

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION
ESCUELA DE POSGRADO



T E S I S

**Calidad de servicio en la atención odontológica y satisfacción de
pacientes que acuden a la clínica dental Joldent, Pasco 2019**

Para optar el grado académico de Maestro en:

Salud Pública y Comunitaria

Mención: Gerencia en Salud

Autor:

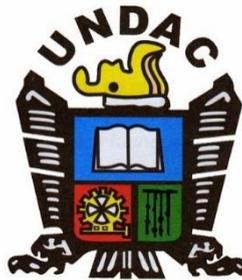
Bach. Jazmin Esther VASQUEZ FAUSTINO

Asesor:

Mg. Irma YUPANQUI MARTINEZ

Cerro de Pasco - Perú - 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION
ESCUELA DE POSGRADO



T E S I S

**Calidad de servicio en la atención odontológica y satisfacción de
pacientes que acuden a la clínica dental Joldent, Pasco 2019**

Sustentada y Aprobada ante los miembros del jurado

Dr. Ricardo Arturo GUARDIÁN CHAVEZ
PRESIDENTE

Dr. Javier SOLIS CONDOR
MIEMBRO

Dr. Isaías Fausto MEDINA ESPINOZA
MIEMBRO

DEDICATORIA

Este trabajo dedico Dios, a mis padres Joel y Juditt por el soporte absoluto en mi formación integral y a mis hermanos Abraham y Neil, por estar en los buenos y malos momentos.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional “Daniel Alcides Carrión”, mi Alma Mater.

A los Docentes de la Maestría de Salud Pública y Comunitaria, quienes contribuyeron a mi formación profesional.

A la Clínica Dental “JOLDENT”, por el apoyo brindado para la recolección de datos y ejecución del presente trabajo de investigación.

A mis familiares quienes siempre estuvieron conmigo apoyándome y motivándome para lograr cumplir mi meta trazada.

A todos ustedes queridos maestros, familiares y amigos **GRACIAS.**

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito establecer la relación entre la Calidad de atención y la satisfacción del cliente en la clínica Odontológica JOLDENT, de la ciudad de Cerro de Pasco, 2019.

En este estudio de carácter descriptivo, retrospectivo, transversal, aplicado, cuantitativo y correlacional, se encuestó a 152 pacientes que asistieron al consultorio odontológico por un período de 5 meses, con un muestreo probabilístico, los cuales fueron clasificados por sexo, estado civil y edad.

A través del cuestionario que fue validado a juicio de expertos, se realizó la encuesta para medir la calidad de atención y para medir la satisfacción del cliente.

El resultado principal de este estudio determina que existe una relación directa entre la calidad de atención y la satisfacción de los pacientes.que asisten a la Clinica dental JOLDENT, de modo que, si se brinda un mejor servicio, entonces la satisfacción de los clientes será mayor.

Concluyendo así que existe una relación directa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente y se recomendó su uso para mejorar los servicios de salud

Palabras clave: Calidad del servicio, satisfacción del usuario

ABSTRACT

The purpose of this research was to establish the relationship between the quality of care and customer satisfaction in the dental clinic JOLDENT, in the city of Cerro de Pasco, 2019. This study of descriptive, retrospective, cross-sectional, applied, quantitative and correlational methodology surveyed 152 patients who attended the dental office for a period of 5 months, with a probabilistic sampling, these were classified by sex, marital status and age, Through the questionnaire that was valid through expert judgment, a survey was conducted to measure the quality of care and user satisfaction. The main result of this study determines that there is a direct relationship between the quality of service and the satisfaction of the user who attends the Odontológico JOLDENT office; that is, the better the service provided, the greater the satisfaction of the patients. Concluding that there is a direct relationship between the quality of care and customer satisfaction and its use was recommended to improve health services.

Keywords: Quality of service, user satisfaction

INTRODUCCIÓN

A partir de los años 90, la calidad en los servicios de la salud viene desarrollándose con mayor relevancia, ya que el Ministerio de Salud (MINSA) viene realizando esfuerzos que conducen a optimizar la calidad en los servicios brindados a través de estrategias básicas de intervención.

Es en el año 2006, cuando el MINSA aprueba el SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD (SGC), donde se instituyen los objetivos, principios y bases conceptuales de calidad.

El SGC dentro de su unidad de información para la calidad establece los instrumentos, estrategias, procedimientos y metodologías para saber los niveles de satisfacción en los usuarios.

Actualmente, SERVQUAL (Service Quality), es uno de los modelos más utilizados para poder medir la calidad de un servicio. Este modelo fue ensayado y aprobado para poder medir la calidad de servicios, el cual se encuentra dividido en 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles. De este modo el modelo SERVQUAL no significa solo una técnica de valoración, sino mas bien una orientación para poder mejorar la calidad de un servicio prestado.

En el Perú se realizaron diferentes estudios a los pacientes sobre la calidad de servicio que observaron al recibir los servicios de salud, mediante diferentes programas y métodos que conducen a identificar el nivel de la calidad que puede brindarse en los diferentes servicios de salud.

La clínica dental JOLDENT, es un establecimiento de salud en la ciudad de Cerro de Pasco en las que recurren diversos usuarios.

El presente trabajo de investigación titulado “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica Dental JOLDENT, Pasco 2019” presentó como principal objetivo, establecer la relación que pueda existir entre la calidad de servicio y la satisfacción del paciente, pudiendose obtener a través de los resultados de los datos analizados que efectivamente la calidad de servicio está relacionada de forma directa con la satisfacción del cliente.

INDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
INDICE	

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema.....	1
1.2. Delimitación de la Investigación	2
1.3. Formulación del problema:.....	3
1.3.1.Problema general.....	3
1.3.2.Problemas específicos	4
1.4. Formulación de Objetivos.....	4
1.4.1.Objetivo General	4
1.4.2.Objetivos específicos	4
1.5. Justificación de la investigación	5
1.6. Limitaciones de la investigación.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio.....	7
2.2. Bases teórico-científicas	12
2.3. Definición de términos básicos.....	35
2.4. Formulación de Hipótesis.....	37
2.4.1.Hipótesis General.....	37
2.4.2.Hipótesis Especificas	37
2.5. Identificación de variables	38
2.6. Definición operacional de variables e indicadores.....	39

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación	40
3.2. Nivel de Investigación	40
3.3. Métodos de investigación.....	41
3.4. Diseño de investigación	41
3.5. Población y muestra.....	42
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43

3.7. Selección, Validación y Confiabilidad de los instrumentos de Investigación ..	44
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	44
3.9. Tratamiento estadístico	44
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica.....	45

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo	46
4.2. Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados.....	46
4.3. Prueba de Hipótesis.....	71
4.4. Discusión de resultados	76

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

INDICE DE CUADROS

CUADRO N°1: Distribución de la muestra según sexo	47
CUADRO N° 2: Distribucion de la muestra según estado civil	47
CUADRO N°3: Distribución de la muestra según intervalos de edad	48
CUADRO N°4: Distribución de la muestra – calidad de atención	49
CUADRO N°5: Distribución de la muestra - dimension confiabilidad de la calidad de atención	50
CUADRO N°6: Dimension tangibilidad de la calidad de atención.....	51
CUADRO N°7: Distribución de la muestra – dimension seguridad de la calidad de atención	52
CUADRO N°8: Distribución de la muestra – dimensión empatía de la calidad de atención.....	53
CUADRO N° 9: Distribución de la muestra – satisfacción del usuario	54
CUADRO N° 10: Distribución de la muestra - dimension satisfacción humana de la satisfacción del usuario.....	55
CUADRO N° 11: Distribución de la muestra - dimension satisfacción técnico-científica de la satisfacción del usuario	56
CUADRO N° 12: Distribución de la muestra - dimension satisfacción entorno de la satisfacción del usuario.....	57
CUADRO N° 13: Relación calidad de atención – confiabilidad.....	58
CUADRO N° 14: Relación calidad de atención – tangibilidad	59
CUADRO N° 15: Relación calidad de atención – seguridad.....	60
CUADRO N° 16: Relación calidad de atención – empatia.....	61
CUADRO N° 17: Relación satisfacción del usuario – satisfacción humana	63
CUADRO N° 18: Relación satisfacción del usuario – satisfacción tecnico cientifica...	64
CUADRO N° 19: Relación satisfacción del usuario – satisfacción entorno.....	65
CUADRO N° 20: Relación calidad de la atención – satisfaccion del usuario.....	66
CUADRO N° 21: Satisfacción del usuario y la dimensión confiabilidad de la calidad de atención	67
CUADRO N° 22: Satisfacción del usuario y la dimensión tangibilidad de la calidad de atención.....	68
CUADRO N° 23: Satisfacción del usuario y la dimensión seguridad de la calidad de atención	69
CUADRO N° 24: Satisfacción del usuario y la dimensión empatía de la calidad de atención	70

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N°1: Distribución de la muestra según sexo.....	47
GRÁFICO N° 2: Distribución de la muestra según estado civil.....	48
GRÁFICO N°3: Distribución de la muestra según intervalos de edad	49
GRÁFICO N°4: Distribución de la muestra - calidad de atencion	50
GRÁFICO N° 5: Distribución de la muestra - dimension confiabilidad de la calidad de atención	51
GRÁFICO N°6: Distribución de la muestra - dimension tangibilidad de la calidad de atención.....	52
GRÁFICO N° 7: Distribución de la muestra - dimension seguridad de la calidad de atención.....	53
GRÁFICO N° 8: Distribución de la muestra - dimension empatia de la calidad de atención.....	54
GRÁFICO N°9: Distribución de la muestra – satisfacción del usuario	55
GRÁFICO N°10: Distribución de la muestra - dimension satisfacción humana de la satisfacción del usuario.....	56
GRÁFICO N°11: Distribución de la muestra - dimension satisfacción técnico-científica de la satisfacción del usuario	57
GRÁFICO N°12: Distribución de la muestra - dimension satisfacción entorno de la satisfacción del usuario.....	58
GRÁFICO N°13: Relación calidad de atención - confiabilidad.....	59
GRÁFICO N°14: Relación calidad de atención - tangibilidad	60
GRÁFICO N°15: Relación calidad de atención - seguridad.....	61
GRÁFICO N°16: Relación calidad de atención - empatia.....	62
GRÁFICO N°17: Relación satisfacción del usuario – satisfacción humana	63
GRÁFICO N°18: Relación satisfacción del usuario – satisfacción técnico científica ...	64
GRÁFICO N°19: Relación satisfacción del usuario – satisfacción entorno.....	65
GRÁFICO N°20: Relación calidad de la atención – satisfacción del usuario	66
GRÁFICO N° 21: Satisfacción del usuario y la dimensipon confiabilidad de la calidad de atención	67
GRÁFICO N°22: Satisfacción del usuario y la dimensión tangibilidad de la calidad de atención.....	68
GRÁFICO N°23: Satisfacción del usuario y la dimensión seguridad de la calidad de atención.....	69
GRÁFICO N°24: Satisfacción del usuario y la dimensión empatía de la calidad de atención.....	70

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

El sistema Nacional de Salud, pasó por diversos cambios notorios, los cuales exigieron a integrar a la calidad como un cimiento importante dentro de la prestación de los servicios de salud. Como resultado es claro que es la calidad un requisito ineludible encaminado a brindar estabilidad a los pacientes y reducir los riesgos asociados a la prestación de los servicios, siendo necesaria la implementación de un sistema de administración de la calidad a grado de cada una de las instituciones que brindan servicios de salud.¹

De este modo, la satisfacción del paciente es fundamental en el desarrollo de hoy de los establecimientos de salud, ya que sirve como un punto de control activo para evaluar la calidad de servicio prestado por quienes integran el equipo del establecimiento, además de permitir la implementación, recomposición, adaptación e implementación de una estrategia de optimización en caso de incumplimiento con la tarea y perspectiva del establecimiento; además, abre las puertas a la innovación orientada a la acción en las instituciones, lo que se traduce en resultados positivos.²

El potencial humano es el aspecto más importante en el logro de los objetivos estratégicos. En la medida en que los empleados se desempeñen efectivamente de tal forma que su conocimiento, destreza, comportamiento y actitudes conlleven al éxito del establecimiento, es primordial disponer de una fuerza gremial capaz de admitir el cambio y siempre motivada para impulsar la competitividad de la organización.²

Para el Ministerio de Salud, valorar la calidad de atención desde el punto de vista del paciente es cada vez más frecuente, obteniendo una relevancia constante para las instituciones de salud sean privadas o públicas, con este preciado indicador, es viable conseguir una recolección de conceptos involucrados con la atención que recibieron.³

Debido a la relevancia de conocer la calidad del servicio que se brinda en un establecimiento de salud, como lo es la clínica odontológica JOLDENT, y la relación que existe entre esta y la satisfacción del paciente, se realizó este el presente estudio, como parte del sector salud entiendo que es importante y apremiante ofrecer una atención de calidad y reducir el nivel de insatisfacción que pueda existir en ciertos pacientes.

Por otro lado, no existen investigaciones que traten sobre la calidad de servicio y la satisfacción del paciente en las clínicas odontológicas en la región, por lo cual se realizó un estudio exhaustivo para determinar el vínculo entre la calidad de servicio y la satisfacción del paciente en la clínica dental JOLDENT, con el fin de proponer estrategias de mejora.

1.2. Delimitación de la Investigación

1.2.1. Delimitación Institucional o Espacial:

El estudio se realizó en las instalaciones de la clínica dental JOLDENT, ubicado en la Av. Circunvalación Arenales N° 180 2do piso, en el distrito de Chaupimarca, Provincia y Región Pasco.

1.2.2. Delimitación Social:

Debido a que un buen servicio genera satisfacción en los usuarios, la calidad del servicio y la satisfacción del paciente serán de gran valor para la sociedad del pasado

1.2.3. Delimitación Teórica:

El enfoque del estudio está en la calidad del servicio como una herramienta que permita evaluar la satisfacción del paciente, de modo que, basándonos en las teorías de la calidad, el fundamento del presente estudio son las variables siguientes:

- Calidad de servicio
- Satisfacción del paciente

1.3. Formulación del problema:

1.3.1. Problema general

¿Existe relación entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción de pacientes que acuden a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019?

1.3.2. Problemas específicos

- a) ¿Existe relación entre la dimensión confiabilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019?
- b) ¿Existe relación entre la dimensión Tangibilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019?
- c) ¿Existe relación entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019?
- d) ¿Existe relación entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019?

1.4. Formulación de Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar si existe relación entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción de pacientes que acuden a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Determinar si existe relación entre y la dimensión Confiabilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.
- b) Determinar si existe relación entre la dimensión Tangibilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

- c) Determinar si existe relación entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio en la atención Odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.
- d) Determinar si existe relación entre la la dimensión Empatía de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

1.5. Justificación de la investigación

Los siguientes factores definen la justificación de la presente investigación:

1.5.1. Conveniencia:

Por su inclusión en la realidad objetiva de la población pasqueña, el estudio objeto de esta investigación es práctico.

1.5.2. Relevancia Teórica:

La importancia teórica del presente estudio se demuestra por su contribución dentro del ámbito del conocimiento científico en lo que respecta a iluminar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del paciente en todas sus dimensiones.

1.5.3. Relevancia Práctica:

Demostrado por asumir responsablemente la calidad del servicio eficiente en todas sus dimensiones, lo que repercute positivamente en la satisfacción del paciente.

1.5.4. Relevancia Social:

Comprender el nivel de servicio brindado en un centro de atención médica y cómo se relaciona la satisfacción del paciente es útil y significativo desde una perspectiva social.

1.5.5. Relevancia Metodológica:

Los métodos, procedimientos y herramientas utilizadas en la investigación, como cuestionarios y encuestas, tienen un alto grado de validez y confiabilidad, y cuando se aplican a otros proyectos de investigación, medirán lo que realmente se pretende medir para lograr la estandarización.

1.6. Limitaciones de la investigación

En el presente estudio se determinó la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del paciente en la clínica de odontología JOLDENT en Pasco en el año 2019; sin embargo, para lograr este objetivo, se tuvieron que superar ciertas limitaciones, entre ellas:

- Confidencialidad de la información.
- Colaboración escasa por parte de los pacientes.
- La técnica usada para determinar los criterios de evaluación es de tipo de análisis cualitativo, por lo tanto, los resultados son subjetivos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Antecedentes Internacionales

- Civera constató que la importancia de la calidad es cada vez mayor y la preocupación de los centros de salud por la mejora continua en su estudio de 2008, "Análisis de la Relación entre Calidad y Satisfacción en el Sector Hospitalario a la Luz de los Modelos de Gestión Establecidos". La investigación consistió en 399 entrevistas individuales a adultos mayores de 18 años de los hospitales de la capital valenciana, Hospital 9 de octubre, Hospital Público de Gestión privada de Alzira y el Hospital Público de Sagunto – Valencia, a un nivel de confianza del 95.5 % .⁴

Llegando a las siguientes conclusiones:

- ✓ Incluso si hay pequeñas variaciones entre cada hospital, la atención al paciente en estas instalaciones es buena.
- ✓ El personal del hospital genera alta confianza.

✓ La atención al paciente es excelente y muy individualizada en los tres hospitales.

- En su artículo de 2003, "Percepción de la calidad de la atención de los servicios de salud: Perspectiva de los pacientes, Matagalpa durante noviembre de 2002", los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Wong, García y Rodríguez examinaron cómo los pacientes percibían la calidad de la atención que recibieron en los servicios ambulatorios del Sistema Integrado de Salud de Matagalpa (SILAIS). Este estudio se realizó en 30 municipios a través de entrevistas.⁵

De este estudio concluyeron:

✓ La corta duración del período de contacto requerido para recibir atención conduce a la insatisfacción.

✓ Las mujeres de 20 a 34 años son los pacientes que más acuden a las unidades de salud.

✓ La distancia entre sus hogares y los centros de salud es una barrera importante.

✓ Los tres problemas principales que se sabe que causan insatisfacción son la falta de medicamentos, un período de espera prolongado y una consulta breve.

- Buitrago, 2007, en su tesis "Satisfacción de los pacientes con los servicios hospitalarios del área de Mayagüez", realiza un estudio descriptivo en un hospital del área de Mayagüez para conocer el grado de satisfacción de los pacientes con relación a los servicios hospitalarios, utilizando una muestra de 51 pacientes. Los resultados mostraron que existe una relación significativa entre el comportamiento del personal y la satisfacción del cliente.⁶

De acuerdo con los hallazgos del estudio de investigación, cuatro de los ocho factores, conveniencia, primera impresión, respeto-atención, y eficacia-

continuidad mostraron una relación significativa con la satisfacción del cliente, sin embargo, la variable comunicación no.

- Morales, en 2009, en su tesis titulada "Nivel de Satisfacción de los Pacientes que Acuden al Servicio de Urgencias hacia la Atención de Enfermera en un Establecimiento de Primer Nivel de Salud en Mistrato Risaralda, febrero a abril de 2009".⁷ Concluye que según la encuesta CARE-Q, el mayor desafío para el personal de enfermería que trabaja en la atención de emergencia es la falta de información precisa y clara en cuanto al estado de salud del paciente y familia , así como la falta de comunicación entre el personal de enfermería y el paciente y familia,. La mayoría de la población en estudio fueron pacientes del sexo femenino entre los 20 y 30 años.

- Bermúdez IF, Delgado IM, en el 2015, realizaron un estudio descriptivo cuantitativo para evaluar la percepción de la calidad, estructura y proceso en la atención odontológica del servicio de Cirugía Oral III de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua – Managua, en una muestra de 207 pacientes, donde se pudo ver que la valoración fue de un 71 % como bueno, como regular fue un 16 % y un 13 % como malo.⁸

Antecedentes Nacionales:

- Mariño, en 2012, en su tesis de maestría en gestión en salud, "Evaluación de la calidad de atención y satisfacción de los usuarios que participan en las sesiones de consejería en los servicios de salud del Instituto Nacional de Mejía durante el período 2012". Completó una investigación observacional con un diseño transversal epidemiológico, donde trabajó con 391 sujetos.⁹

Llegando a las conclusiones siguientes:

- ✓ Los pacientes que fueron calificados con el nivel más bajo de satisfacción fueron el 92,1%; los niveles más bajos de satisfacción son indicativos de desánimo e indiferencia.

✓ No hay suficiente información proporcionada por el personal de enfermería después de la consulta.

• En 2013, en su Investigación “Percepción y expectativas de la calidad de la atención de los servicios de salud de los usuarios del centro de salud delicias villachorrillos en el período febrero-mayo 2013”, García concluye lo siguiente:¹⁰

✓ El nivel de satisfacción de los usuarios externos de los diversos servicios del Centro de Salud Delicias de Villa-Chorrillos es de 55.24 %.

✓ Hay desabastecimiento de medicamentos, por lo que la medida de Fiabilidad arrojó un nivel de insatisfacción del 58,5 %.

✓ Los usuarios se quejan de que no reciben una atención oportuna en el área de admisión, lo que se refleja en un índice de insatisfacción del 60.5 % en la capacidad de tiempo de respuesta.

✓ En la dimensión Tangibilidad hay una tasa de insatisfacción del 59,6%.

• Huisa, en el año 2012, realiza una investigación “Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el Hospital de la Base Naval, Callao, octubre - noviembre”.¹¹

En sus conclusiones señala:

✓ En relación con los usuarios externos, la mayoría están satisfechos con el nivel de servicio proporcionado.

✓ Con respecto a los usuarios externos, la mayoría se mostraron satisfechos en relación con la dimensión humana, correspondiente a la calidad de atención.

✓ Los ítems asociados al uso adecuado del uniforme por parte del personal y el respeto a la privacidad del paciente impactaron positivamente en la satisfacción del usuario.

✓ Con respecto a la dimensión técnico – científica que corresponde a la calidad de atención existe insatisfacción, siendo la provisión de medicamentos y el tiempo de espera en farmacia los ítems que incidieron negativamente en esta dimensión.

- Vargas S, en 2015, realizó una investigación donde buscó evaluar el nivel de satisfacción de los pacientes atendidos en la Clínica Odontológica Cayetano Heredia a través de una encuesta a 296 participantes mayores de 18 años. Según los resultados de este estudio, el 98,3 por ciento de los encuestados se mostró satisfecho, mientras que el 1,7 por ciento se mostró insatisfecho.¹²
- En 2015, Torres G realizó un estudio para determinar el nivel de satisfacción de los pacientes que acudieron a la Clínica Dental Cayetano Heredia en el Servicio de Ortodoncia; en una muestra de 249 pacientes, este estudio encontró una relación significativa entre la satisfacción del paciente y su edad con respecto a la privacidad y la seguridad, así como la atención de manera general.¹³
- Tineo U realizó un estudio en el año 2014 que se enfocó en describir el nivel de satisfacción de los pacientes que acudieron al centro de salud I - 4 San Marcos para atención de ortodoncia, perteneciente a la Provincia de San Marcos de Cajamarca. El estudio incluyó a 100 personas atendidas anteriormente. Se descubrió que el 61,5 % de los pacientes con educación primaria estaban insatisfechos con el servicio. También se descubrió que existe una diferencia estadística entre el nivel de satisfacción y el tipo de seguro, reportando los pacientes con Seguro Integral de Salud 100% de satisfacción a diferencia de los autofinanciados reportando solo 3.1% de satisfacción.¹⁴
- Portilla J, en un estudio de 2013 para evaluar los factores que influyen en la satisfacción de los pacientes de la Facultad de Odontología de la Universidad de Antioquia, a través de entrevistas telefónicas a 55 personas y 8 entrevistas. Según los hallazgos del estudio, el 78% de los pacientes se encontraban satisfechos con el servicio.¹⁵
- Luna, en el 2006, realiza una investigación titulada “Calidad de servicio percibida por los pacientes que asisten a dos clínicas dentales privadas en Lima metropolitana en el año 2006”, con la finalidad de medir la calidad de servicio que

reciben los pacientes que asisten a dos clínicas dentales privadas, utilizando un estudio descriptivo y transversal de 30 pacientes que asisten a la Clínica Dental A y 30 pacientes que asisten a la Clínica Dental B en octubre de 2006. El estudio concluyó que, en la Clínica Dental A, las dimensiones de confiabilidad y seguridad recibieron los puntajes más elevados, mientras que las dimensiones de empatía y aspectos tangibles recibieron puntajes más bajos. Las dimensiones de aspectos tangibles y confiabilidad recibieron las calificaciones más altas en la Clínica Dental B, mientras que las dimensiones de seguridad y empatía recibieron las calificaciones más bajas.¹⁶

2.2. Bases teórico-científicas

Marco referencial

1. Calidad de servicio

Donabedian afirmó en su disertación sobre la naturaleza de la calidad en 1995 que el enfoque en el consumidor como el último árbitro de la calidad es una característica que diferencia el modelo de consumo del modelo industrial. Al final, es el consumidor quien determina si el servicio o artículo prestado cumple con sus expectativas y necesidades. El objetivo final es ganar el entusiasmo, la confianza y la lealtad futura del consumidor en lugar de simplemente satisfacerlo. El interés actual en el Modelo Industrial es entender lo que desean los consumidores y convertirlos en particularidades específicas del producto. El mismo autor menciona que en cuanto al modelo que se usa para atender en la salud, existen similitudes y diferencias significativas. Es un requisito entender la satisfacción del cliente a través de la prestación de servicios agradables, aceptables y convenientes. Por ello, y de una manera aún más significativa que la sugerida por el modelo industrial, es fundamental considerar las distinciones del paciente en relación tanto con el proceso como con los

resultados, convirtiéndose en un elemento crucial en cualquier concepto de calidad de atención médica. Sin embargo, se puede distinguir al modelo de atención de salud porque agrega tensión y riqueza a la definición de calidad al exigir que se acomode dentro de la definición de calidad un conjunto más complejo de responsabilidades hacia la sociedad y los usuarios. En cuanto a las personas, los profesionales de la salud tienen la tarea de brindar a los pacientes la atención adecuada mientras actúan en el mejor interés de los pacientes. Debido a que el cuidado de la salud tiene que ver con aspectos sensibles, privados y significativos de la vida, los conceptos de gestión de relaciones interpersonales son mucho más complicados que las interacciones entre un cliente y un proveedor en el mundo empresarial. Finalmente, en lo que respecta a la responsabilidad social, los trabajadores de salud ejercen contratos sociales muy distintos a los que regulan la industrias y negocios, ya que ellos son responsables del bienestar social y del individuo. En el marco de las diversas responsabilidades sociales existe la responsabilidad de obtener una distribución equilibrada de los servicios médicos.¹⁷

En el 2009, Gilmore valora a la calidad orientado en tres componentes, siendo los siguientes:

- Estructura: Comprende los componentes físicos (instalaciones, dinero y equipos médicos), recursos humanos (cantidad y evaluaciones de los trabajadores) y la distribución de la institución (constitución de médicos, forma de calificar al personal y procedimientos de devolución) que son características del medio en que se prestan los servicios.
- Proceso: Aquí se encuentran incluidas las acciones del paciente al momento de buscar atención médica, este aspecto involucra lo que realmente se hace para entregar y recibir asistencia.

- Resultado: Aquí se encuentran comprendidos los efectos causados en el estado de salud de los pacientes después de la atención.

Morales y Gilmore, sobre la definición de la calidad, en 2009, la calidad siempre es superar o cumplir con las expectativas del paciente para ello siempre existe un patrón referencial y básico y como verificador evaluar si se ha logrado este criterio, se dice que se convirtió en un índice.¹⁹

En el 2012, la Organización Mundial de la Salud, define calidad con aspectos como alcanzar una elevada excelencia como profesionales, un alto nivel de satisfacción del usuario, el uso adecuado de los bienes, minimizar el riesgo para los pacientes y el efecto final en la salud.²⁰

1.1. Dimensiones de la calidad de servicio²¹

En la presente Investigación, en relación con la calidad del servicio, las dimensiones que se tomaron fueron del modelo SERVQUAL, que es una herramienta de evaluación que mide la calidad de los servicios a través de elementos claves.

La encuesta SERVQUAL, está diseñado como un clásico prototipo de valoración del paciente, que sostiene que antes de recibir un servicio a través de diversos canales, el usuario tiene expectativas y cuando recibe existe un conjunto de dimensiones y factores que hacen posible evaluar la calidad de los servicios recibidos, que son las siguientes:

- a) Confiabilidad:** Esta dimensión es considerada como la habilidad de prestar el servicio de la misma forma que se prometió, sin faltas o errores, esta dimensión está enfocada en evaluar la capacidad de desenvolver los servicios, considerando la eficacia y eficiencia dentro de ello.

- b) Tangibilidad:** Dentro de la cual se considera aquellos componentes que se puedan observar es decir sean tangibles, como son equipos que se utilizan o los materiales de comunicación.
- c) Seguridad:** En esta dimensión se evalúa el comportamiento del servicio que se presta, como son el trato hacia los trabajadores y la facilidad de generar confianza en los usuarios, a su vez evalúa si los responsables de la entidad poseen los suficientes conocimientos para poder dar respuestas a las interrogantes del usuario.
- d) Empatía:** En esta dimensión se evalúa si existen horarios de atención que beneficien a todos los usuarios, de la misma forma si la entidad que brinda los servicios puede ofrecer atención personalizada al usuario.

2. Satisfacción del usuario:

Andía y Col. (2012) señalan que hablar de satisfacción del usuario implica una experiencia cognoscitiva o racional que es derivada de comparar el comportamiento de un producto o servicio y las expectativas, sujeta a varios factores entre ellos los valores culturales, así como los morales también las necesidades de cada persona, componentes que determinan que para una misma persona la satisfacción sea diferente en distintas situaciones y que la satisfacción sea diferente en cada persona. El objetivo de los servicios de salud es satisfacer las necesidades del usuario y el instrumento para medir la calidad de la atención es a través del análisis de la calidad de atención.²¹

En el 2012, El Ministerio de Salud de acuerdo con la Encuesta de Satisfacción del Usuario externo de Servicios de Salud, menciona que tratar las necesidades del usuario externo es tan relevante para la competencia técnica como para una atención de buena calidad. Para los usuarios, la calidad principalmente obedece a la relación con el personal de salud, en relación con

un buen trato, el tiempo de espera, la atención accesible, la privacidad y sobre todo que pueda obtener el servicio que esperaba.²⁰

Delbanco y Daley (1996), hacen mención que, al proporcionar servicios de buena calidad, el resultado más relevante será la satisfacción de los usuarios porque interviene de una forma definitiva en el comportamiento de este. Mencionan que el grado de satisfacción del usuario podría afectar si un usuario sigue las instrucciones de un proveedor de servicios, si regresa y si un paciente busca atención médica o no.²²

Cantú, en el 2001, menciona que la satisfacción del cliente y la calidad del servicio son más difíciles de medir, inspeccionar, reproducir, predecir resultados, tienen una vida útil corta y solo se brindan en respuesta a la demanda del cliente. Todo ello permite al usuario evaluar la calidad de un servicio en el momento de su prestación. También tiene en cuenta que los elementos primarios que determinan la satisfacción del usuario son la actitud, conducta y habilidad del personal, la cantidad de tiempo de espera, el tiempo utilizado para prestar el servicio, así como los errores que se cometen inconscientemente durante la prestación de este. Del mismo modo, en lo que respecta al comportamiento, se espera que los miembros del personal sean atentos, educados, amables, responsables, cordiales, etc., además es influenciado por el aspecto general de la persona, el uso de una adecuada vestimenta y limpieza. En relación con el comportamiento, debe ofrecerse una respuesta rápida, con explicaciones claras utilizando un lenguaje apropiado y el saber escuchar al cliente con la atención debida.²³

En 1996, Thompson y Sunol hicieron referencia que la satisfacción del cliente está influenciada tanto por sus expectativas como por la calidad de los servicios

en su conjunto. Es decir, cuando los servicios cubren o exceden a las expectativas del usuario es cuando se encuentra satisfecho.²⁴

2.1. Dimensiones de la satisfacción del usuario

Dueñas, en 1998, propuso tres dimensiones, las consideradas en este estudio, son las siguientes:

a) Dimensión Humana: Viene a ser un aspecto fundamental, porque el propósito de los servicios de salud es brindar una atención eficaz y garantizar que las personas sean atendidas. La OMS precisa a la salud, como un estado de completo bienestar físico, social y psíquico que incluye el correcto funcionamiento corporal y la armonía biológica entre el individuo y su entorno, posibilitando el pleno desarrollo humano. Los destinatarios de los servicios de salud deben ser los pacientes. El sistema de salud debe tratar a cada paciente como un individuo, respetando sus decisiones, su cultura, sus contextos sociales y familiares y su conjunto único de necesidades y preferencias. Teniendo en cuenta los siguientes principios básicos en la atención: información (entendiendo el qué, el por qué y el cómo), el respeto a la dignidad y la individualidad del paciente, todo lo cual conduce a diferentes expectativas y necesidades al utilizar el sistema de salud. ²⁵ Huiza en 2012, afirmaba que el bienestar mental solo se alcanza cuando se asegura el bienestar físico. Dado que los propios pacientes quieren comprensión, solidaridad, compasión, cortesía y respeto por su sufrimiento, el personal de salud debe cumplir un papel crucial en el conocimiento del paciente.²⁶

b) Dimensión técnico- científica: Existen diferencias en la disponibilidad y características de los recursos materiales y humanos

entre las circunstancias locales que pueden afectar la forma de evaluar el apoyo técnico. Este es un estándar crucial para establecer, pero con frecuencia no tiene una aplicación inmediata porque puede ser posible evaluar el desempeño de los proveedores de atención médica y compararlo con los mejores resultados posibles dados los recursos para ellos.²⁷

c) Dimensión Entorno: Marrier propuso su teoría centrada en el entorno en su libro de 1999 “Modelos y teorías de enfermería”, teniendo en cuenta una variedad de factores externos mientras observaba la integración de valores sociales, personales y profesionales a lo largo de su trabajo. Otra definición de entorno es la totalidad de las influencias y condiciones externas que tienen un impacto en la vida y el desarrollo de un organismo y que son capaces de prevenir o favorecer enfermedades, accidentes o la muerte, tales como el calor, la alimentación, la limpieza, la luz, el ruido y la ventilación.²⁸

En el modelo del Sistema de Gestión de la calidad que propone el Ministerio de Salud, las capacidades de la institución para brindar los mejores servicios y crear valor para los clientes se denomina “ambiente de calidad, a precios sostenibles y razonables con adecuada comida, limpieza, ambientación, privacidad y confianza que aprecia el paciente, estos indicadores se consideran en la presente investigación.²⁹

Marco teórico

1. Calidad

Álvarez Heredia, 2007. Menciona que la calidad deriva del juicio del paciente, pudiendo ser del servicio o del producto de acuerdo con la urgencia de

obtenerlo o las características de su uso. Toda organización entiende el valor de la calidad ya que es el sello de garantía que brinda la empresa a los usuarios. Esto asegura que se cumplan los objetivos de la organización y que todas las partes interesadas estén satisfechas con la imagen de la organización y la viabilidad financiera en comparación a sus rivales. Todos los términos y funciones que intervienen en la vida de un servicio o producto están incluidos en la calidad. Teniendo en cuenta todas las expectativas y necesidades del cliente con el objetivo de satisfacer dichas necesidades y expectativas, se pone en consideración los recursos necesarios para evitar errores que puedan involucrar al personal. ³⁰

Según Domínguez Collins (2006), la capacidad de gestionar el tiempo de forma eficaz y sostenible en un determinado nivel de desempeño en una organización de servicios constituye la calidad. ³¹

Ishikawa (1998) menciona que la calidad es en conjunto lo que hace una persona a lo largo de todo el proceso para asegurar que un cliente, dentro o fuera de la organización, obtenga exactamente lo que quiere con los requisitos de características únicas, precisas y atención que reflejarán una completa satisfacción en el usuario. ³²

1.1. Los gurús de la calidad

Algunos expertos que dejaron una impresión duradera a lo largo del tiempo por sus importantes contribuciones son:

- a) Edward Deming:** Para él, la definición de calidad es cuando un bien o servicio ayuda a alguien y se beneficia de un mercado sano y estable. Su definición, que se considera una contribución significativa, es “Mejora Continua”. Por ello, se le considera el fundador de la “revolución industrial

terciaria” o “revolución de la calidad”, que se basa en catorce principios de gestión que sirven de base para el desarrollo de la calidad. ³³

b) Philip Crosby: Para Crosby la calidad es gratuita, su pensamiento se basa en “cero defectos”, la aprobación de los requerimientos, demostrando que el 100 % de conformidad equivale a cero defectos, enfocándose a elevar las perspectivas de la administración, así como concientizar y motivar al personal por la calidad, otro pensamiento es “Hacerlo bien a la primera vez”, asegurar que las personas lleven a cabo todas las tareas necesarias de manera más efectiva y comiencen un deseo consciente y continuo de hacer una tarea correctamente la primera vez, esto es necesario ya que las empresas desperdician recursos al realizar procedimientos de manera incorrecta y repetirlos. ³⁴

c) Jhoseph Moses Juran: Según Juran, calidad es lo que es adecuado para su uso, además afirma que calidad es la satisfacción del usuario externo e interno. Su pensamiento menciona que los objetivos de la calidad deben incluirse en el plan de negocios y los altos ejecutivos deben involucrarse en la dirección del sistema de calidad. ³⁵

d) Kaouri Ishikawa: Afirma que el control de calidad comienza y termina con la preparación en todos los niveles y que siempre es necesario tener en cuenta las medidas correctivas adecuadas, ya que el control de calidad sin acción es solo una simple desviación. Según él, el control de calidad es lo que uno debe hacer. Su teoría incluye el diagrama de causa y efecto de Ishikawa, también conocido como diagrama de giro del pez, que muestra la relación entre un efecto y sus posibles causas. Este diagrama se utiliza para ilustrar la relación entre una característica de calidad y los factores que probablemente pueden contribuir a su existencia. ³⁶

e) **Armand V. Feigenbaum:** Fundador de “Control Total de la Calidad”, su idea de la calidad es tanto un modelo de vida sistémica como un método para administrar una organización. El control de calidad total es una percepción que tiene en cuenta tanto la planificación como la ejecución de acciones centradas en el cliente.³⁷

f) **Genichi Taguchi:** Su pensamiento está basado en nociones principales a la calidad total, señalando que las organizaciones deberían brindar mejores productos en comparación a sus competidores en lo que respecta a precio y diseño, con productos que sean llamativos a los clientes con una variación mínima entre los mismos y sean resistentes a factores externos para su operación y al deterioro. Su pensamiento es controlar la calidad que lo denominó “Diseño Robusto”, cada vez que se crea un producto está hecho pensando en que debería cumplir con lo que los clientes necesitan, todo eso dentro de un estándar lo cual es llamado “calidad aceptable”.³⁸

1.2. La trilogía de la calidad ³⁵

Una de las principales contribuciones a la calidad es lo que se conoce como la “trilogía de la calidad”, que es un diseño interadministrativo eficiente compuesto por los siguientes tres procesos: planificación, seguimiento y mejora.

- ✓ **Planificar:** Implica identificar quiénes son los consumidores y cuales sus necesidades, comprender esas necesidades en términos del lenguaje de la organización, proporcionar un producto que aborda esas necesidades y desarrollar un proceso que pueda producir bienes con las características apropiadas.

- ✓ **Controlar:** El proceso consiste en evaluar el desempeño del proceso, compararlo con los objetivos de calidad del trabajo actual contra el estándar y actuar en consecuencia.
- ✓ **Mejorar:** Incorporando objetivos en el plan, poniendo énfasis en el consumidor y la calidad, la calidad forma un componente importante de la estrategia general, las metas se trabajan en todos los niveles y de forma anual, es necesaria la capacitación en todos los niveles. La calidad se mide en cada área, se analiza periódicamente los progresos de las metas, y se plantea un sistema de recompensa.

1.3. Otras definiciones de la calidad

a) Definiciones trascendentes: La calidad, al ser una valoración subjetiva no es fácil ser definido, eso quiere decir elevar el estándar en lugar de contentarse con lo que está por debajo de las expectativas. Así misma calidad podría ser definido como la característica innata, absoluta y universalmente reconocida.³⁹

La excelencia es subjetiva y abstracta y los patrones de excelencia podrían cambiar de forma visible entre las personas, debido a la falta de herramientas para que los gerentes utilicen para medir o evaluar la calidad como base para las decisiones, la definición trascendente no tiene ningún uso práctico.⁴⁰

b) Definiciones basadas en el producto: Calidad es ser diferentes en lo cuantitativo y cualitativo en relación con un atributo necesario, incluido la cantidad de un determinado atributo que no se puede cuantificar de forma monetaria. La calidad está muy relacionada con el precio: si el precio es más alto entonces más alta será la calidad. Esta evaluación entonces implica que cantidades o niveles más altos de las características de un determinado producto es equivalente a una calidad mejor.⁴⁰

c) Definiciones basadas en el usuario: La calidad involucra el poder satisfacer las necesidades de los usuarios. La Calidad de un producto o servicio está determinada por la forma en responder a las preferencias o necesidades de los usuarios, por lo que se afirma que la calidad será la adecuada para su uso. Cada persona tiene necesidades y deseos diferentes por lo cual también existirán normas diferentes de cantidad que nos llevará a una definición que estará basado en el usuario.⁴⁰

d) Definiciones basadas en el valor: La calidad es dar un valor añadido para los clientes en otras palabras proporcionar servicios o productos en términos y condiciones que excedan las expectativas del usuario a un costo razonable; Calidad significa restar la pérdida que un producto puede ocasionar a otros e indica una preocupación por parte de la empresa para mantener la satisfacción del usuario.⁴⁰

e) Definiciones basadas en la manufactura: La calidad refleja las características para las que se diseñó el servicio o producto y se define como conforme a la especificación siempre que exceda, entre otras cosas, esa calidad. Las especificaciones se convierten en las tolerancias y metas establecidas por las personas que diseñan servicios y productos, los valores ideales que busca la producción.⁴⁰

1.4. ¿Cómo definen los clientes el concepto de calidad?

El Instituto Americano para la Calidad precisa calidad como un concepto único que tiene un significado único para cada persona. Desde un punto de vista técnico, la calidad es la característica de un servicio o producto que brinda la posibilidad de satisfacer las necesidades que son implícitas o explícitas o de entregar un producto o servicio sin errores.⁴¹

Armand menciona que calidad es una definición del usuario, que nace de la

evaluación entre su propia experiencia con el servicio o producto y sus necesidades, ya sean implícitos o explícitos, conscientemente reconocidos o apenas reconocidos, técnicamente ejecutado o completamente intrínsecos, que significa un claro motivo entre los mercados de competencia, el cliente determina si un servicio o producto llega a satisfacer sus requerimientos, necesidades y expectativas, dependiendo de la experiencia real del mismo cliente con el servicio o producto.⁴²

1.5. ¿Qué tipo de niveles y ámbitos de calidad distingue el cliente? ⁴³

Los usuarios diferencian distintos niveles de calidad, siendo las siguientes:

- a) **Calidad exigible:** Se refiere a que si no se presenta la calidad mínima que debe tener un servicio o producto, conducirá a la insatisfacción del cliente.
- b) **Calidad esperada:** Este es el tipo de calidad que el usuario anhela internamente y se denomina expectativa.
- c) **Calidad sorpresa:** Es algo que el cliente no esperaba, por lo que se sorprende cuando se lo ofrecen. A los clientes les encantan los detalles como este.

2. El servicio

Un servicio se considera un beneficio o actividad proporcionada por una parte a otra parte. Son intangibles por naturaleza y no establecen propiedad alguna. Un servicio es una actividad realizada para satisfacer una necesidad o proporcionar un beneficio. Su producción puede o no estar ligada a un producto físico.⁴⁴

Stanton, precisa un servicio como una actividad intangible e identificable que

es el objeto principal de una transacción destinada a satisfacer los deseos o necesidades de un usuario.⁴⁵

Kotler define el servicio como trabajo, conducta o desempeño que es en gran parte imperceptible y no necesariamente resulta en la cualidad de algo. La capacitación puede o no estar relacionada con productos físicos.⁴⁶

2.1. Características de los servicios:⁴⁶

- a) **Intangibilidad:** No se puede ver los servicios, oler o sentir antes de comprar.
- b) **Inseparabilidad:** Un servicio puede crearse mientras es consumido, por ejemplo: un viaje, un masaje, un examen de la vista, un corte de cabello, entre otros.
- c) **Variabilidad:** la calidad del servicio nace a partir de quien lo proporcione, de la misma forma que de donde, cuando, y de que manera se proporciona.
- d) **Carácter perecedero:** Se refiere a que un servicio no se puede almacenar para un uso posterior o para su venta.
- e) **Ausencia de propiedad:** El consumidor del servicio tiene el derecho, pero no tiene el respaldo observable del servicio, es decir, el consumidor paga por el servicio, no por la propiedad.

2.2. Clasificación de los servicios: ⁴⁶

- a) **Servicios genéricos:** Viene a ser lo que la mayoría de las personas necesitan, como ropa, alimentos, vivienda, limpieza, descanso, transporte, asesoramiento o entrenamiento.
- b) **Servicios básicos:** Son los mínimos servicios que los consumidores buscan como cuando una persona solicita un servicio a domicilio o un servicio médico.
- c) **Servicios aumentados:** Considerados aquí los servicios adicionales

que recibe un consumidor.

d) Servicios globales: A sí es llamada a la oferta conjunta de servicios.

e) Servicios potenciales: Las que los consumidores creen que pueden encontrar dentro del mercado.

2.3. Servucción

En el año 2000, Salinas dice que hablar del proceso de producción de un servicio, es decir, la disponibilidad de todos los recursos humanos y físicos en cuanto a la relación empresa - cliente necesarios para llevar a cabo la prestación de un servicio con las cualidades establecidas desde la concepción de la idea hasta la obtención del resultado pretendido, del servicio.

Eiglier y Langeard crearon un neologismo "servucción" para descubrir la fabricación o formación de un servicio, así como para equiparlo al término "producción" que es el que usamos para referirnos a todo el proceso de creación de un producto. De manera similar se requiere un "sistema de producción" para crear un producto. Este sistema consiste principalmente en la coordinación de mano de obra, maquinaria y materia prima en perfecto orden hasta la creación del producto terminado, que luego se pone a disposición de los clientes potenciales necesarios para crear un producto.

De manera similar, se requiere un "sistema de producción" para crear un producto. Este sistema consiste principalmente en la coordinación de mano de obra, maquinaria y materia prima en perfecto orden hasta la creación del producto terminado, que luego se pone a disposición de los clientes potenciales necesarios para crear un producto. Este sistema consiste principalmente en la coordinación de mano de obra, maquinaria y materias primas en perfecto orden hasta la creación del producto terminado, que luego se pone a disposición de los clientes potenciales a través de un sistema de

distribución y marketing. El mismo principio se puede aplicar a los servicios.⁴⁶

2.3.1. Elementos componentes del Sistema de Servucción:

Servucción se puede definir de la siguiente manera simple respondiendo a la siguiente pregunta: ¿Qué se necesita para producir el servicio? Y cuando respondamos a la pregunta encontraríamos que primero se necesita mano de obra de trabajadores especializados, a lo que llamamos “personas de contacto”. Asimismo, necesitamos un componente material, necesita algo similar a un tipo de máquina similar llamado “soporte físico” además también se necesita un “cliente” para beneficiarse del servicio, sin este elemento dicho servicio no existiría, el cliente es el actor, productor y consumidor del servicio.⁴⁷

Langeard en 1989, define Servucción como una organización coherente y sistemática de todos los elementos humanos y físicos de la relación de la empresa con el cliente que sea necesario para realizar la prestación del servicio⁴⁸

2.3.2. Diferencias de Servucción y proceso de transformación de un producto ⁴⁸

- ✓ La creación de un producto se traduce en un resultado tangible y la prestación de un servicio es un proceso que no se puede palpar
- ✓ En la industria no son tan necesarias la ubicación y participación directa con el cliente, en los servicios si lo son.
- ✓ Los clientes de productos generalmente no entran a “la planta” cuando consumen los productos a diferencia de los que reciben algún servicio, ellos se encuentran generalmene en “la planta” cuando consumen.

3. Cliente

Thompson en 2009, define como cliente a la organización, empresa o persona que compra o adquiere de manera voluntaria servicios o productos que desea o necesita para uno mismo, en consecuencia, el motor principal detrás de la creación, producción, fabricación y comercialización de cualquier servicio o bien dado pertenece a otro individuo o a una organización o empresa.⁴⁹

El cliente es el comprador final de un servicio o producto, es decir es el consumidor, evidentemente, el objetivo final de todo negocio es satisfacer las expectativas del cliente, pero antes de que el producto llegue al cliente, es probable que pase por varios departamentos o negocios, cada uno de los cuales agregará valor al producto final.⁵⁰

Los tipos de clientes son dos:

- ✓ **Cientes externos:** persona o empresa que compra regularmente bienes o servicios para utilizarlos en sus operaciones.
- ✓ **Cientes internos:** vienen a ser los empleados que compran bienes o servicios a los proveedores mientras trabajan para una empresa u organización.

4. Calidad de servicio

Satisfacer las expectativas del cliente es de lo que se trata el servicio de calidad.⁵¹

La apreciación que tiene un cliente de la relación entre las expectativas y el desempeño en relación con la combinación de elementos cualitativos y cuantitativos del servicio es lo que se denomina calidad del servicio.⁵²

La calidad es el hábito que la organización practica y desarrolla con la

intención de comprender las expectativas y necesidades de los usuarios y brindar servicios apropiados, accesibles, flexibles, oportunos, útiles, seguros y confiables a pesar de errores o imprevistos, para que el cliente se pueda sentir atendido, comprendido y servido con dedicación y eficiencia.⁵³

La brecha entre las percepciones reales del usuario del servicio y las expectativas formadas previamente es la definición de calidad, así los usuarios valorarán de forma positiva o negativa la calidad de un servicio donde las percepciones obtenidas puedan ser superiores o inferiores a las expectativas que tenían.⁵⁴

4.1. Calidad de servicio en la visión de la empresa⁵⁴

Las organizaciones buscarán satisfacer las expectativas y necesidades del usuario para que de esta manera se genere una opinión positiva que será llamado calidad de servicio, para cumplir con las expectativas de los usuarios, tener una información adecuada sobre los clientes es fundamental, incluyendo todo lo que concierne a sus necesidades y características que se establecen para definir la calidad de un servicio.

Cuando los usuarios eligen un servicio y lo encuentran satisfactorio de buena calidad, a menudo lo eligen tantas veces como sea necesario para que la calidad del presente influya en la visión futura en la organización. La calidad se establece como una forma de gestión y es también un método de gestión implantado por las grandes empresas, por lo tanto, la calidad es mejorable.

4.2. Calidad de servicio del paciente

Cuando se ofrece salud a las personas implica toda una serie de acciones que no solo se centran en aliviar físicamente a los usuarios sino también incluye varios aspectos de necesidades y emociones, donde importa

bastante la atención del personal, el tratamiento brindado, todo lo que incluya el servir, así como brindar trato amable y cálido a las personas, la higiene, la responsabilidad, la tecnología adecuada, el profesionalismo, etc, elementos necesarios a tener en cuenta.⁵⁴

Brindar atención medica de alta calidad signifca cerrar la brecha entre lo que los pacientes reciben y lo que esperan, brindando servicios que superan constantemente sus necesidades y expectativas.⁵⁵

Desde un punto de vista científico y médico, los bienes, servicios y establecimientos de salud deben ser los adecuados.⁵⁶

4.3. Objetivos de la calidad de servicio⁵⁷

Los objetivos con respecto a calidad de servicio son:

- ✓ Satisfacción del cliente
- ✓ Mejorar el servicio continuamente
- ✓ Prestar un servicio eficiente

4.4. Dimensiones de la calidad de servicio

En comparación con otros métodos, el modelo SERVQUAL es el más común para la medición de la calidad y se utiliza principalmente en la evaluación de la calidad de los servicios públicos, como la educación superior, el transporte y la atención médica.⁵⁷

En 1988, Berry y Zeithaml, definieron las dimensiones de la calidad, siendo cinco:

- a) Elementos tangibles:** Incluye el equipo físico de la organización, deben ser lo mejor posible y deben estar bien presentados a los empleados de acuerdo con las capacidades de la organización.⁵⁷

Zeithman y Bitner en 2022, mencionan que los elementos tangibles incluyen la apariencia de todos los objetos físicos, personas, equipos y materiales de comunicación que transmiten imágenes o representaciones físicas de servicios con la que los usuarios evalúan la calidad.⁵⁸

b) Fiabilidad: Incluye la capacidad del empleado para realizar de manera correcta y confiable el servicio acordado, demuestra confianza y autenticidad en la integridad del servicio prestado. La palabra fiabilidad se usa para entender que algo es confiable y resultará siempre de la misma forma.⁵⁷

c) Capacidad de respuesta: Incluye el hecho del servicio y la rapidez en la prestación del servicio en el sentido de que los usuarios son cada vez más exigentes y la clave para lograr que no se lleguen a convertir en clientes pasados los que son actuales es la satisfacción del cliente, ignorar los problemas o no cumplir con los plazos aumenta la insatisfacción del cliente y de alguna manera, los incentiva a buscar servicios de la competencia, si la capacidad de respuesta del cliente es una prioridad, es posible que las oportunidades de servir a los clientes aumente y disminuya los problemas y cuestiones de servicio.⁵⁷

d) Seguridad: Este término enfatiza la propiedad de algo que no tiene riesgo, daño o peligro observado, lo seguro es claro, fijo e indiscutible.⁵⁸

Gonzales mencionó en 2015 que seguridad viene a ser el conocimiento del servicio brindado, la cortesía que se presta, la amabilidad del personal y su capacidad de transmitir confianza al cliente, por lo que la seguridad implica las condiciones para el desarrollo de una actividad.⁵⁹

e) Empatía: Esto significa brindar a los clientes una cuidados y personalizada atención, la empatía es una habilidad humana que nos permite comprender a los demás, simpatizar y entender su punto de vista, mejorar las relaciones interpersonales, comunicarnos bien y crear sentimientos de comprensión y compasión. La empatía también cumple las funciones de información y motivación porque va dirigida a aliviar la necesidad de otra persona, así se puede obtener información de la manera en que se debe valorar el bienestar de los demás. La empatía es un valor propio del ser humano donde uno es capaz de ponerse en el lugar de otra persona y puede comprender lo que lo aqueja y poder ayudarlo de forma más eficiente ⁶⁰

5. Satisfacción del cliente

Satisfacción es la respuesta de un cliente de sentirse saciado, según el diccionario, satisfacción es el sentimiento que se logra cuando se cubre una necesidad o se responde a una pregunta, queja o duda.⁵⁹

La satisfacción se convierte en un fenómeno que siempre está relacionada con aspectos objetivos que aparecen no solo de manera abstracta, sino que afectan principalmente la percepción del usuario.⁶⁰

Satisfacción del cliente implica experiencia racional o cognitiva resultante de comparar el servicio o el comportamiento del usuario con sus expectativas, en ella influye diversos factores como la cultura, los valores éticos, las expectativas, las necesidades individuales y la propia organización, lo que determina que distintas personas y una misma persona tenga distintos niveles de satisfacción en distintas situaciones.⁶¹

La satisfacción del cliente depende no solo de la calidad del servicio, sino también de sus preferencias. Los usuarios quedan satisfechos cuando el

servicio cumple o supera sus expectativas.

Si los usuarios tienen bajas expectativas o si los usuarios tienen acceso limitado a los diferentes servicios, pueden estar satisfechos con recibir un servicio parcialmente incompleto.⁶²

Para el Ministerio de Salud el tratar las inquietudes de los usuarios externos es muy esencial para la competencia técnica, así como para la atención de buena calidad. Para los usuarios, la calidad depende principalmente de las interacciones con el personal médico, atributos como el buen trato, los tiempos de espera, el acceso a la atención, la privacidad, y lo más importante, si reciben los servicios que buscan.⁶²

Satisfacción significa que el sistema y el personal de salud ponen a los usuarios en primer lugar, brindándoles servicios que cumplen no solo con los estándares de calidad sino también con sus necesidades en relación con otros aspectos de calidad, como la información necesaria, la equidad, el respeto.⁶³

Del mismo modo, en cuanto a la actitud, los empleados deben ser atentos, amables, responsables, simpáticos, educados, etc., la imagen puede verse influenciada por el uso adecuado de la ropa, la apariencia personal y la limpieza, si brindan respuestas rápidas, muestran respeto por los clientes, brindan explicaciones claras, usan un lenguaje apropiado y escuchan atentamente lo que hacen los usuarios.⁶³

5.1. Elementos que conforman la satisfacción del cliente:⁶⁴

Armstrong y Kotler, definen a los siguientes elementos como parte de la satisfacción del cliente:

- a) Rendimiento Percibido:** Se convierte en el desempeño de valor relacionado con la entrega que el cliente percibe después de comprar el servicio o producto, es decir, el resultado percibido por el cliente de comprar el servicio o producto.
- b) Las expectativas:** Se convierten en la expectativa del usuario de lograr algo, estas son creadas por alguna experiencia previa, opiniones de amigos o familiares, promesas de competidores, etc. La satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de servicio o producto; muchas veces son el resultado de expectativas crecientes de los clientes.
- c) Los niveles de satisfacción:** existen tres niveles de satisfacción, de los cuales los usuarios pueden experimentar al menos uno
- **Insatisfacción:** Esto sucede cuando el servicio prestado no cumple con las expectativas del cliente.
 - **Satisfacción:** Esto se da cuando un servicio experimentado cumple con las expectativas del cliente.
 - **Complacencia:** Esto sucede cuando el servicio recibido supera las expectativas del cliente.

La lealtad a una institución puede conocerse por el nivel de satisfacción del paciente y por lo tanto la institución deleita a sus clientes con más de lo que promete entregar.

5.2. Dimensiones de la satisfacción:

- a) Validez:** Es La característica clave del servicio para lograr los resultados esperados o deseados en relación con los deseos del paciente, de manera eficaz y correcta por los profesionales de la salud. La validez se percibe no solo como una propiedad, sino también como una evaluación de la adecuación del uso y la

interpretación de los resultados del cuestionario.⁶⁴

b) Lealtad: Es un gran rasgo de liderazgo cuando los gerentes ayudan a sus empleados a construir relaciones constructivas con los pacientes adecuados, los pacientes que desean regresar. Conservar a los pacientes no puede encerrarse en límites estrechos, en los negocios existen tres aspectos, lealtad del paciente, del inversionista y del empleado ⁶⁵

5.3. Relacion entre calidad y satisfacción ⁶⁶

Dominguez en el año 2006 mencionó que la calidad siempre debe estar relacionada con un cliente satisfecho, por lo que se puede decir que la calidad genera satisfacción del cliente.

A pesar de que muchos autores tratan estos dos conceptos como sinónimos, recomiendan referirse al modelo de satisfacción como calidad de servicio percibida, ya que se estudian servicios, no bienes de consumo.

2.3. Definición de términos básicos

Calidad: La suma de las funciones y características de un servicio o producto en referencia a la capacidad de satisfacción de las necesidades justificadas expresadas o implícitas del cliente a un precio inferior o igual al valor asignado por el cliente.⁷²

Servicio: Beneficios o actividades proporcionados por una u otra parte, son primordialmente intangibles y no crean propiedad de nada, es decir, los servicios son actividades realizadas para satisfacer una necesidad o proporcionar un beneficio.⁴⁴

Calidad de servicio: En general, se puede decir que calidad incluye todas aquellas características que debe tener un producto o servicio para ser útil a las

personas que lo utilizan, es decir, si las características que son intangibles o materiales satisfacen las necesidades de los usuarios, es calidad.⁷³

Ciente: Es la persona, organización o empresa que voluntariamente compra o adquiere productos o servicios que necesita para para otras personas, organizaciones o empresas o para si mismo, siendo el motivo primordial por el que se crea, fabrica, produce y comercializa servicios o productos.⁴⁴

Satisfacción del Cliente: Esto se logra cuando un servicio o producto cumple o supera las expectativas del cliente, el enfoque en el cliente no es solo una cuestión de calidad, sino también una buena práctica comercial, lo que se significa mayores ganancias.⁷⁴

Planificar: La estabilidad de los objetivos requiere la aplicación de la mejora de la calidad al problema y la situación actual, incluida la aplicación de la mejora de la calidad inmediata. Es necesario planificar el ataque a medida que sucede en el tiempo y entrenamiento continuo.⁷⁵

Hacer: El equipo designado al proyecto se debe enfocar en analizar la causa del problema y buscar alternativas para soluciarlo, para luego poder proponer la más adecuada, en este proceso se deben tomar decisiones, llegar a consensos y seguir las reglas de trabajo.⁷⁶

Verificar: Esta fase puede utilizar las técnicas utilizadas en la fase de planificación para evaluar e identificar áreas de mejora. Los gráficos de control, histogramas o gráficos de tendencia deben mostrar cuantitativamente el grado de mejora alcanzado por las acciones aprobadas en la fase de implementación a lo largo del tiempo.⁷⁶

Actuar: En esta etapa, los ajustes necesarios que se muestran en la etapa de aprobación se incluyen en el siguiente ciclo de planificación. Resolver un

problema tras otro sin interrupción es llamada mejora continua.⁷⁶

Aceptabilidad: Aspecto que va relacionado con la satisfacción del usuario, en relación con la valoración que los mismos realizan acerca de la calidad, costo, seguridad, resultados, actitud del proveedor, conveniencia entre otros relacionados a una prestación de servicio de salud.⁷⁶

Competitividad: La capacidad de la organización para proporcionar a los clientes los servicios o productos de calidad que necesitan al menor costo, creando valor agregado para los clientes al menor costo posible.⁷⁶

2.4. Formulación de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

Existe relación directa entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción de pacientes que acuden a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- a)** Existe relación directa entre la dimensión Confiabilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019
- b)** Existe relación directa entre la dimensión Tangibilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental dental JOLDENT, Pasco 2019
- c)** Existe relación directa entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019
- d)** Existe relación directa entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que

acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

2.5. Identificación de variables

Variable 1 (v1):

Calidad de servicio en la atención odontológica

Variable 2 (v2):

Satisfacción del usuario

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Var	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Calidad del servicio en la atención odontológica	Gilmore en 1987 dice que la Calidad consiste en satisfacer o superar las expectativas de los clientes de forma congruente	Es juzgar una realidad frente a una referencia, contexto o cuadro, seguido de evaluaciones sistemáticas mediante la confiabilidad, seguridad, tangibilidad y empatía	Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> -Se evidencia compromiso por parte de las autoridades del consultorio para dar cumplimiento a la solución de ciertas dificultades -Cuando tienes un problema de salud, la entidad muestra un sincero interés en solucionarlo -Los profesionales de Salud del Consultorio realizan bien el servicio que brindan desde un inicio -La entidad concluye el servicio en el tiempo prometido -La entidad de servicios insiste en mantener registros exentos de errores 	Ordinal Excelente Bueno Regular Malo
			Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> -La entidad de servicios tiene quipos de apariencia moderna -Las instalaciones físicas del Consultorio son visualmente atractivas -Los responsables del Consultorio tienen apariencia esmerada -Los elementos materiales (folletos, orden de medicamentos y similares) son visualmente atractivos 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> -El comportamiento de los reponsables del Consultorio transmite confianza a los usuarios -Los usuarios se sienten seguros en sus gestiones con el Consultorio -Los responsables del Consultorio son siempre amables con los usuarios -Los responsables del Consultorio tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios 	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> -El consultorio dental da a los usuarios una atención individualizada -El consultorio dental tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios -El consultorio dental tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios -El consultorio dental se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios -El consultorio dental comprende las necesidades específicas de sus clientes 	
Satisfacción del paciente	Kotler en 2001 nos dice que es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un servicio o producto con sus expectativas	Es el estado de animo influenciado por la percepción de las acciones del otro en cuanto a empatía, seguridad y responsabilidad	Humana	<ul style="list-style-type: none"> -El personal le brindó un trato cordial y amable -El personal de salud respeta el orden de llegada de los pacientes -El tiempo de espera es aproximadamente 20 minutos -El personal muestra interés cuando usted le consulta sobre su problema de salud -El personal de salud respeta su privacidad durante la atención -El personal de salud lo atiende cuidadosamente -El personal de salud se encuentra correctamente uniformado y limpio 	Ordinal Nada satisfecho Insatisfecho Medianamente satisfecho Satisfecho Totalmente satisfecho
			Técnico – científica	<ul style="list-style-type: none"> -Recibe charlas educativas mientras espera ser atendido -El personal de salud que lo atiende le orienta sobre los medicamentos que le va a recetar -Usted comprende las indicaciones relacionadas en cuanto a los medicamentos -El personal de salud lo orienta sobre los cuidados a seguir en su hogar -El personal mantiene confidencialidad de su diagnóstico -El tiempo que dura su consulta es suficiente 	
			Entorno	<ul style="list-style-type: none"> -La sala de espera del consultorio dental está limpia -La sala de espera del consultorio dental tiene buena ventilación -La sala del área de trabajo del consultorio dental está limpia y ordenada -La sala del área de trabajo del consultorio dental esta bien iluminada -Los baños que están cerca del área de trabajo del consultorio dental están limpios permanentemente -Existe recipientes para recolectar residuos sólidos cerca del área de trabajo del consultorio dental 	

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

a) Enfoque

Este estudio corresponde al enfoque cuantitativo, basado en lo dicho por Hernandez y Baptista, quienes informaron en 2006 que los métodos cuantitativos utilizan la recopilación de datos para probar hipótesis basadas en mediciones numéricas y análisis estadístico y luego modelan el comportamiento y prueban teorías.⁷⁷

b) Tipo de estudio

Hernández menciona diferentes tipos de investigación, según lo clasificado por él, el presente estudio es un tipo de Investigación Básica, porque desarrolla el conocimiento científico orientado en descubrir principios.⁷⁷

3.2. Nivel de Investigación

De acuerdo con lo mencionado por Hernandez en el 2010, el presente estudio es de Nivel correlacional, ya que tiene como objetivo evaluar la relación entre dos conceptos llamados variables, en este caso la calidad del servicio y satisfacción

del usuario. Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de correlación entre dos o mas variables cuantitativas relacionales.⁷⁸

3.3. Métodos de investigación

Basado en lo dicho por Moreno G en el 2000, la presente investigación es de tipo Descriptivo correlacional, donde toda la información recolectada, fue evaluada tomando como base que las Fichas de Recolección de datos fueron de usuarios que acudieron al Consultorio dental, durante el tiempo fijado en el espacio fijado.⁷⁹

3.4. Diseño de investigación

El diseño de investigación de este estudio es no experimental, basado en lo dicho por Carrasco en 2009, donde la variable independiente carece de manipulación intencional y no existe un grupo control y mucho menos un grupo experimental. Estudia y analiza fenómenos y eventos después de que ocurren.⁸⁰

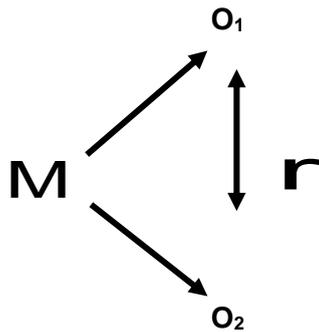
El diseño es transaccional, descriptivo y correlacional, lo que permite describir las variables de investigación y determinar si existe relación alguna entre las dos variables de investigación, la calidad del servicio y la satisfacción del paciente.

Es correlacional porque hace posible relacionar las dos variables, en este caso la calidad de servicio está relacionada con la satisfacción del usuario, mide el grado de asociación que existe entre dos variables en un contexto específico, pero no explica que una pueda ser la causa de la otra.

Transeccional porque tuvo como objetivo indagar y recopilar datos en un solo tiempo y en un único momento.⁸¹

El diseño de la presente investigación se basa en el siguiente Diagrama

Diagrama:



Donde:

M: Muestra de investigación

O₁: Observación 1 (Calidad del servicio)

O₂: Observación 2 (Satisfacción del usuario)

r: Correlación

3.5. Población y muestra

Población

La población estuvo constituida por todos los pacientes que acudieron a la clínica dental en los meses de enero a mayo del año 2019

Muestra

La muestra estuvo representada por una cantidad de usuarios de edad a partir de 11 años que acudieron a la clínica dental en los meses de enero a mayo del año 2019, de acuerdo con la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P) \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times (1 - P)}$$

En donde:

N = Población en estudio.

P = 50% (Calificación de la probabilidad de éxito o aceptación).

1-P = 50% (Margen de desacierto).

E = Error muestral o precisión que se expresa en %

Z = Nivel de confianza de 95% (El valor Z se obtiene en la tabla de distribución normal)

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

La técnica para la recolección de datos utilizada en esta investigación fue la encuesta, según Ñaupas en 2009, menciona que es una de las técnicas más utilizadas en los trabajos de investigación científica. Se utilizó la encuesta porque es una técnica que se basa en declaraciones que emiten una muestra representativa de una población específica y puede darnos una idea de actitudes, creencias, opiniones, valoraciones, etc.⁸²

Instrumentos

En la presente investigación se utilizó cuestionarios para las dos variables considerando las dimensiones de cada una, precisando mejor de esta manera los ítems o indicadores.⁸²

3.7. Selección, Validación y Confiabilidad de los instrumentos de Investigación

La validación del instrumento se realizó mediante la técnica Juicio de expertos en gestión de la salud y conocedores del proceso de investigación científica, lo que permite evaluar su factibilidad y confiabilidad mediante la prueba alfa de Cronbach

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó estadística descriptiva, ya que los resultados se presentaron en forma de tablas y gráficos para su interpretación y posterior conclusión. Se utilizó la prueba estadística chi-cuadrado para probar las hipótesis.

Para ello se utilizó dos tipos de análisis:

Análisis cuantitativo: A través del programa estadístico SPSS 20, se realizó el proceso de análisis estadístico.

Análisis cualitativo: Los gráficos y los cuadros estadísticos elaborados por el programa estadístico SPSS 20, fueron interpretados por el investigador.

3.9. Tratamiento estadístico

Los resultados fueron analizados estadísticamente según las variables en estudio. Se utilizó la prueba estadística chi-cuadrado para determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la muestra con el paquete estadístico SPSS 20 para Windows. El nivel de significancia para las pruebas estadísticas utilizadas en el presente estudio fue de 0,05 (5%).

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

En la presente investigación se respetaron las normas internacionales según Vancouver de referencias y citas para las fuentes consultadas.⁸³

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

La investigación se desarrolló dentro de las instalaciones del Consultorio Odontológico JOLDENT, en el distrito de Chaupimarca, provincia y región Pasco, con la finalidad de determinar el grado de relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del paciente, en un total de 152 pacientes atendidos en dicho consultorio.

4.2. Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados

Se presentan a continuación los resultados de las encuestas realizadas a los pacientes del Consultorio Odontológico:

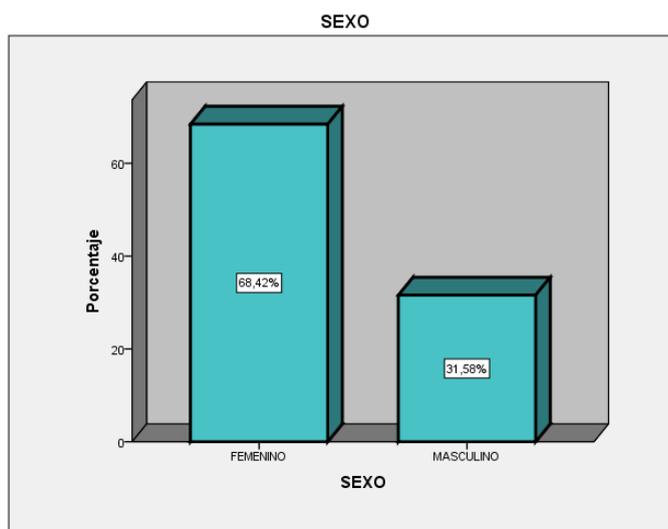
PRESENTACIÓN DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE DATOS GENERALES

CUADRO N°1: Distribución de la muestra según sexo

SEXO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FEMENINO	104	68,4	68,4	68,4
MASCULINO	48	31,6	31,6	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°1: Distribución de la muestra según sexo



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

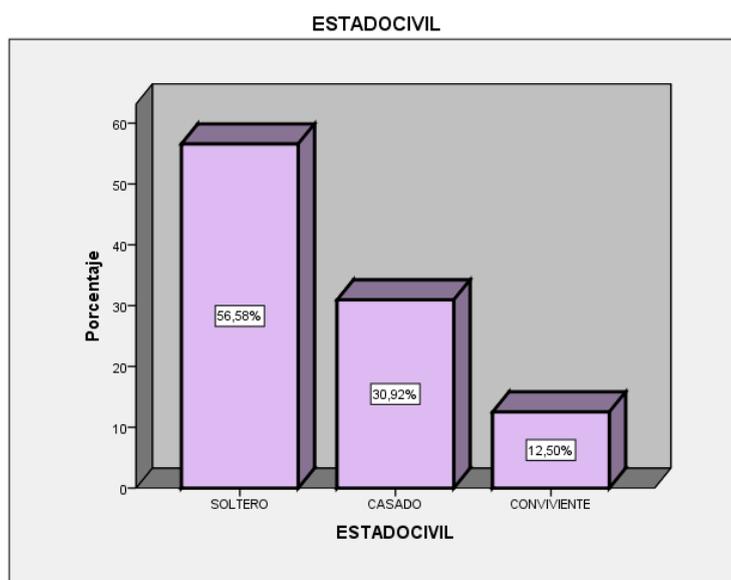
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 1, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el sexo masculino representó el 31.6 % con un total de 48 varones, mientras que el femenino fue del 68.4 % con 104 mujeres.

CUADRO N° 2: Distribución de la muestra según estado civil

ESTADOCIVIL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SOLTERO	86	56,6	56,6	56,6
CASADO	47	30,9	30,9	87,5
CONVIVIENTE	19	12,5	12,5	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N° 2: Distribución de la muestra según estado civil



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

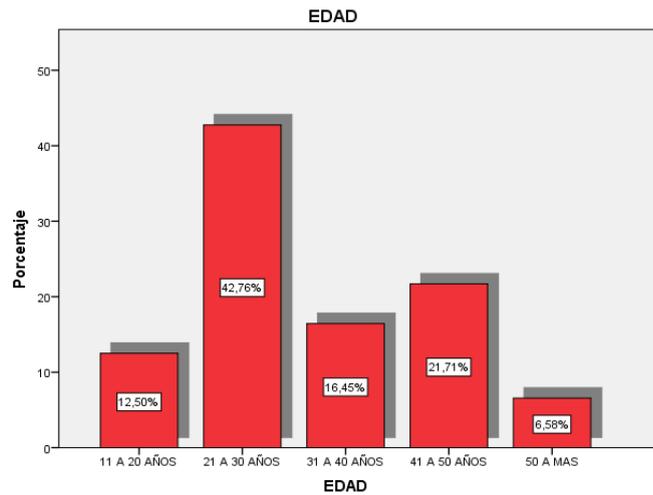
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°2, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 56.58 % (86) son solteros, el 30.92 % (47) son casados y el 12.50 % (19) convivientes.

CUADRO N°3: Distribución de la muestra según intervalos de edad

EDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
11 A 20 AÑOS	19	12,5	12,5	12,5
21 A 30 AÑOS	65	42,8	42,8	55,3
31 A 40 AÑOS	25	16,4	16,4	71,7
41 A 50 AÑOS	33	21,7	21,7	93,4
50 A MÁS	10	6,6	6,6	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N°3: Distribución de la muestra según intervalos de edad



ELABORACION PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°3, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 12.50 % (19) tenían entre 11 a 20 años, el 42.76 % (65) entre 21 a 30 años, el 16.45 % (25) entre 31 a 40 años, el 21.71 % (33) de 41 a 50 años, y el 6.58 % (10) de 50 a más.

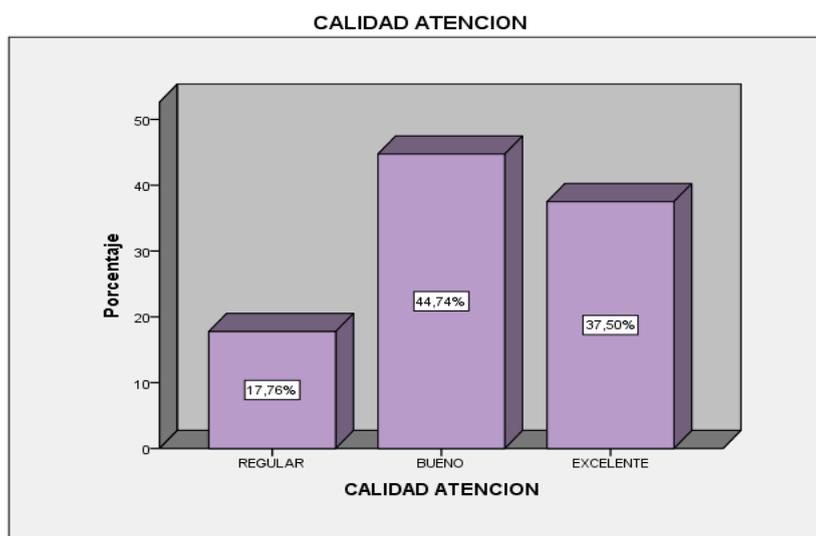
PRESENTACIÓN DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS SEGÚN CALIDAD DE ATENCIÓN Y SUS DIMENSIONES

CUADRO N°4: Distribución de la muestra – calidad de atención

CALIDAD ATENCION				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
REGULAR	27	17,8	17,8	17,8
BUENO	68	44,7	44,7	62,5
EXCELENTE	57	37,5	37,5	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N°4: Distribución de la muestra - calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

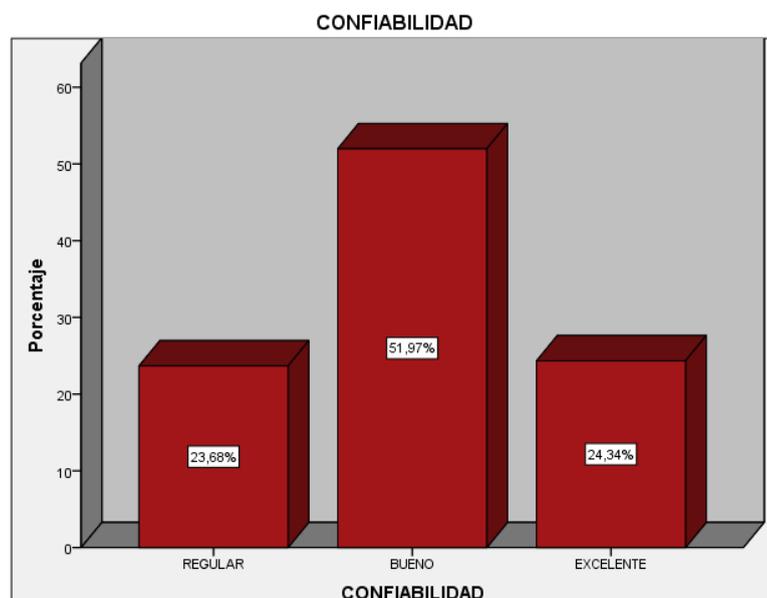
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°4, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 17.8% (27) consideran que la Calidad de atención es regular, el 44.7% (68) que es buena y el 37.5% (57) que es excelente.

CUADRO N°5: Distribución de la muestra - dimension confiabilidad de la calidad de atención

CONFIABILIDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
REGULAR	36	23,7	23,7	23,7
BUENO	79	52,0	52,0	75,7
EXCELENTE	37	24,3	24,3	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N° 5: Distribución de la muestra - dimension confiabilidad de la calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

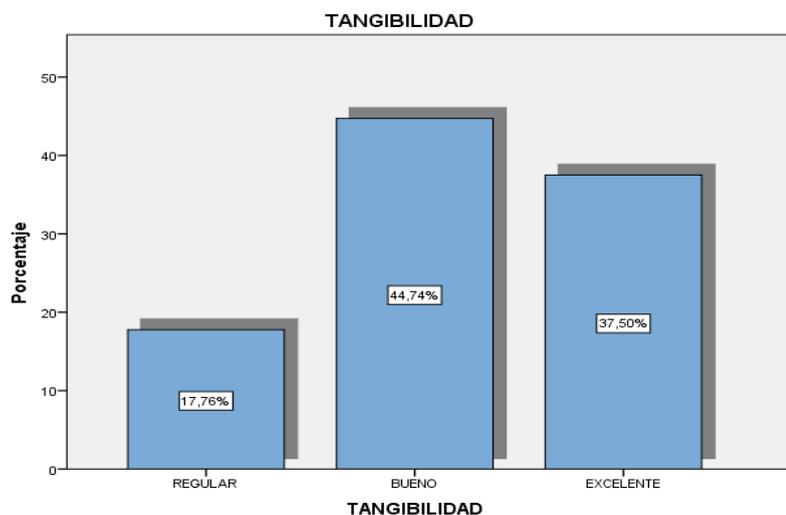
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°5, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 23.7 % (36) indican que la confiabilidad de la Calidad de atención es regular, el 52 % (79) que es buena y el 24.3 % (37) que es excelente.

CUADRO N°6: Dimension tangibilidad de la calidad de atención

TANGIBILIDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
REGULAR	27	17,8	17,8	17,8
BUENO	68	44,7	44,7	62,5
EXCELENTE	57	37,5	37,5	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N°6: Distribución de la muestra - dimension tangibilidad de la calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LO DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

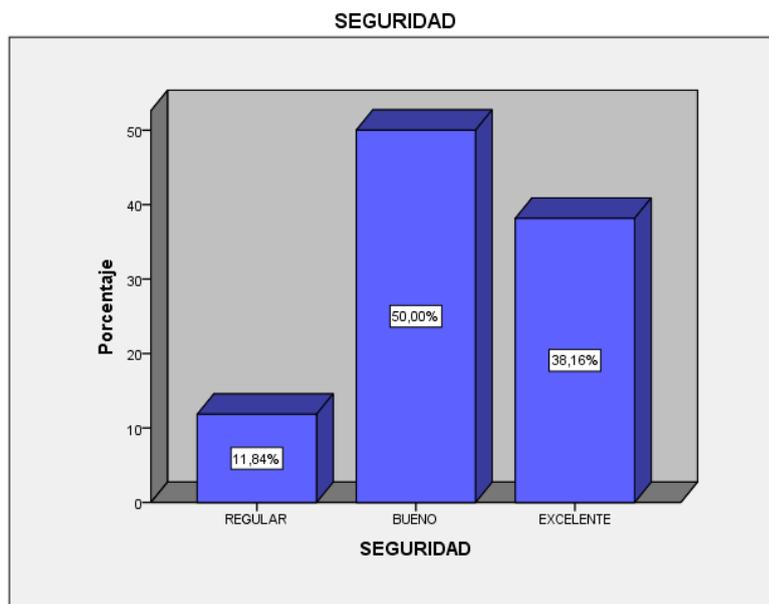
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°6, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 17.8 % (27) indican que la Tangibilidad de la Calidad de atención es regular, el 44.7 % (68) que es buena y el 37.5 % (57) que es excelente.

CUADRO N°7: Distribución de la muestra – dimension seguridad de la calidad de atención

SEGURIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	REGULAR	18	11,8	11,8	11,8
	BUENO	76	50,0	50,0	61,8
	EXCELENTE	58	38,2	38,2	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N° 7: Distribución de la muestra - dimensión seguridad de la calidad de atención



ELABORACION PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

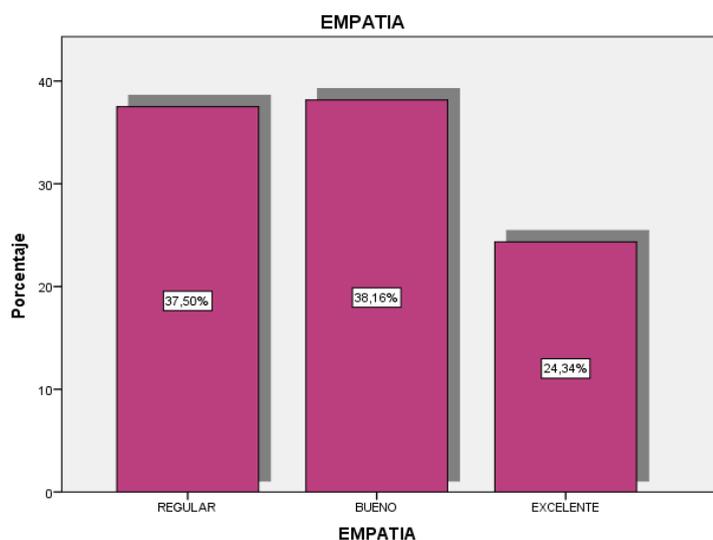
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°7, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 11.8 % (18) indican que la Tangibilidad de la Calidad de atención es regular, el 50% (76) que es buena y el 38.2% (58) que es excelente.

CUADRO N°8: Distribución de la muestra – dimensión empatía de la calidad de atención

EMPATIA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
REGULAR	57	37,5	37,5	37,5
BUENO	58	38,2	38,2	75,7
EXCELENTE	37	24,3	24,3	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N° 8: Distribución de la muestra - dimensión empatía de la calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 8, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 37.5% (57) indican que la Empatía de la Calidad de atención es regular, el 38.2% (58) que es buena y el 24.3% (37) que es excelente.

PRESENTACIÓN DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS SEGÚN SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y SUS DIMENSIONES

CUADRO N° 9: Distribución de la muestra – satisfacción del usuario

SATISFACCION					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	INSATISFECHO	57	37,5	37,5	37,5
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	18	11,8	11,8	49,3
	SATISFECHO	68	44,7	44,7	94,1
	TOTALMENTE SATISFECHO	9	5,9	5,9	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N°9: Distribución de la muestra – satisfacción del usuario



ELABORACION PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

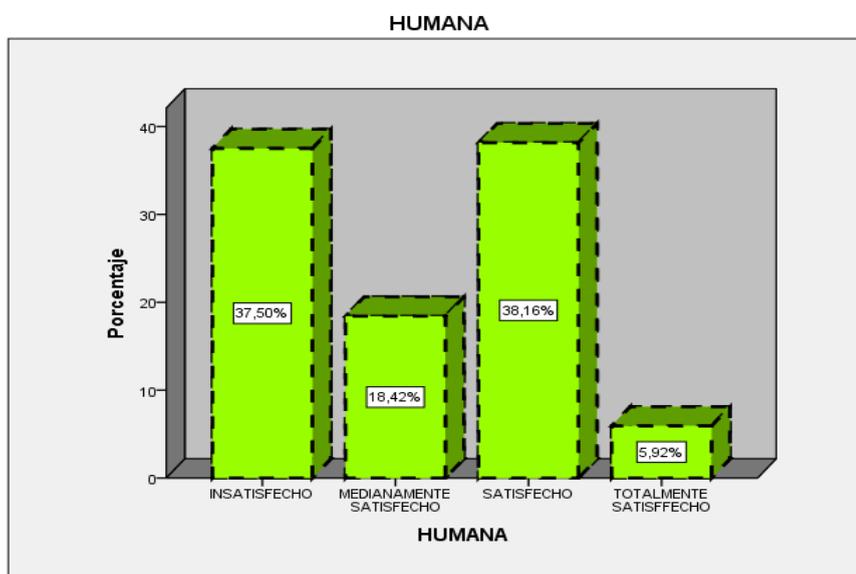
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°9, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 37.5 % (57), con relación a la satisfacción, indican sentirse insatisfechos, el 11.8 % (18) medianamente satisfechos, el 44.7 % (68) satisfechos y el 5.9 % (9) totalmente satisfechos.

CUADRO N° 10: Distribución de la muestra - dimension satisfacción humana de la satisfacción del usuario

HUMANA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	INSATISFECHO	57	37,5	37,5	37,5
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	28	18,4	18,4	55,9
	SATISFECHO	58	38,2	38,2	94,1
	TOTALMENTE SATISFECHO	9	5,9	5,9	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N°10: Distribución de la muestra - dimensión satisfacción humana de la satisfacción del usuario



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

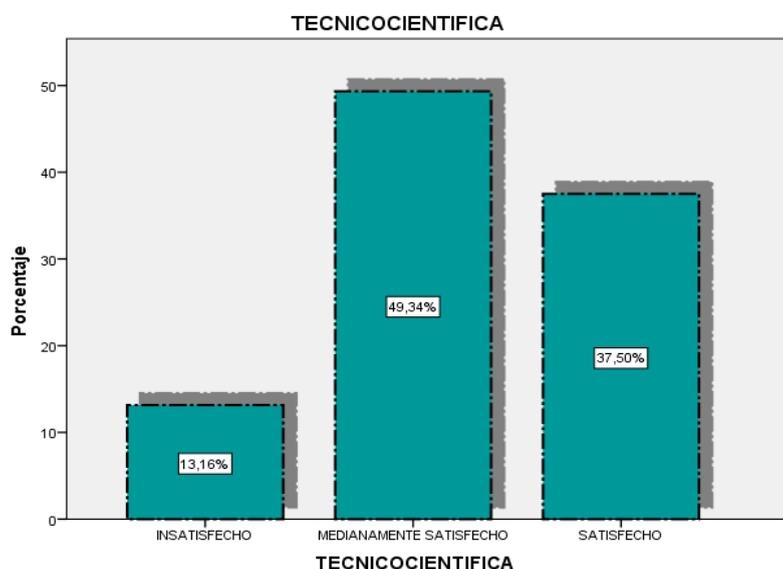
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°10, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 37.5 % (57), con relación a la satisfacción Humana, indican sentirse insatisfechos, el 18.4 % (28) medianamente satisfechos, el 38.2 % (58) satisfechos y el 5.9 % (9) totalmente satisfechos.

CUADRO N° 11: Distribución de la muestra - dimensión satisfacción técnico-científica de la satisfacción del usuario

TECNICO CIENTIFICA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
INSATISFECHO	20	13,2	13,2	13,2
MEDIANAMENTE SATISFECHO	75	49,3	49,3	62,5
SATISFECHO	57	37,5	37,5	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N°11: Distribución de la muestra - dimensión satisfacción técnico-científica de la satisfacción del usuario



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

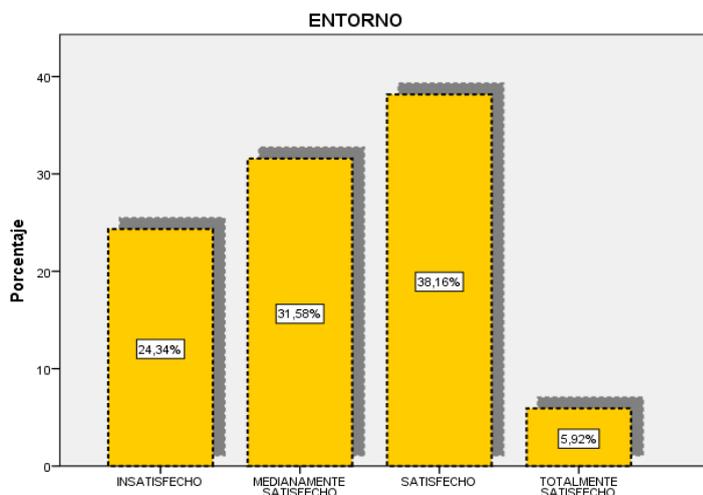
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°11, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 13.2 % (20), con relación a la satisfacción Técnico-Científica, indican sentirse insatisfechos, el 49.3 % (75) medianamente satisfechos y el 37.5 % (57) satisfechos.

CUADRO N° 12: Distribución de la muestra - dimensión satisfacción entorno de la satisfacción del usuario

ENTORNO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
INSATISFECHO	37	24,3	24,3	24,3
MEDIANAMENTE SATISFECHO	48	31,6	31,6	55,9
SATISFECHO	58	38,2	38,2	94,1
TOTALMENTE SATISFECHO	9	5,9	5,9	100,0
Total	152	100,0	100,0	

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

GRÁFICO N°12: Distribución de la muestra - dimensión satisfacción entorno de la satisfacción del usuario



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N°12, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, el 24.3 % (37), con relación a la satisfacción Entorno, indican sentirse insatisfechos, el 31.6 % (48) medianamente satisfechos, el 38.2 % (58) satisfechos y el 5.9 % (9) totalmente satisfechos.

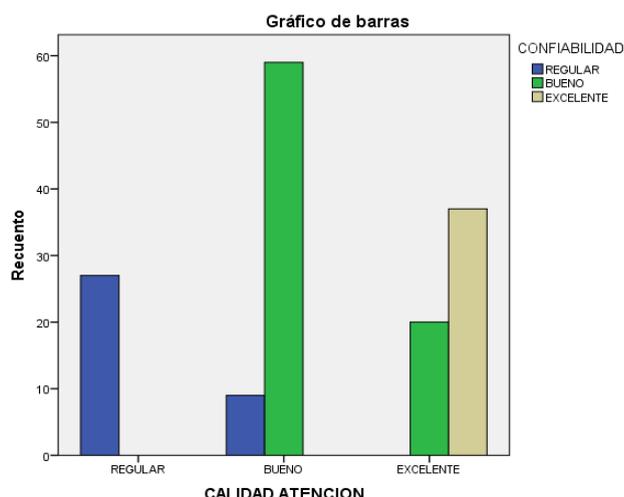
PRESENTACIÓN DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS SEGÚN LA RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN Y SUS DIMENSIONES

CUADRO N° 13: Relación calidad de atención – confiabilidad

Tabla cruzada CALIDAD ATENCION*CONFIABILIDAD					
		CONFIABILIDAD			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
CALIDAD ATENCION	REGULAR	27	0	0	27
	BUENO	9	59	0	68
	EXCELENTE	0	20	37	57
Total		36	79	37	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°13: Relación calidad de atención - confiabilidad



ELABORACION PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

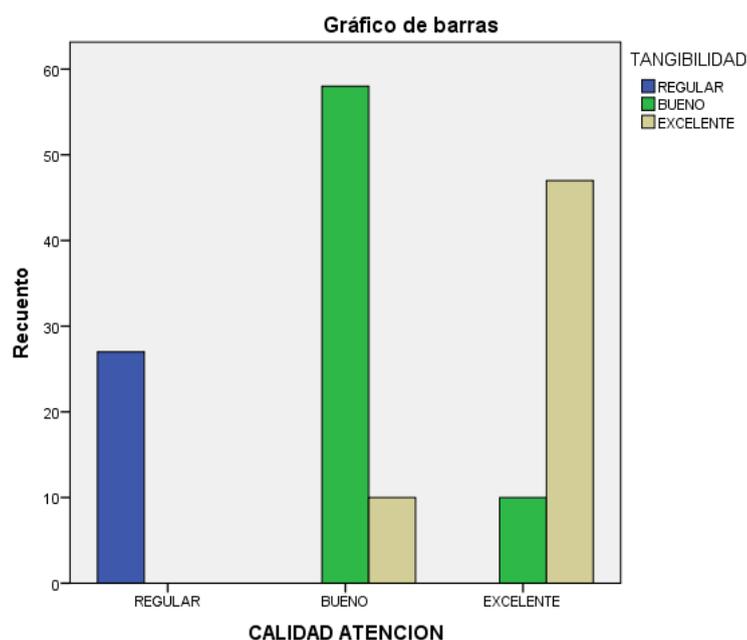
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 13, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, 27 mencionan que la calidad de atención y la confiabilidad es regular, 59 que es buena y 37 que es excelente, y así sucesivamente, con los demás valores.

CUADRO N° 14: Relación calidad de atención – tangibilidad

		TANGIBILIDAD			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
CALIDAD ATENCION	REGULAR	27	0	0	27
	BUENO	0	58	10	68
	EXCELENTE	0	10	47	57
Total		27	68	57	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°14: Relación calidad de atención - tangibilidad



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

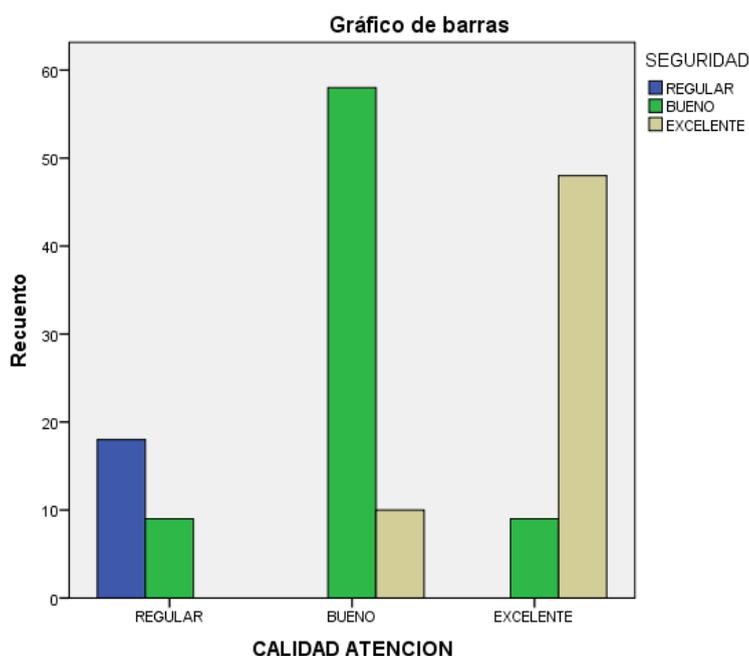
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 14, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, 27 mencionan que la calidad de atención y la Tangibilidad es regular, 58 que es buena y 47 que es excelente, y así sucesivamente, con los demás valores.

CUADRO N° 15: Relación calidad de atención – seguridad

Tabla cruzada CALIDAD ATENCION*SEGURIDAD					
		SEGURIDAD			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
CALIDAD ATENCION	REGULAR	18	9	0	27
	BUENO	0	58	10	68
	EXCELENTE	0	9	48	57
Total		18	76	58	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°15: Relación calidad de atención - seguridad



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

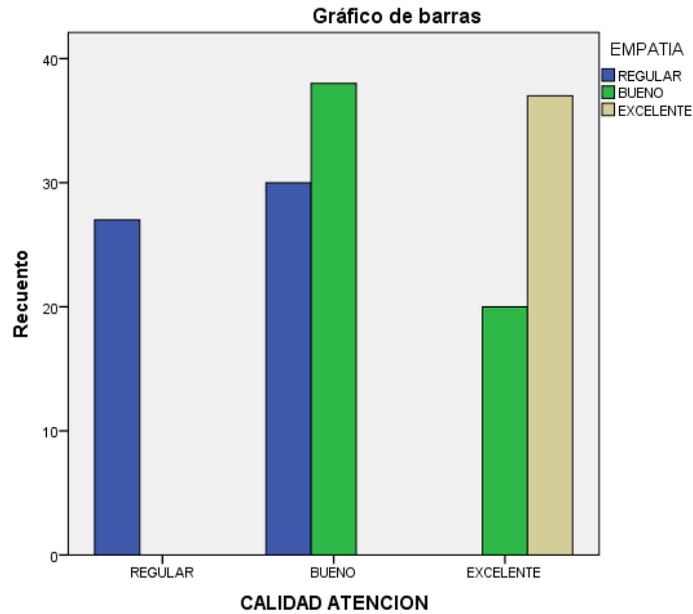
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 15, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, 18 mencionan que la calidad de atención y la seguridad es regular, 58 que es buena y 48 que es excelente, y así sucesivamente, con los demás valores.

CUADRO N° 16: Relación calidad de atención – empatía

Tabla cruzada CALIDAD ATENCION*EMPATIA					
		EMPATIA			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
CALIDAD ATENCION	REGULAR	27	0	0	27
	BUENO	30	38	0	68
	EXCELENTE	0	20	37	57
Total		57	58	37	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°16: Relación calidad de atención - empatía



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 16, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, 27 mencionan que la calidad de atención y la empatía es regular, 38 que es buena y 37 que es excelente, y así sucesivamente, con los demás valores.

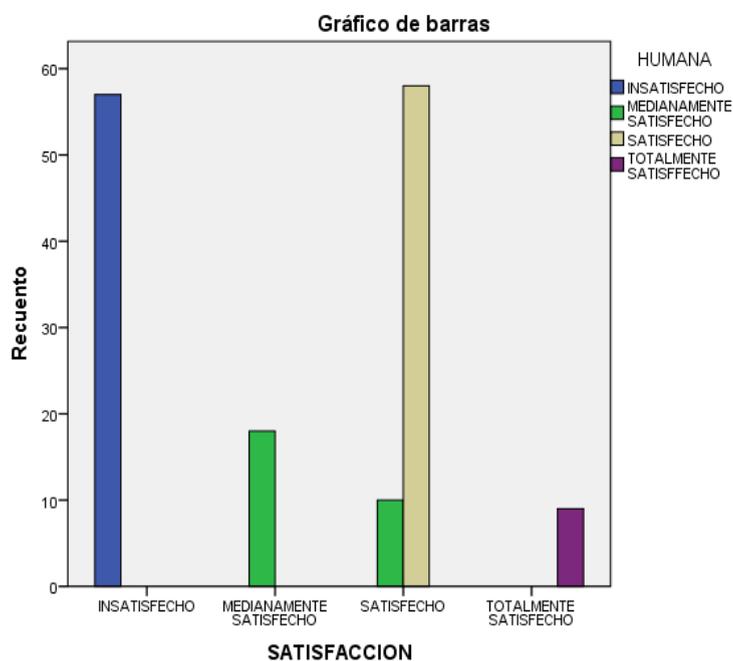
**PRESENTACIÓN DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
SEGÚN LA RELACIÓN ENTRE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y SUS
DIMENSIONES**

CUADRO N° 17: Relación satisfacción del usuario – satisfacción humana

Tabla cruzada SATISFACCION *HUMANA						
		HUMANA				Total
		INSATISFECHO	MEDIANAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO	
SATISFACCION	INSATISFECHO	57	0	0	0	57
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	0	18	0	0	18
	SATISFECHO	0	10	58	0	68
	TOTALMENTE SATISFECHO	0	0	0	9	9
Total		57	28	58	9	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°17: Relación satisfacción del usuario – satisfacción humana



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 17, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, 57 se encuentran insatisfechos, 18 medianamente

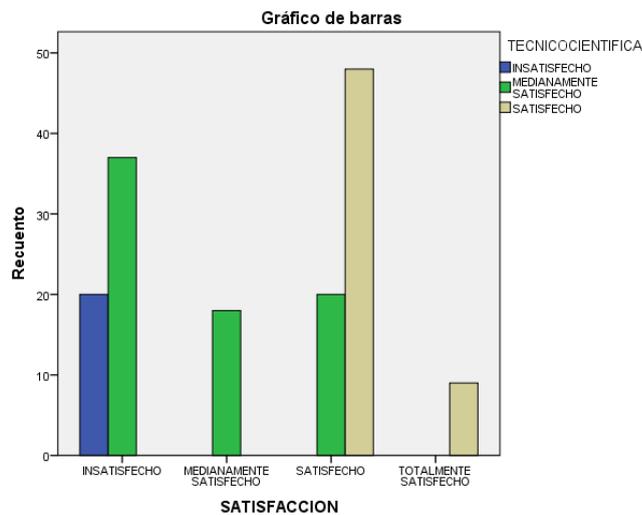
satisfechos, 58 satisfechos y 9 totalmente satisfechos en cuanto a la satisfacción del usuario y la satisfacción humana, y así sucesivamente, con los demás valores.

CUADRO N° 18: Relación satisfacción del usuario – satisfacción técnico científica

Tabla cruzada SATISFACCION *TECNICOCIENTIFICA					
		TECNICOCIENTIFICA			Total
		INSATISFECHO	MEDIANAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	
SATISFACCION	INSATISFECHO	20	37	0	57
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	0	18	0	18
	SATISFECHO	0	20	48	68
	TOTALMENTE SATISFECHO	0	0	9	9
Total		20	75	57	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°18: Relación satisfacción del usuario – satisfacción técnica científica



ELABORACION PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

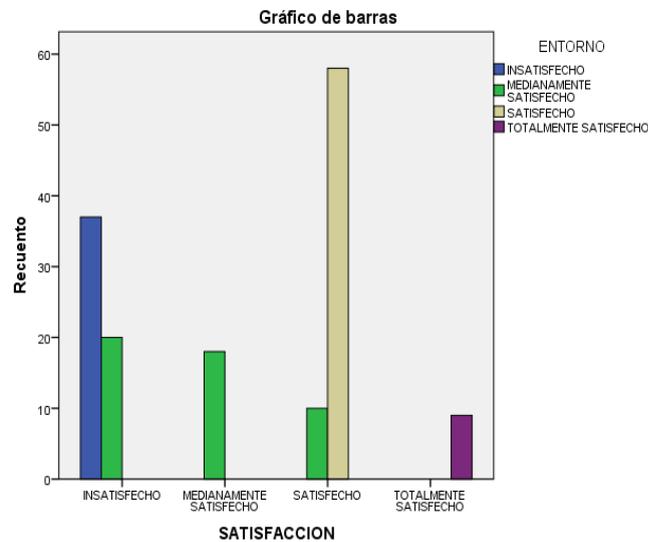
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 18, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, 20 se encuentran insatisfechos, 18 medianamente satisfechos y 48 satisfechos en cuanto a la satisfacción del usuario y la satisfacción Técnico-Científica, y así sucesivamente, con los demás valores.

CUADRO N° 19: Relación satisfacción del usuario – satisfacción entorno

		ENTORNO				Total
		INSATISFECHO	MEDIANAMENTE SATISFECHO	SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO	
SATISFACCION	INSATISFECHO	37	20	0	0	57
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	0	18	0	0	18
	SATISFECHO	0	10	58	0	68
	TOTALMENTE SATISFECHO	0	0	0	9	9
Total		37	48	58	9	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°19: Relación satisfacción del usuario – satisfacción entorno



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 19, se puede apreciar que, de un total de 152 pacientes, 37 se encuentran insatisfechos, 18 medianamente satisfechos, 58 satisfechos y 9 totalment satisfechos, en cuanto a la satisfacción del usuario y la satisfacción entorno, y así sucesivamente, con los demás valores.

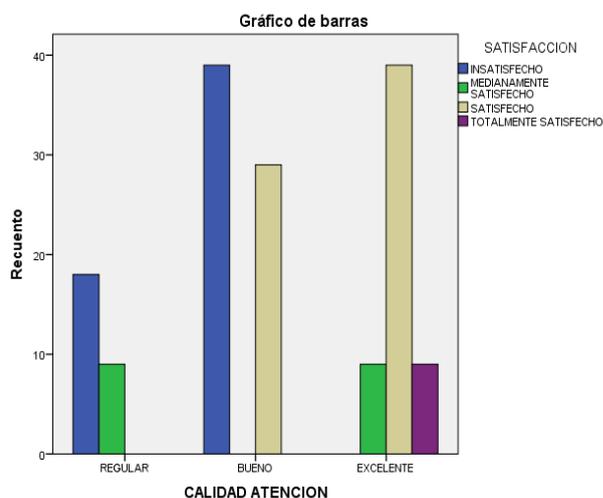
**PRESENTACIÓN DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
SEGÚN LA RELACIÓN ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN
DEL USUARIO**

CUADRO N° 20: Relación calidad de la atención – satisfacción del usuario

Tabla cruzada CALIDAD DE ATENCIÓN * SATISFACCIÓN						
		SATISFACCIÓN				Total
		INSATISF ECHO	MEDIANA MENTE SATISFEC HO	SATISFE CHO	TOTALME NTE SATISFE CHO	
CALIDAD ATENCIÓN	REGULAR	18	9	0	0	27
	BUENO	39	0	29	0	68
	EXCELEN TE	0	9	39	9	57
Total		57	18	68	9	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°20: Relación calidad de la atención – satisfacción del usuario



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 20, se puede apreciar que de un total de 152 pacientes, de los que mencionan que la calidad de atención es Regular, 18 se encuentran insatisfechos, 9 medianamente satisfechos, así mismo de los que mencionan que la calidad es buena, 39 se encuentran insatisfechos y 29

satisfechos, en cuanto a los que mencionan que la calidad de atención en excelente, 18 se encuentran medianamente satisfechos, 39 satisfechos y 9 totalmente satisfechos , y así sucesivamente, con los demás valores.

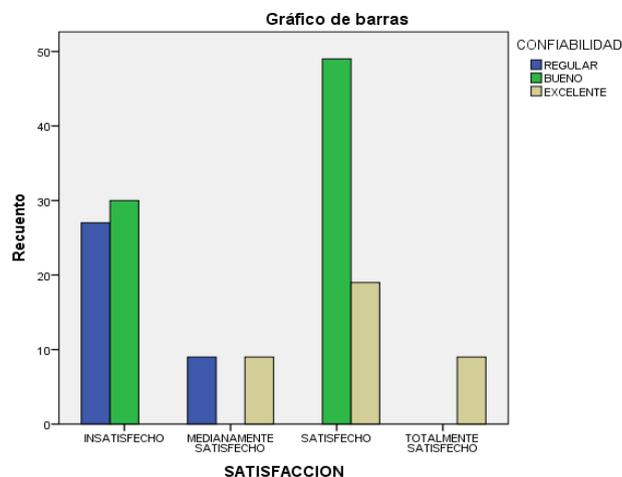
PRESENTACIÓN DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS SEGÚN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN

CUADRO N° 21: Satisfacción del usuario y la dimensión confiabilidad de la calidad de atención

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

Tabla cruzada SATISFACCION *CONFIABILIDAD					
		CONFIABILIDAD			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
SATISFACCION	INSATISFECHO	27	30	0	57
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	9	0	9	18
	SATISFECHO	0	49	19	68
	TOTALMENTE SATISFECHO	0	0	9	9
Total		36	79	37	152

GRÁFICO N° 21: Satisfacción del usuario y la dimensipon confiabilidad de la calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

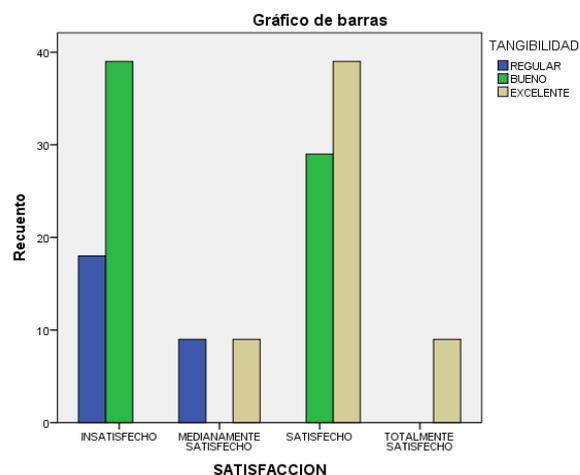
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 21, se puede apreciar que de un total de 152 pacientes, de los que se encuentran insatisfechos, 27 mencionan que la confiabilidad de la calidad es regular y 30 que es buena, de los que se encuentran medianamente satisfechos, 9 mencionan que la confiabilidad es regular y 9 que es excelente, de los satisfechos, 49 mencionan que la confiabilidad es buena y 19 que es excelente y de los que se encuentran totalmente satisfechos, 9 mencionan que la confiabilidad es excelente.

CUADRO N° 22: Satisfacción del usuario y la dimensión tangibilidad de la calidad de atención

Tabla cruzada SATISFACCION *TANGIBILIDAD					
		TANGIBILIDAD			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
SATISFACCION	INSATISFECHO	18	39	0	57
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	9	0	9	18
	SATISFECHO	0	29	39	68
	TOTALMENTE SATISFECHO	0	0	9	9
Total		27	68	57	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°22: Satisfacción del usuario y la dimensión tangibilidad de la calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

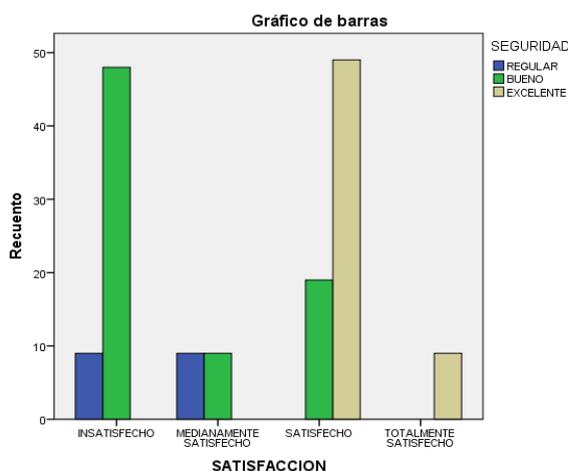
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 22, se puede apreciar que de un total de 152 pacientes, de los que se encuentran insatisfechos, 18 mencionan que la Tangibilidad de la calidad de atención es regular, de los que se encuentran medianamente satisfechos, 9 mencionan que la Tangibilidad es regular y 9 que es excelente, de los satisfechos, 29 mencionan que la Tangibilidad es buena y 39 que es excelente y de los que se encuentran totalmente satisfechos, 9 mencionan que la Tangibilidad es excelente.

CUADRO N° 23: Satisfacción del usuario y la dimensión seguridad de la calidad de atención

Tabla cruzada SATISFACCION *SEGURIDAD					
		SEGURIDAD			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
SATISFACCION	INSATISFECHO	9	48	0	57
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	9	9	0	18
	SATISFECHO	0	19	49	68
	TOTALMENTE SATISFECHO	0	0	9	9
Total		18	76	58	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°23: Satisfacción del usuario y la dimensión seguridad de la calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

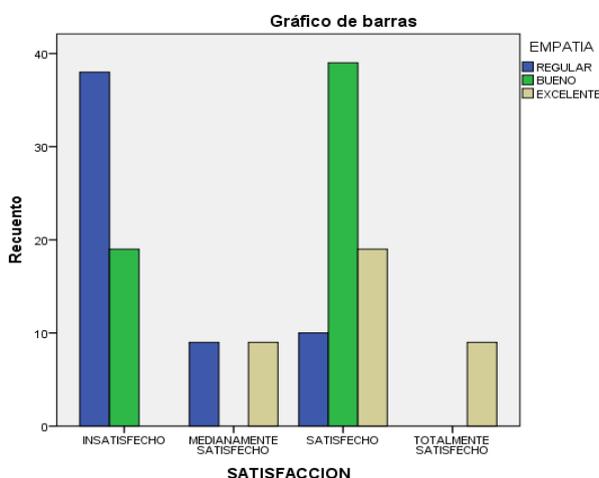
INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 23, se puede apreciar que de un total de 152 pacientes, de los que se encuentran insatisfechos, 9 mencionan que la seguridad de la calidad de atención es regular y 48 que es buena, de los que se encuentran medianamente satisfechos, 9 mencionan que la seguridad es regular y 9 que es buena, de los satisfechos, 19 mencionan que la seguridad es buena y 49 que es excelente y de los que se encuentran totalmente satisfechos, 9 mencionan que la seguridad es excelente.

CUADRO N° 24: Satisfacción del usuario y la dimensión empatía de la calidad de atención

Tabla cruzada SATISFACCION *EMPATIA					
		EMPATIA			Total
		REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
SATISFACCION	INSATISFECHO	38	19	0	57
	MEDIANAMENTE SATISFECHO	9	0	9	18
	SATISFECHO	10	39	19	68
	TOTALMENTE SATISFECHO	0	0	9	9
Total		57	58	37	152

ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS.

GRÁFICO N°24: Satisfacción del usuario y la dimensión empatía de la calidad de atención



ELABORACIÓN PROPIA DE LOS DATOS OBTENIDOS DEL SPSS

INTERPRETACIÓN: Del cuadro y gráfico N° 24, se puede apreciar que de un total de 152 pacientes, de los que se encuentran insatisfechos, 38 mencionan que la Empatía de la calidad de atención es regular y 19 que es buena, de los que se encuentran medianamente satisfechos, 9 mencionan que la Empatía es regular y 9 que es excelente, de los satisfechos, 10 mencionan que la Empatía es regular, 39 que es buena y 19 que es excelente y de los que se encuentran totalmente satisfechos, 9 mencionan que la Empatía es excelente.

4.3. Prueba de Hipótesis

La contrastación de las hipótesis se realizó utilizando la prueba de chi-cuadrada, prueba no paramétrica apropiada para este estudio, por tratarse de variables categóricas, donde la hipótesis general es que existe relación directa entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción de los pacientes que acuden a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

Para probar la Hipótesis general, debemos realizar la prueba de hipótesis en cada hipótesis específica, como sigue:

HIPÓTESIS ESPECÍFICA A:

H₀: No existe relación directa entre la dimensión Confiabilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019

H₁: Existe relación directa entre la dimensión Confiabilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019

- 1. ALFA O NIVEL DE SIGNIFICANCIA:** $\alpha = 0.005$ O 5%
- 2. ESTADÍSTICO DE PRUEBA:** Chi cuadrada

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi- cuadrado de Pearson	96,584 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	127,286	6	,000
Asociación lineal por lineal	54,178	1	,000
N de casos válidos	152		

3. VALOR DE SIGNIFICANCIA: $p=0.000$

4. REGLA DE DECISIÓN:

Si el p-valor ≤ 0.05 se acepta H_1

Si el p-valor > 0.05 se rechaza H_1

5. CONCLUSIÓN ESTADÍSTICA:

Encontrándose el p-valor igual a 0,000, además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que el alfa establecida en 0.05, se acepta la H_1 ; por lo tanto, queda probada la Hipótesis específica A.

COMENTARIO: Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de Significancia de 0.05, para concluir que existe relación directa entre la dimensión Confiabilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019

HIPÓTESIS ESPECÍFICA B:

H_0 : No existe relación directa entre la dimensión Tangibilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

H_1 : Existe relación directa entre la dimensión Tangibilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019

1. **ALFA O NIVEL DE SIGNIFICANCIA:** $\alpha = 0.05$ ó 5 %

2. **ESTADÍSTICO DE PRUEBA:** Chi cuadrada

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,273 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	125,682	6	,000
Asociación lineal por líneas	59,700	1	,000
N de casos válidos	152		

3. **VALOR DE SIGNIFICANCIA:** $p=0.000$

4. **REGLA DE DECISIÓN:**

Si el p-valor ≤ 0.05 se acepta H_1

Si el p-valor ≥ 0.05 , se rechaza H_1

5. **CONCLUSIÓN ESTADÍSTICA:**

Encontrándose el p-valor igual a 0,000, además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que el alfa establecida en 0.05, entonces se acepta la H_1 ; por lo tanto, queda probada la Hipótesis específica B.

COMENTARIO: Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de Significancia de 0.05, para concluir que existe relación directa entre la dimensión Tangibilidad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA C:

H_0 : No existe relación directa entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

H_1 : Existe relación directa entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019

1. **ALFA O NIVEL DE SIGNIFICANCIA:** $\alpha = 0.05$ ó 5 %

2. **ESTADÍSTICO DE PRUEBA:** Chi cuadrada

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,273 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	125,682	6	,000
Asociación lineal por líneas	59,700	1	,000
N de casos válidos	152		

3. **VALOR DE SIGNIFICANCIA:** $p=0.000$

4. **REGLA DE DECISIÓN:**

Si el p-valor ≤ 0.05 , se acepta H_1

Si el p-valor ≥ 0.05 , se rechaza H_1

5. **CONCLUSIÓN ESTADÍSTICA:**

Encontrándose el p-valor igual a 0,000, además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que el alfa establecida en 0.05, entonces se acepta la H_1 ; por lo tanto, queda probada la Hipótesis específica C.

COMENTARIO: Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de Significancia de 0.05, para concluir que existe relación directa entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019

HIPÓTESIS ESPECÍFICA D:

H_0 : No existe relación directa entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio de la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

H_1 : Existe relación directa entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019

1. **ALFA O NIVEL DE SIGNIFICANCIA:** $\alpha = 0.05$ ó 5 %

2. **ESTADÍSTICO DE PRUEBA:** Chi cuadrada

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,273 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	125,682	6	,000
Asociación lineal por líneas	59,700	1	,000
N de casos válidos	152		

3. **VALOR DE SIGNIFICANCIA:** $p=0.000$

4. **REGLA DE DECISIÓN:**

Si el p-valor ≤ 0.05 , se acepta H_1

Si el p-valor ≥ 0.05 , se rechaza H_1

5. **CONCLUSIÓN ESTADÍSTICA:**

Encontrándose el p-valor igual a 0,000, además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que el alfa establecida en 0.05, entonces se acepta la H_1 ; por lo tanto, queda probada la Hipótesis específica D.

COMENTARIO: Existe suficientes evidencias estadísticas a un nivel de Significancia de 0.05, para concluir que existe relación directa entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

HIPÓTESIS GENERAL:

H_0 : No existe relación directa entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

H_1 : Existe relación directa entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

1. **ALFA O NIVEL DE SIGNIFICANCIA** $\alpha = 0.05$ ó 5 %

2. **ESTADÍSTICO DE PRUEBA:** Chi cuadrada

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,273 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	125,682	6	,000
Asociación lineal por líneas	59,700	1	,000
N de casos válidos	152		

3. **VALOR DE SIGNIFICANCIA:** $p=0.000$

4. **REGLA DE DECISIÓN:**

Si el p-valor ≤ 0.05 , se acepta H_1

Si el p-valor ≥ 0.05 , se rechaza H_1

5. **CONCLUSIÓN ESTADÍSTICA:**

Encontrándose el p-valor igual a 0,000, además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que el alfa establecido en 0.05, entonces se acepta la H_1 ; por lo tanto, queda probada la Hipótesis General.

COMENTARIO: Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de Significancia de 0.05, para concluir que existe relación directa entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, Pasco 2019.

4.4. **Discusión de resultados**

La calidad de servicio ha cambiado conceptualmente, pero en definitiva los autores concuerdan que es el resultado final entregado al usuario quien además se siente totalmente satisfecho, siendo una responsabilidad de quienes brindan servicios generales a la sociedad en su conjunto, en este caso los que brindan servicios de salud, siendo estos quienes deben preocuparse por estar actualizados de acuerdo con las necesidades de los usuarios, para satisfacerlos.

Este estudio se centra en la relación que existe entre la calidad de servicio en la atención odontológica y la satisfacción del paciente, con la finalidad de saber en que medida se relaciona o no dichos aspectos en la clínica dental JOLDENT, en Pasco 2019, para lo cual, haciendo el análisis para demostrar la hipótesis enunciada, se obtuvo un nivel de significancia de 0.000 al igual que al analizar las hipótesis específicas, por lo tanto se determinó que existe relación directa entre las dos variables, en general a mejor calidad del servicio mayor satisfacción del paciente.

En este estudio se encontró como buena la calidad del servicio con un 44.7 %, asemejándose a los resultados obtenidos por Civera en el 2008, en su investigación con 399 pacientes donde encontró que la atención fue buena.

Así mismo en la presente investigación se halló un 44.7 % de pacientes satisfechos, 11.8 % de pacientes medianamente satisfechos y 5.9 % de totalmente satisfechos lo que difiere con la investigación de Wong en el 2003, donde se encontró mayor insatisfacción, y en comparación con la investigación de Huerta en el 2015, se obtiene resultados similares en donde el 92.2 % de los usuarios de su investigación estuvieron satisfechos con la atención.

En la presente tesis, en sus factores: confiabilidad, tangibilidad, seguridad y empatía, respectivamente, muestran sus mayores porcentajes en el nivel bueno 52%, 44.7%, 50%, 38.2%, comparando con la investigación de Huerta en donde las mismas dimensiones de la encuesta resultan con más del 80% de usuarios satisfechos.

Buitrago en 2007, en su estudio con 51 pacientes donde encuentra que la dimensión comunicación no tiene mayor relación con la satisfacción de los pacientes, también Mariño en el 2012 en su trabajo realizado en 4822 usuarios encuentra que los usuarios indican en un 92.1 % no sentirse satisfechos en la

atención y consideran que existe menor grado de satisfacción a mayor descortesía e indiferencia, en comparación con la presente investigación donde se encontró un 62.4 % de satisfacción de forma general.

Así mismo comparando con los resultados de García en el 2013, donde de los 192 pacientes del Centro de Salud Delicias de Villa en Chorrillos, el 55% estaba insatisfecho con la calidad de atención, a diferencia de la presente investigación donde se encontró el 37.5 % de insatisfechos, según las dimensiones consideradas hay una aproximación de los niveles de satisfacción; en esta investigación se obtuvo mayor satisfacción en las dimensiones de confiabilidad y empatía; y en la investigación de García corresponde a Empatía y Seguridad.

En comparación con los resultados de Huisa en el 2012, donde la mayoría de los usuarios se mostraban satisfechos con la calidad de atención siendo esta buena, asemejándose a los resultados encontrados en la presente investigación.

Niño y otros en el 2012, hallaron una insatisfacción global de 89,80 %, en dicha investigación se concluyó que, si existe insatisfacción en el servicio de consulta externa, según lo percibían las personas, a diferencia de esta investigación realizada Consultorio dental JOLDENT, donde no hay insatisfacción, lo que hace referencia a una satisfacción global buena de 62,4%, y en las dimensiones, confiabilidad 52%, tangibilidad 44.7%, Seguridad 50% y Empatía 38.2 %.

CONCLUSIONES

- Según los pacientes encuestados que acuden a la clínica dental JOLDENT, la calidad de servicio en la atención odontológica es buena y con relación a la satisfacción, la mayoría se encuentran satisfechos.
- Entre las variables calidad de servicio en la atención odontológica y satisfacción del paciente que acuden a la clínica dental JOLDENT, existe una relación directa, es decir cuando se brinda un mejor servicio, mayor es la satisfacción del paciente.
- Existe una relación directa entre la dimensión Confiabilidad de la calidad de atención y la satisfacción de los pacientes que acuden a la clínica dental JOLDENT, demostrando que a mayor confiabilidad mediante la solución de los problemas de salud que aqueja el paciente, mayor será la satisfacción que obtienen.
- Existe relación directa entre la dimensión tangibilidad de la calidad de atención y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT
- Existe relación directa entre la dimensión Seguridad de la calidad de atención y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT.
- Existe una relación directa entre la dimensión empatía de la calidad de atención y la satisfacción del paciente que acude a la clínica dental JOLDENT, mostrando que, a mejor empatía observada, mayor será la satisfacción del paciente.

RECOMENDACIONES

- Realizar investigaciones semestrales de la calidad de servicio utilizando el cuestionario de Calidad del Servicio (SERVQUAL) y de la satisfacción de los pacientes mediante el cuestionario de satisfacción del usuario y consultas externas (SUCE), en la clínica dental JOLDENT, para mejorar los niveles de calidad y satisfacción.
- Mediante alianzas estratégicas con instituciones de Pasco, promocionar la salud bucal para potenciar las medidas de prevención de enfermedades.
- Insturir al personal administrativo y asistencial en brindar un trato amable a los pacientes para mejorar la calidad de servicio en la atención odontológica.
- A través de folletos de bienvenida y guías de usuario de los servicios que ofrece la clínica dental, mejorar la atención dándole también sugerencias en prevención de enfermedades a los pobladores.
- Realizar un detallado análisis sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la clínica dental, haciendo también un análisis interno de los sistemas de trabajo y la infraestructura, así como el aspecto económico, social, tecnológico de la zona, para poder plantear estrategias que lleven a un eficaz funcionamiento interno y una buena relación con la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Varo, Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios. Un modelo de gestión hospitalaria. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A. 1994
2. Ramírez Palomio R.J. Calidad de atención de salud y su relación con la satisfacción del usuario de la consulta externa en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas 2014. Andahuaylas. 2015
3. Ministerio de Salud del Perú 2000. Proyecto 2000: Un proyecto de innovaciones en salud. Reporte técnico final del equipo de asistencia técnica. Lima: Ministerio de Salud del Perú; Proyecto 2000.2002
4. Civera, S. Análisis de la relación de la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido. 2008.
5. Wong Blandón; García Vega. Percepción de la calidad de la atención de los servicios de salud: Perspectiva de los pacientes, Matagalpa durante Noviembre, 2002.
6. Buitrago G. Tesis: Satisfacción de los clientes con los servicios hospitalarios en el área de Mayagüez. Puerto Rico.2007.
7. Morales C. Nivel de satisfacción de los pacientes que asisten al servicio de urgencias frente a la atención de enfermería en una Institución de primer nivel de atención en salud. Mistrato Risaralda. Colombia. 2009.
8. Bermúdez IF, Delgado IM. Valoración de la calidad en la atención odontológica brindada por los estudiantes de cirugía oral III a usuarios externos de la UNAM-MANAGUA, durante el período de Setiembre a Octubre del 2015 [Tesis de Bachiller]. Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAM - ANAGUA. 2015
9. Mariño E. Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que asiste a la consulta en el departamento médico del Instituto Nacional Mejía en el periodo 2012. México.2012.
10. García D. Percepción y expectativas de la calidad de la atención de los servicios de salud de los usuarios del centro de salud delicias Villa-Chorrillos.Perú.2013.

11. Huisa G. Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el Hospital de la Base Naval. Callao. Perú. 2012.
12. Vargas S. Satisfacción de pacientes atendidos en el Servicio de pre grado de la clínica dental docente de la Universidad Peruana Cayetano Heredia [Tesis de Bachiller]. Perú: Universidad Peruana Cayetano Heredia. 2015
13. Gonzáles GC, Manco RL. Nivel de satisfacción de los pacientes atendidos en el Servicio de Ortodoncia de una Clínica Dental Docente Peruana. Rev Estomatol Herediana. 2015
14. Tineo U. Nivel de satisfacción de los pacientes atendidos en el Servicio de Odontología del Establecimiento de Salud I – 4 San Marcos, Provincia de San Marcos, Región de Cajamarca en el año 2014 [Tesis de Bachiller]. Perú: Universidad Peruana Cayetano Heredia. 2014
15. Portilla JE, Sánchez SP, Escobar LD, Rivera AC. Determinantes de la satisfacción de la atención odontológica en un grupo de pacientes atendidos en la Clínica del Adulto de la Facultad de Odontología de la Universidad de Antioquia. Rev Gerenc Polit Salud Bogotá. Colombia. 2013
16. Luna GS. Calidad de servicios percibida por pacientes atendidos en dos clínicas dentales privadas de Lima Metropolitana. Lima, Lima, Perú. 2006
17. Donabedian A. Continuidad y cambio en la búsqueda de la calidad: En Calidad de Atención a la salud. Sociedad Mexicana de Calidad de atención a la Salud. Feb Vol 2:3 p.8 y 9. 1995
18. Gilmore C. Manual de gerencia de la calidad. Washington DC.M. Manual de Gerencia de la Calidad. Cit.p.2,1996
19. Gilmores y Mores, Manual de Gerencia de Calidad. Volumen III N° 9. Oficina Regional de la O.M.S. Fundación WK Kellong. Serie HSP- UNI. 2009
20. Organización Mundial de Salud. Una postura desde la Unión de Naciones Sudamericanas. 2012

21. Andía C, Pineda A. Satisfacción del usuario de los servicios de consulta externa del Hospital I Espinar.2002
22. Del Banco. A través de los ojos del paciente: Estrategias para lograr una concepción más eficaz. Obstetricia y Ginecología 88, 3 p.415-475.1996
23. Cantú H. Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill.México.p 166.2001
24. Thompson A. Las expectativas como determinantes de la satisfacción del paciente: conceptos, teoría y evidencia. Revista internacional de la calidad en la atención de la salud. p.127-141.1995
25. Dueñas O. Dimensiones de la Calidad en los Servicios de Salud. Ob.p.3.2012
26. Huisa G. Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el Hospital de la Base Naval. Callao, Perú.2012
27. Donabedian A. Calidad y utilización de la atención médica. Guía para la administración de la atención médica. Asociación Estadounidense de Salud Pública. Vol 11.1969
28. Marriner A. Modelos y Teorías de Enfermería. 4a Ed. Harcourt.Brace.España.1999
29. Ministerio de Salud. Satisfacción del usuario externo. Dirección de Calidad en salud .2012
30. Álvarez Heredia. Calidad y auditoría en salud. Bogotá. Ecoe. 2007
31. Dominguez C. El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente.ECOE.2006
32. Ishikawa K. Elementos que conforman la satisfacción del cliente. Fundamentos de Marketing. p 10-11.2014
33. Dueñas O. Dimensiones de la calidad en los Servicios de Salud.Ob.Cit.p 3.2012
34. Cantú H. Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill.México.p. p166.2001
35. Reicheld F. Valor, satisfacción. Lealtad y retención del cliente, análisis y reflexión teórica. Marketing relacional. p 45.2003
36. Sangüesa Sánchez, Mateo Dueñas. Definición de Calidad. Teoría y práctica de la calidad. 1ª Ed.p275.,Madrid.2006

37. Thompson A. Las expectativas como determinantes de la satisfacción del paciente: conceptos, teorías y evidencias. Revista Internacional para la Calidad en la Atención en Salud. p 127-141.1995
38. Vero, J. Gestión Estratégica de la Calidad de Servicios Sanitarios.
39. Madrid. Un Modelo de Gestión Hospitalaria, 2004
40. Sangüesa Sánchez, Marta; Mateo Dueñas, Ricardo; Ilzarbe Izquierdo, Laura, págs. 9 – 13, la norma internacional ISO 9000:2005 Sistemas de gestión de la calidad – Fundamentos y vocabulario, 2006.
41. Evans, James R; Lindsay, William M. Historia e importancia de la calidad. En Administración y control de la calidad, 7ma ed.pag. 848.
42. México: Cengage Learning. 2008
43. Thompson, A. & Sunol, R. Las expectativas como determinantes de la satisfacción del paciente: conceptos, teoría, evidencia. Revista internacional para la calidad en la atención de la salud.p.127-141.2005.
44. Evans, James R.; Lindsay, William M. Historia e importancia de la calidad. En Administración y control de calidad, 7ma ed., p. 848.
45. México: Cengage Learning, 2008.
46. Puga de la cruz B., 2008
<http://www.monografias.com/trabajos75/historiaimportantanciacalidad/historia-calidad>.
47. Diccionario De La Real Academia.
48. Staton, w., Etzel, M. & Walker, B. Fundaments de Marketing. En W. Stanton, M. Etzel, & B. Walker, B. Fundamentos de Marketing. En 333,334. Mc Graw Hill, 2004
49. Kotler P. Elementos que conforman la satisfacción del cliente. Fundamentos de Marketing.p10-11.2004
50. Salinas O. Servucción y procesos de elaboración de servicio.2000
51. Langeard y Eiglier. El marketing de servicios. España: Mc Graw Hill.1989

52. Thompson A. Las expectativas como determinantes de la satisfacción del paciente: conceptos, teoría y evidencia. Revista internacional para la calidad en la atención de salud. p 127-141.1999
53. Evans R, William M. Historia e importancia de la calidad. Administración y control de la calidad. 7ª Ed. p 848. México.2008
54. Helouani R. Manual de los costos de calidad. p 18.Argentina: Machi.1993
55. Larrea P. Calidad de servicio: del marketing a la estrategia. p 82. Madrid: Díaz de santos. 1991
56. Pizzo M. Plan de mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple. 2013
57. Zeithman V. El modelo SERVQUAL de la calidad de servicio como instrumento de mejora. p 103.2002
58. Oliver R. Satisfacción: una perspectiva del comportamiento en el consumo. p 40.2009
59. Cantú H. Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill. México. p 166.2001
60. Abadi M. Calidad de servicio.2004
61. Zeithman V, Bitner J. El modelo SERVQUAL de la calidad de servicio como instrumento de mejora. p 103.2002
62. González H. GAP Análisis para implementación de ISO 9001.2015
63. Zeithman V. El modelo SERVQUAL de la calidad de servicio como instrumento de mejora. p 103, 2002
64. Atalaya P. Nuevos enfoques en la satisfacción del personal. Lima.2001
65. Thompson A. Las expectativas como determinantes de la satisfacción del paciente: conceptos, teoría y evidencia. Revista Internacional para la calidad en la atención de la salud. p 127-141.1997
66. Salud. Encuesta de Satisfacción de usuarios externos de servicios de salud. Dirección General de las Personas y Dirección Ejecutiva de servicios de salud.2002
67. Kotler B. El marketing de servicios profesionales.2004

68. Reicheld F. Valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente, análisis y reflexión teórica. Marketing relacional.p.45.2003
69. Dominguez Collins H. El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente. ECOE. p 47, 2006
70. Evans James R. Sociedad Americana para el control de calidad. Historia e importancia de la calidad. Administración y control de la calidad. 7ª ed. p 848. México.2008
71. Ruiz Calderón. La ciencia y los problemas nacionales. Saber.2000
72. Stephen R. Administración. 5ª Edición. Ed México: Prentice – Hall hispanoamericana S.A. 1996
73. Chiavenato I. Introducción a la teoría general de la administración. 7ª Edición. Ed Mc Graw- Hill interamerica.2004
74. Maximova. Estrategias educativas para el desarrollo de las habilidades. 1962
75. Cantu H. Desarrollo de una Cultura de Calidad. 3ª ed. Mc Graw- Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V. México, DF. 2006
76. James R. Historia e importancia de la calidad. Administración y control de la calidad. 7ª ed. p 848.México: Cenagage Learning.2000
77. Rosanders. Administración y control de la calidad. 4ª ed. International Thomson Editores. S. A. de C.V. México D.F. 1994
78. Cantú H. Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill. México. P 166.2001
79. Vargas M. Calidad y servicio, conceptos y herramientas. Bogotá – Colombia: Editorial de la Universidad de la Sabana. 2007
80. Hernandez A. Metodología de la investigación. 5ª ed. México. Editorial Mc Graw Hill.2006
81. Hernández Fernández y Baptista. Los paradigmas de la investigación científica. México. 2010
82. Moreno G. Introducción a la metodología de la Investigación educativa. 1ª ed. México: CemPro Editores. 2000

83. Carrasco S. Metodología de la Investigación Científica. Perú: San Marcos.2009
84. Víctor P. Metodología de la Investigación científica y bioestadística para profesionales y estudiantes de la Salud. 1ª ed. Santiago de Chile: Universidad Finis Terrae.2009

ANEXOS

INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

ENCUESTA PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA ATENCIÓN ODONTOLÓGICA

Estimado usuario, Lea con detenimiento cada una de las siguientes aseveraciones e indique cuan de acuerdo está usted con las mismas.

Sexo:

- 1. Femenino ()
- 2. Masculino ()

Estado Civil:

- 1. Soltero(a)
- 2. Casado(a)
- 3. Conviviente

Edad:

- 1. 11 a 20 años ()
- 2. 21 a 30 años ()
- 3. 31 a 40 años ()
- 4. 41 a 50 años ()
- 5. 51 a más años ()

- Marque con una "X" en el casillero del número que aproximadamente refleja cuanto está usted de acuerdo con el contenido de las aseveraciones al lado derecho de cada aseveración.
- Trate de contestar todas las aseveraciones sin omitir ninguna y sin repasar sus respuestas.
- Recuerde que no hay contestaciones correctas o incorrectas; por lo tanto, conteste honestamente cada aseveración.
- Conteste de acuerdo al siguiente continuo numérico:

Malo: 1

Regular: 2

Bueno: 3

Excelente 4

	ASEVERACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN			
		1	2	3	4
1.	Se evidencia compromiso por parte de las autoridades del Consultorio dental para dar Cumplimiento a la solución de ciertas dificultades.				
2.	Cuando tienes un problema de salud, el Consultorio dental muestra un sincero interés en solucionarlo.				
3.	Los profesionales de salud el Consultorio dental realizan bien el servicio que brindan desde un inicio.				
4.	El Consultorio dental concluye el servicio en el tiempo prometido.				
5.	El Consultorio dental insiste en mantener registros exentos de errores.				
6.	El Consultorio dental tiene equipos de apariencia moderna.				
7.	Las instalaciones físicas del Consultorio dental son visualmente atractivas.				
8.	Los responsables del Consultorio dental tienen apariencia esmerada.				
9.	Los elementos materiales (folletos, orden de medicamentos y similares) son visualmente atractivos.				
10.	El comportamiento de los responsables del Consultorio dental transmite confianza a los usuarios.				
11.	Los usuarios se sienten seguros en sus gestiones con el Consultorio dental				
12.	Los responsables del Consultorio dental son siempre amables con los usuarios.				
13.	Los responsables del Consultorio dental tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.				
14.	El Consultorio dental da a los usuarios una atención individualizada.				
15.	El Consultorio dental tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.				
16.	El Consultorio dental tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios.				
17.	El Consultorio dental se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios.				
18.	El Consultorio dental comprende las necesidades específicas de sus usuarios.				

*adaptado: Ramirez V. Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, (Tesis magistral), 2016

ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Estimado usuario, Lea con detenimiento cada una de las siguientes aseveraciones e indique cuan de acuerdo está usted con las mismas.

- Marque con una "X" en el casillero del número que aproximadamente refleja cuanto está usted de acuerdo con el contenido de las aseveraciones al lado derecho de cada aseveración.
- Trate de contestar todas las aseveraciones sin omitir ninguna y sin repasar sus respuestas.
- Recuerde que no hay contestaciones correctas o incorrectas; por lo tanto, conteste honestamente cada aseveración.
- Conteste de acuerdo al siguiente continuo numérico:

Nada satisfecho: 1
Insatisfecho: 2
Medianamente satisfecho: 3
Satisfecho: 4
Totalmente satisfecho: 5

N°	ASEVERACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.	El personal le brindó un trato cordial y amable.					
2.	El personal de salud respeta el orden de llegada de los pacientes.					
3.	El tiempo de espera es aproximadamente 20 minutos.					
4.	El personal muestra interés cuando Ud. Le consulta sobre su problema de salud.					
5.	El personal de salud respeta su privacidad durante la atención.					
6.	El personal de salud lo atiende cuidadosamente.					
7.	El personal de salud se encuentra correctamente uniformado y limpio.					
8.	Recibe charlas educativas mientras espera ser atendido.					
9.	El personal de salud que lo atiende le orienta sobre los medicamentos que le va a recetar					
10.	Ud. comprende las indicaciones relacionadas en cuanto a los medicamentos					
11.	El personal de salud lo orienta sobre los cuidados a seguir en su hogar.					
12.	El personal mantiene confidencialidad de su diagnóstico.					
13.	El tiempo que dura su consulta es suficiente.					
14.	La sala de espera del Consultorio dental está limpia					
15.	La sala de espera del Consultorio dental tiene buena ventilación.					
16.	La sala del área de trabajo del Consultorio dental está limpia y ordenada.					
17.	La sala del área de trabajo del Consultorio dental está bien iluminada.					
18.	Los baños que están cerca del área de trabajo del Consultorio dental están limpios permanentemente.					
19.	Existen recipientes para recolectar residuos sólidos cerca del área de trabajo del Consultorio dental					

*adaptado: Ramirez V. Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, (Tesis magistral), 2016

PROCEDIMIENTO DE VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO CON ALFA DE CRONBACH

PRUEBA PILOTO

TÍTULO: “CALIDAD DE SERVICIO EN LA ATENCIÓN ODONTOLÓGICA Y SATISFACCIÓN DE PACIENTES QUE ACUDEN A LA CLÍNICA DENTAL JOLDENT, PASCO 2019”

INSTRUMENTO: ENCUESTA PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO

POBLACIÓN: 250

MUESTRA: 152

PRUEBA PILOTO: 10% (16)

	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	var
1	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	
2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	
3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	
5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	
6	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	4	
7	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	
8	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	
9	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	
10	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	4	
11	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	
12	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	
13	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	
14	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	
15	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	
16	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	
17															
18															

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	16	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	16	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,925	,931	18

INSTRUMENTO: ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL USUARIO
POBLACIÓN: 250
MUESTRA: 152
PRUEBA PILOTO: 10% (16)

	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	var
1	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	
2	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	3	5	3	5	
3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	
5	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	3	5	3	5	
6	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	
7	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	
8	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	3	5	3	5	
9	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	
10	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	
11	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	3	5	3	5	
12	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	
13	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	
14	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	3	5	3	5	
15	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	
16	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	
17															
18															
19															

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	16	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	16	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,986	,990	19

VALIDACIÓN DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD NACIONAL "DANIEL ALCIDES CURIÓ" ESCUELA DE POST GRADO MAESTRIA EN SALUD PÚBLICA Y COMUNITARIA

Ficha de validación del instrumento

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre Del Informante <i>Mg. Elsa INCHE ARCE</i>	Cargo o Institución Donde Labora <i>Docente - UNDAC ODONTOLOGIA</i>	Nombre del Instrumento De Evaluación <i>ENCUESTA</i>	Autor del Instrumento <i>VASQUEZ FAUSTINO, JAZMIN</i>
Título: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CONSULTORIO DENTAL - JOLDENT, PASCO 2019"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60 %	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					<i>95</i>
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas Observables					<i>96</i>
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la Tecnología					<i>92</i>
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					<i>94</i>
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en Cantidad y calidad					<i>98</i>
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar Aspectos de calidad y satisfacción del usuario					<i>99</i>
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico Científicos.					<i>99</i>
8. COHERENCIA	Entre los índices, Indicadores y las dimensiones					<i>95</i>
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico					<i>98</i>
10. OPORTUNIDAD	El instrumento puede ser Aplicado en la investigación					<i>99</i>

III. OPINION DE APLICACIÓN *96.5*

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN *96.5* *Excelente*

Lugar y fecha <i>Cerro de Pasco 06-06-2019</i>	DNI <i>41072327</i>	Firma del Experto <small>COLEGIO ODONTOLÓGICO DEL PERÚ Dra. Elsa INCHE ARCE COR. N° 17080</small>	Teléfono <i>963611840</i>
---	------------------------	--	------------------------------

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del trabajo de investigación titulado: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CONSULTORIO DENTAL - JOLDENT, PASCO 2019", elaborado por la Cirujano Dentista, VASQUEZ FAUSTINO , Jazmin, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables, y por tanto, apto para ser aplicados en el logro de objetivo que se plantean en la investigación

Atentamente:


COLEGIO ODONTOLÓGICO DEL PERÚ
Dra. Elsa INCHE ARCE
COP N° 17080



UNIVERSIDAD NACIONAL "DANIEL ALCIDES CARRIÓN"
ESCUELA DE POST GRADO
MAESTRIA EN SALUD PÚBLICA Y COMUNITARIA

Ficha de validación del instrumento

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre Del Informante	Cargo o Institución Donde Labora	Nombre del Instrumento De Evaluación	Autor del Instrumento
Mg. C. D. <i>Jesús Javier Mendoza</i>	MINISTERIO PÚBLICO CIUJANO DENTISTA "DIRECTOR" JOLDENT	ENCUESTA	VASQUEZ FAUSTINO, JAZMIN
Título: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CONSULTORIO DENTAL - JOLDENT, PASCO 2019"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60 %	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					94
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas Observables					95
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la Tecnología					93
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					94
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en Cantidad y calidad					97
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar Aspectos de calidad y satisfacción del usuario					99
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico Científicos.					98
8. COHERENCIA	Entre los índices, Indicadores y las dimensiones					95
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico					94
10. OPORTUNIDAD	El Instrumento puede ser Aplicado en la Investigación					96

III. OPINION DE APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN *95.5 Excelente*

Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono
<i>Cerro de Pasco</i> <i>05-06-2019</i>	<i>42062525</i>	<i>[Firma]</i> DR. JESUS JAVIER MENDOZA CIUJANO DENTISTA COP. 21448	<i>978053784</i>



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del trabajo de investigación titulado: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CONSULTORIO DENTAL - JOLDENT, PASCO 2019", elaborado por la Cirujano Dentista, VASQUEZ FAUSTINO , Jazmin, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables, y por tanto, apto para ser aplicados en el logro de objetivo que se plantean en la investigación

Atentamente:




DR. JERVIS JAVIER MENDOZA
CIRUJANO DENTISTA
COP. 448



UNIVERSIDAD NACIONAL "DANIEL ALCIDES CARRIÓN"
ESCUELA DE POST GRADO
MAESTRIA EN SALUD PÚBLICA Y COMUNITARIA

Ficha de validación del instrumento

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre Del Informante	Cargo o Institución Donde Labora	Nombre del Instrumento De Evaluación	Autor del Instrumento
Mg. EMERSON LEÓN ROJAS	DOCENTE UNORX - EMERSON LEÓN ROJAS	ENCUESTA	VASQUEZ FAUSTINO, JAZMIN
Título: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CONSULTORIO DENTAL - JOLDENT, PASCO 2019"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60 %	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					92
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas Observables					94
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la Tecnología					93
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en Cantidad y calidad					92
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar Aspectos de calidad y satisfacción del usuario					91
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico Científicos.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					92
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico					94
10. OPORTUNIDAD	El instrumento puede ser Aplicado en la Investigación					93

III. OPINION DE APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

92.1 Excelente.

Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono
Pasco 06-06-2019	41750750	 Lic. Enf. EMERSON E. LEÓN ROJAS CEP: 48167	996 418356

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del trabajo de investigación titulado: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CONSULTORIO DENTAL - JOLDENT, PASCO 2019", elaborado por la Cirujano Dentista, VASQUEZ FAUSTINO , Jazmin, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables, y por tanto, apto para ser aplicados en el logro de objetivo que se plantean en la investigación

Atentamente:


Lic. Em. EMERSON E. LEÓN ROJAS
CEP: 48167

CONSOLIDADO DE OPINIÓN DE EXPERTOS: “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA CLINICA DENTAL “JOLDENT”, PASCO 2019”

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Mg. C.D. Elsa INCHE ARCE	Mg. C.D. Jesus JAVIER MENDOZA	Mg. Emerson LEON ROJAS	PROMEDIO DEL % DE PUNTUACIÓN ASIGNADA POR EXPERTOS
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	95 %	94 %	92 %	93.6 %
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	96 %	95 %	94 %	95 %
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	92 %	93 %	93 %	92.6 %
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	94 %	94 %	90 %	92.6 %
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	98 %	97 %	92 %	95.6 %
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar Aspectos de calidad y satisfacción	99 %	99 %	91 %	96.3 %
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico Científicos.	99 %	98 %	90 %	95.6 %
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	95 %	95 %	92 %	94%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico	98 %	94 %	94 %	95.3 %
10. OPORTUNIDAD	El instrumento puede ser Aplicado en la investigación	99 %	96 %	93 %	96%
PROMEDIO DE PORCENTAJES		96.5 %	95.5 %	92.1 %	94.7 %

Fuente: Informe de expertos sobre validez y aplicabilidad del instrumento.

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Es válida y aplicable.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 94.7 %

Lugar y fecha: Ciudad de Cerro de Pasco, absuelta por tres informantes en el mes de Junio de 2019.

CONSTANCIA DE ACEPTACION – CLÍNICA DENTAL

JOLDENT
CLINICA DENTAL



CONSTANCIA

Quien suscribe, hace constar que la Clínica dental JOLDENT, aceptó la solicitud por parte de la C.D. **Jazmin Esther VASQUEZ FAUSTINO**, con COP: 42887, para que pueda acceder y recolectar los datos e instrumentos necesarios y ejecutar su estudio de investigación científica, titulado "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA CLINICA DENTAL "JOLDENT", PASCO 2019"

Por lo cual se expide la presente para fines de la interesada.


DR. JESUS JAVIER MENDOZA
CIRUJANO DENTISTA
COP. 21448

