León, 2018.⁽¹⁷⁾

DISCUSIÓN

El comportamiento de los empleados en el desarrollo de su actividad laboral obedece a variados factores, como buena relación entre compañeros, buenas condiciones laborales, salario, seguridad, entre otras. La satisfacción de una persona en su trabajo está relacionada con la satisfacción del usuario, por tanto, se hace relevante un compromiso del personal; si este no está motivado con una buena actitud, lo reflejarán en el momento de interactuar con pacientes lo que afectaría a la entidad de salud.

Luego de revisar diferentes trabajos como el de Arboleda⁽⁷⁾, Sánchez⁽⁹⁾, Steffanell⁽¹⁷⁾ que generaron atributos para entidades de servicio, se evidencia la importancia de identificar aquellos pertinentes a instituciones de salud en la región, como una forma de solución a las necesidades de dichas instituciones en lo referente al recurso humano; reconociéndose la necesidad de mejorar la satisfacción del cliente interno, lo que se reflejará especialmente en los pacientes de la entidad de salud, por lo que se hizo necesario identificar aquellos atributos que pueden contribuir positivamente a eso.^(7,9,21)

Un apropiado ambiente laboral propiciará una mejor comunicación, mejor actitud hacia los pacientes u otro usuario de la entidad sanitaria; lográndose que el cliente interno se sienta satisfecho e influya en la calidad del servicio.

Una de las primordiales preocupaciones de las instituciones de salud es la calidad en el cuidado proporcionado a los usuarios, es allí donde debe ir dirigidas las intervenciones con el objeto de lograr su mejoramiento, es decir, debe haber un profesionalismo en la organización, planificación y control de estos; el cuidado, seguridad del paciente, es clave para su atención.

El compromiso del capital humano en el esfuerzo de un mejoramiento de calidad para la institución es importante para la satisfacción, lealtad de los usuarios; son personas que deben estar en constante preparación para mejorar la calidad del servicio prestado, entonces se hace necesario una participación más activa de parte de los trabajadores de las instituciones de salud para cada día prestar una mejor atención a los usuarios; la atención al cliente es un elemento primordial, por lo tanto, se requiere un personal satisfecho y altamente motivado con la labor que realiza y con la institución de salud para la cual trabaja.

Finalmente, los resultados discutidos fueron evidenciados mediante datos estadísticos (realizando estudio de varianza para clientes internos matriz de componente rotados para clientes internos), considerando válida la técnica usada para el análisis de las variables estudiadas, donde se obtuvieron dimensiones y atributos determinantes para la satisfacción y lealtad del cliente interno en institución de salud.^(18,19,20,21)

CONCLUSIONES

Con el uso del análisis factorial, técnica estadística de análisis multivariado se concluye que en cuatro componentes pueden ser clasificados los atributos, los cuales tienen relación con los procesos que contribuyen a la satisfacción y lealtad del cliente, como lo son: trabajo en equipo, reconocimiento laboral, condiciones de trabajo y beneficios laborales.

Las dimensiones identificadas explican el 79 % de la varianza total.

Tanto trabajadores como directivos coinciden en darle la mayor importancia en el logro de su satisfacción a la dimensión trabajo en equipo.

Los atributos propuestos para la satisfacción y lealtad de los clientes internos se consideran adecuados, siendo válida la técnica utilizada para explicar el comportamiento de las variables incluidas en el estudio, por poseer, altos niveles de fiabilidad y validez.

Con el presente estudio se logró identificar las dimensiones y atributos característicos de los clientes internos en instituciones de salud de Barranquilla para sobre esa base proponer estrategias dirigidas a mejorar los mismos con el consecuente incremento de las percepciones favorables de los pacientes y sus familiares, lo que provoca su lealtad tanto por la repetición en la solicitud del servicio como por la recomendación positiva a otras personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Montoya Agudelo CA, Boyero Saavedra M, Guzman Monsalve V. La gestión Humana: Un socio estratégico organizacional. Visión futuro [Internet]. 2016 [citado 16 Nov 2022]; 20(1):164-188. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082016000100005
2. Ruiz Gomez F. Percepción de la calidad de atención y satisfacción laboral en pacientes atendidos en el Hospital Eleazar Guzman Barrón. [Tesis de Maestría]. Peru: Universidad Cesar Vallejo; 2019. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38783>
3. Roque Gonzalez R, Guerra Bretaña R, Torres Peña R. Gestión integrada de seguridad del paciente y calidad en servicios de salud. Rev Hab Cienc Méd [Internet]. 2018 [citado 16 Nov 2022]; 17(2): 315-324. Disponible en: <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/2012>
4. Jiménez Coronado AM, Cabarcas Velásquez M, Hernández Palma HG. Innovación en las instituciones prestadoras de servicios de salud: estrategia administrativa. Rev Ing [Internet]. 2018 [citado 16 Nov 2022]; 13(22):19-35. DOI: <https://doi.org/10.18041/1909-2458/ingeniare.22.1340>
5. Nuñez Castro LE. Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte. [Tesis de Maestría]. Peru: Universidad César Vallejo; 2017. [citado 16 Nov 2022]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/12993>



6. Noda Hernandez ME, Hernandez Perez GD, Medina Leon AA, Perez Campdesuñer RF, Steffanell de León IE. La satisfacción del cliente interno en organizaciones de servicio. Una propuesta para su mejora continua. En: Medina Leon A, Nogueira Rivera D, Sanchez Macias A. Documentación y procedimientos de apoyo para la gestión y mejora de procesos. 1ed. Mexico: Universidad Autónoma San Luis Potosí; 2020. p: 84-103. [citado 6 Nov 2023]. Disponible en: <https://bit.ly/3VVKuVJ>
7. Arboleda Posada G, Cardona Jimenez J. Percepción de la satisfacción con la labor desempeñada y factores de motivación del personal de las instituciones prestadoras de servicios de salud (IPS) del valle de Aburrá, 2011. Rev Gerenc Polit Salud [Internet]. 2018 [citado 16 Nov 2022]: 17-35. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps17-35.psld>
8. Carrillo García C, Martínez Roche M, Gómez García C, Meseguer De Pedro M. Satisfacción laboral de los profesionales sanitarios de un hospital universitario: Análisis general y categorías laborales. Anales Psicol [Internet]. 2015 [citado 16 Nov 2022]; 31(2):645-650. DOI: <https://doi.org/10.6018/analesps.31.2.169791>
9. Sánchez Trujillo M, Hernández Mendoza J, Molina Ruiz H, García Vargas M. Colaboradores satisfechos - productividad empresarial. Bol Cient Escuela Supr Atotonilco de Tula. 2020; 7(14):4-9.
10. Payares Jiménez K, Berdugo Romero A, Caridad Faria M, Navarro Manotas E. Endomarketing y calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud. Espacios [Internet]. 2017 [citado 16 Nov 2022]; 38(57):32-42. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/17385732.html>
11. Salazar Marmolejo L, Ospina Nieto Y. Satisfacción laboral y desempeño. Colec Acad Cienc Estrateg. 2019; 6(1):47-67.
12. Holguín Morales Y, Contreras Camarena C. Satisfacción laboral del personal en el servicio de nefrología del Hospital Guillermo Kaelin de la Fuente (Villa María). Horizonte Méd [Internet]. 2020 [citado 16 Nov 2022]; 20(2):e1238. DOI: <https://doi.org/10.24265/horizmed.2020.v2On2.09>
13. Romani S, Ferrer M, Zuta N. Trabajo en equipo y satisfacción laboral en profesionales de enfermería del hospital de Ventanilla. Inv Valdizana [Internet]. 2018 [citado 16 Nov 2022]; 12(3):165-170. DOI: <https://doi.org/10.33554/riv.12.3.152>
14. Bohorquez E, Pérez M, Caiche W, Benavides Rodríguez A. La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. Univ Soc [Internet]. 2018 [citado 16 Nov 2022]; 12(3):385-390. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300385
15. Sánchez Trujillo MG, García Vargas MD. Satisfacción laboral en los entornos de trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. Sientia Et Technica [Internet]. 2017 [citado 16 Nov 2022]; 22(2):161-166. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84953103007>
16. Martínez Bermúdez R. Servicio al cliente interno: Todos somos clientes y todos tenemos clientes. 1ed. Bogotá: Ediciones de la U; 2016.
17. Steffanell De León I. Tecnología para la gestión de lealtad de clientes en Pymes hoteleras relacionadas con turismo de negocios. [Tesis Doctorado]. Holguín; 2018. [citado 16 Nov 2022]. <https://um.gob.cu>

18. Steffanell De Leon I, Arteta Peña Y, Noda Hernández M. Gestión de lealtad del cliente de turismo de negocios en Pymes hoteleras. Ing Ind [Internet]. 2016 [citado 16 Nov 2022]; 33(3):244-252. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300003
19. Alvarez Santos L, Miguel Guzmán M de, Noda Hernández M, Alvarez López L, Galcerán Chacón G. Diagnóstico de la satisfacción laboral en una entidad asistencial hospitalaria. Rev Cubana Salud Púb [Internet]. 2016 [citado 16 Nov 2022]; 42(3):407-417. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v42n3/spu08316.pdf>
20. Calero Gimeno R, Gallarza Granizo M. Segmentación y comportamiento de lealtad de los pacientes: un análisis cluster en los departamentos de salud de la comunidad Valenciana. Rev Gerenc Polit Salud [Internet]. 2018 [citado 16 Nov 2022]; 17(34):1-15. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps17-34.sclp>
21. Bazalar Paz MA, Choquehuanca Saldarriaga CA. Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de Universidad nacional del Callao. Rev Inv Cient Tecnol [Internet]. 2020 [citado 16 Nov 2022]; 1(2):35-51. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090253>

Declaración de conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses respecto a este estudio.

Contribución de los autores:

IHSDL: conceptualización, investigación, supervisión, visualización, redacción borrador original, revisión, edición, diseño metodológico.

MNH: conceptualización, investigación, supervisión, visualización, redacción borrador original, revisión, edición.

YAP: investigación, redacción borrador, apoyo análisis de datos a través de técnicas estadísticas, diseño metodológico.

JCAA: visualización documento final, realización lectura crítica.

Todos los autores revisaron la redacción y aprobaron la versión final.

Financiación:

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

