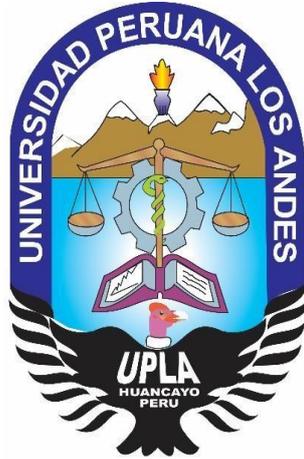


**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA SALUD**



**TESIS**

**SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS  
RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA  
CLÍNICA ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO – 2018**

**Para Optar : EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
CIENCIAS DE LA SALUD, MENCIÓN:  
GESTIÓN EN SERVICIOS DE SALUD**

**Autor : BACH. JAVIER ESTEBAN SALAZAR LAZO**

**Asesor : Dr. PABLO SANTIAGO BONILLA CAIRO**

**Línea de Investigación : Salud y Gestión de la salud**

**HUANCAYO – PERÚ**

**2019**

**HOJA DE CONFORMIDAD DE LOS JURADOS DE  
SUSTENTACIÓN DE TESIS**

.....  
Dr. Eutimio Catalino Jara Rodríguez  
Director

.....  
Dr. Pedro G. Rengifo Gratelli  
Jurado

.....  
Dr. Washington Ordoñez Hospinal  
Jurado

.....  
Mg. Daniel Felen Hinostroza  
Jurado

.....  
Dr. Aguedo Albino Bejar Mormontoy  
Secretario Académico

**ASESOR:**

**Dr. Bonilla Cairo, Pablo Santiago**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a mi esposa Jessica por ser mi gran apoyo en este todo momento y por el entusiasmo que me brindó para seguir adelante y culminar con este propósito.

A mi hija Almendra Muriel que a su corta edad se devora los libros y ya está pensando en ser escritora.

A mi hijo Javier Jesús mi pequeño campeón cuya habilidad e inteligencia son motivo de orgullo y dicha.

Para ustedes familia que son la razón y el fundamento de mí existir.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, el gran arquitecto del universo, por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo.

A mis colegas involucrados en la investigación: Dr. Pablo Bonilla Cairo, Mg. Luis Cueva Buendía. Por su invaluable soporte y colaboración.

A todos los que laboran en la clínica dental spa San Antonio, tanto en la parte clínica y asistencial quienes han cumplido una gran labor para el desarrollo de este estudio de investigación y su apoyo incondicional para la ejecución del mismo han sido de gran valía, un agradecimiento especial a la Srta. Cintia Zarate Paitán por su invaluable apoyo durante la recopilación de datos.

# ÍNDICE

	Pág.
CARÁTULA	i
HOJA DE JURADOS DE TESIS	ii
ASESORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xv

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3. OBJETIVOS	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos	18
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	20
1.4.1. Justificación teórica o científica	20
1.4.2. Justificación metodológica	20
1.4.3. Justificación social	21

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	22
2.2. BASE TEÓRICA	29
2.2.1. Satisfacción del usuario	29
2.2.2. Rendimiento percibido	30
2.2.3. Calidad de servicios	35
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	50
2.4. HIPÓTESIS	51
2.4.1. Hipótesis General	51
2.4.2. Hipótesis Específicas	52
2.5. SISTEMA DE VARIABLES	53

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	56
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.3. LUGAR Y PERIODO DE EJECUCIÓN	57
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	57
3.5. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	60
3.6. VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS Y RECOLECCIÓN DE DATOS	61
3.7. PROCESAMIENTO DE DATOS	61
3.8. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	61

3.9. CONSIDERACIONES ÉTICAS	62
-----------------------------	----

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LOS DATOS GENERALES DE LA MUESTRA ESTUDIADA	63
4.1.1. Caracterización de la muestra según Género	63
4.1.2. Caracterización de la muestra según edad	64
4.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO Y CALIDAD DE ATENCIÓN	65
4.2.1. Resultados de la variable satisfacción del usuario externo	65
4.2.2. Resultados de la variable calidad de atención	66
4.2.3. Resultados descriptivos de las dimensiones de la variable Calidad de atención	67
4.3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS CORRELACIONALES Y CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	72
4.3.1. Resultado correlacional y contrastación de hipótesis general	72
4.3.2. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del paciente y la dimensión aspectos palpables	75
4.3.3. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión fiabilidad	78
4.3.4. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión capacidad de respuesta	81

4.3.5. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión seguridad	84
4.3.6. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión empatía	87
CAPÍTULO V	
DISCUSIÓN	91
CONCLUSIONES	102
RECOMENDACIONES	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	107
ANEXOS	113
ANEXO N° 01. Matriz de consistencia del trabajo de investigación	114
ANEXO N° 02. Operacionalización de variables	116
ANEXO N° 03. Instrumentos de recolección de datos	118
ANEXO N° 4. Confiabilidad de los instrumentos	123
ANEXO N° 5. Validez de los instrumentos	125
ANEXO N° 6. Data de proceso de datos	133
ANEXO N° 7. Consentimiento informado	138
ANEXO N° 8. Evidencias fotográficas	139

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Población	58
Tabla 2. Frecuencia y porcentaje de la variable Género.	63
Tabla 3. Frecuencia y porcentaje de los grupos etáreos.	64
Tabla 4. Frecuencia y porcentaje de la variable satisfacción del usuario externo.	65
Tabla 5. Frecuencia y porcentaje de la variable calidad de atención.	66
Tabla 6. Frecuencia y porcentaje de la dimensión elementos tangibles.	67
Tabla 7. Frecuencia y porcentaje de la dimensión fiabilidad.	68
Tabla 8. Frecuencia y porcentaje de la dimensión Capacidad de respuesta.	69
Tabla 9. Frecuencia y porcentaje de la dimensión seguridad.	70
Tabla 10. Frecuencia y porcentaje de la dimensión Empatía.	71
Tabla 11. Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y calidad de atención. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.	73
Tabla 12. Interpretación de los coeficientes de correlación.	74
Tabla 13. Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y dimensión elementos tangibles. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.	76
Tabla 14. Interpretación de los coeficientes de correlación.	77
Tabla 15. Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión fiabilidad. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.	79

Tabla 16. Interpretación de los coeficientes de correlación.	80
Tabla 17. Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión capacidad de respuesta. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.	82
Tabla 18. Interpretación de los coeficientes de correlación.	83
Tabla 19. Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión seguridad. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.	85
Tabla 20. Interpretación de los coeficientes de correlación.	86
Tabla 21. Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión empatía. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.	88
Tabla 22. Interpretación de los coeficientes de correlación.	89

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Repartición porcentual de la variable Género.	64
Figura 2. Distribución porcentual de la variable Edad.	65
Figura 3. Distribución porcentual de la variable satisfacción del usuario externo.	66
Figura 4. Distribución porcentual de la variable calidad de atención.	67
Figura 5. Distribución porcentual de la variable dimensión elementos tangibles.	68
Figura 6. Distribución porcentual de la variable dimensión fiabilidad.	69
Figura 7. Distribución porcentual de la dimensión Capacidad de respuesta.	70
Figura 8. Distribución porcentual de la dimensión Seguridad.	71
Figura 9. Distribución porcentual de la dimensión Empatía.	72

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación nace de observar que, en los consultorios dentales, clínicas odontológicas y en la mayoría de establecimientos de salud que brindan similares servicios, no se conocen con certeza dos aspectos comúnmente ligados que son la satisfacción de los usuarios externos o pacientes y por otro lado la calidad de servicio odontológico que en ella se brinda.

El objetivo fue determinar la relación entre la satisfacción del cliente externo y la calidad de servicio odontológico de la clínica dental “Spa San Antonio” en el año 2018. En cuanto al método corresponde a un estudio de investigación básico, de nivel correlacional y de diseño descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 176 pacientes y la muestra obtenida de manera probabilística fue de 123 pacientes.

La técnica utilizada fue la encuesta, realizada a través de dos cuestionarios, uno para recolectar la información respecto a la variable calidad de atención, adaptado de Ramírez y Álvarez (2015) y el segundo el cuestionario de percepciones y expectativas Servqual. En los resultados, se encontró que el 63,4% están “muy satisfechos” y que la calidad es considerada como “muy buena” por el 76,4%. Y respecto a las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, de la variable calidad de atención. Todas fueron consideradas como “muy buena”.

Llegando a la conclusión que existe una relación moderada directa, estadísticamente significativa entre la satisfacción del usuario externo y la calidad

de atención odontológica en la clínica dental Spa San Antonio en el año 2018. Con un Rho-Spearman = 0,443; y un P- valor= 0,000 < 0,05.

**Palabras Claves:** Satisfacción del usuario externo, calidad de atención

## ABSTRACT

This research paper stems from observing that, in dental offices, dental clinics and in most health facilities that provide similar services, two commonly linked aspects that are the satisfaction of external users or patients are not known and on the other hand the quality of dental service that is provided in it.

The objective was to determine the relationship between the satisfaction of the external client and the quality of dental service of the dental clinic "Spa San Antonio" in 2018. Regarding the method corresponds to a basic research study, correlational level and design descriptive correlational. The population consisted of 176 patients and the sample obtained in a probabilistic manner was 123 patients.

The technique used was the survey, conducted through two questionnaires, one to collect information regarding the variable quality of care, adapted from Ramírez and Álvarez (2015) and the second the Servqual perceptions and expectations questionnaire. In the results, it was found that 63.4% are "very satisfied" and that quality is considered "very good" by 76.4%. And regarding the dimensions: tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy, of the variable quality of care. All were considered "very good."

Coming to the conclusion that there is a moderate, statistically significant direct relationship between external user satisfaction and the quality of dental care at the Spa San Antonio dental clinic in 2018. With a Rho-Spearman = 0.443; and a P- value = 0.000 <0.05.

**Key words:** Satisfaction of the external user, quality of attention.

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La clínica Dental Spa San Antonio fue creada en el año 2010, por los actuales dueños, cirujanos dentistas, Javier Salazar Lazo y Jessica Soria Villanes, quienes son también los responsables de los principales servicios odontológicos que ahí se brindan. Esta clínica nació como parte de un proyecto emprendedor con la idea de brindar a los pacientes una atención especializada en un ambiente de confort y distracción diferente a un consultorio convencional mejorando así la calidad de atención, implementando para ello ambientes donde se puede percibir un ambiente de Spá

Sin embargo, en la mencionada clínica como en la mayoría de establecimientos de salud que brindan similares servicios, no se conocen con certeza dos aspectos comúnmente ligados que son la satisfacción de los clientes externos, es decir de los pacientes y por otro lado la calidad de servicio odontológico que en ella se brinda. Por ese motivo ahora después de ocho años

y de acuerdo a su crecimiento y posicionamiento, se consideró necesario conocer la percepción que tienen los pacientes de dicha clínica con el fin de poder asegurar el mejoramiento de la calidad de los servicios a sus clientes.

A todo esto, se suma también que todo establecimiento de salud, debe estar interesado en brindar servicios de calidad, al respecto Stoner dice que la calidad de servicios es alcanzar el éxito de los altos beneficios posibles en la atención con los mínimos riesgos para el usuario, y cuya rentabilidad está en función de la factibilidad de los recursos, con los que se cuenta para proporcionar el servicio <sup>1</sup>. Además, la calidad según la OMS, debe considerar, un elevado grado de excelencia profesional, el uso eficaz de los bienes, el mínimo peligro para los pacientes, un elevado nivel de satisfacción de parte de los usuarios, y la impresión final de la salubridad <sup>2</sup>. Por todo esto nació el interés por conocer el vínculo entre la satisfacción del cliente de afuera y la calidad de servicio en la clínica dental Spá San Antonio, para estar a la vanguardia de la forma actual de brindar servicios de salud.

Por consecuencia la presente investigación tuvo el propósito de relacionar la satisfacción de los usuarios con la calidad de servicios odontológicos, brindados en la clínica dental Spá San Antonio de la ciudad de Huancayo en el año 2018.

Por todo lo mencionado se presentó la siguiente:

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológica en la clínica dental Spá San Antonio de Huancayo en el año 2018?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológica de la clínica dental Spa San Antonio en el año 2018

### **1.3.2. Objetivos específicos**

1. Identificar las características respecto al sexo y la edad de la muestra considerada de la clínica dental Spa San Antonio en el año 2018,
2. Identificar la satisfacción del usuario externo, percibida por los pacientes en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018
3. Identificar la calidad de atención odontológica percibida por los pacientes en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
4. Identificar la dimensión elementos tangibles de la variable calidad de atención odontológica percibida por los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

5. Identificar la dimensión fiabilidad de la variable calidad de atención odontológica percibida por los pacientes de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
6. Identificar la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio odontológico percibida por los pacientes de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
7. Identificar la dimensión seguridad de la variable calidad de atención odontológica percibida por los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
8. Identificar la dimensión empatía de la variable calidad de atención odontológica percibida por los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
9. Determinar la relación entre la satisfacción del usuario externo y los elementos tangibles en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
10. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la fiabilidad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
11. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la capacidad de respuesta en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
12. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la seguridad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

13. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del paciente externo y la empatía en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

## **1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO**

### **1.4.1. Justificación teórica o científica**

Desde la formación académica del pregrado suelen ser nulos y escasos los conocimientos de cómo desarrollar estrategias de gestión para emprender una clínica o consultorio dental, eso hace que el inicio del ejercicio profesional como cirujano dentista sea de alguna manera informal, influyendo directamente en la calidad de atención que se le brinda al paciente. Por este motivo, la justificación teórica estuvo en el propósito planteado que fue conocer la satisfacción de los usuarios de la clínica dental Spá San Antonio, como también la percepción acerca de la calidad brindada por dicha clínica, aspectos que al conocerlos van a permitir mejorar la calidad de servicio de la mencionada clínica.

### **1.4.2. Justificación metodológica**

La justificación metodológica responde a la aplicación del diseño correlacional que se empleó en la presente investigación, de tal modo que los que gerencian consultorios dentales, centros odontológicos o clínicas dentales, puedan comprender que la aplicación y utilización de este tipo de metodologías ayudan a identificar y relacionar aspectos básicos de la satisfacción y la calidad a partir de la percepción de los

pacientes para que puedan implementar planes de mejora de negocio, e influenciar directamente en la calidad de la atención que se brinda a los pacientes, y asegurando incluso el incremento y fidelización de la clientela.

#### **1.4.3. Justificación social**

La justificación social es inherente en trabajos de investigación que consideren aspectos que beneficien a las personas, la calidad de atención se ve reflejada en la satisfacción, y esta se traduce en el bienestar de las personas en esta oportunidad que son atendidos en la clínica dental donde se realizó la investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

##### **Antecedentes Nacionales**

En cuanto a antecedentes encontrados en el ámbito nacional, tenemos en primer lugar a Mamani A,<sup>3</sup> en el año 2017, quien en su tesis tuvo la finalidad de establecer el nivel de satisfacción de los usuarios en relación a la calidad de servicio odontológico otorgada por el recinto de Salud Salcedo, Minsa, Puno-2017. Respecto a la metodología fue un estudio descriptivo no experimental, transversal; su población fue de 60 usuarios del servicio de odontología de dicho centro, aplicó una encuesta conformada de 40 preguntas con aspectos relacionados a: la atención técnica, la relación interpersonal, la accesibilidad y el ambiente de servicio. En sus resultados encontró un nivel de satisfacción alto en (81,7%) y medio en (18,3%). En la atención técnica: (66,7 %) satisfechos, en relación interpersonal: (56,7%) satisfechos, en accesibilidad: (66,7%) satisfechos en cuanto al ambiente de atención: (51,7 %) satisfechos, respecto a

la calidad de servicio odontológico llegó a la conclusión que la mayoría de los pacientes muestran un alto nivel de satisfacción (81,7 %) en el establecimiento de Salud Salcedo, Minsa, Puno – 2017.

Así también Herrera J,<sup>4</sup> en el año 2017, en la tesis denominada: Satisfacción de los clientes externos y calidad de servicio odontológica en un recinto de salud, consideró el objetivo de precisar el vínculo entre satisfacción del cliente externo y calidad del servicio odontológico. Trabajó con una población conformada por los clientes externos que acudieron a la atención odontológica en el Centro de Salud de Chorrillos entre abril y mayo haciendo un total de 110 pacientes. Los resultados muestran que las dos variables son estadísticamente significativas, la frecuencia más alta de 42,7% para satisfacción. Determinó que se halló vínculo entre la satisfacción del cliente externo y la calidad de servicio odontológico en el centro de salud “Delicias de Villa” Chorrillos, 2017 con un  $p=0,000<0,05$ , y un grado de vinculación de débil a moderado y una  $r: 0,406$ .

Tomando en cuenta a Chávez C,<sup>5</sup> en el año 2016, quien en su tesis tuvo la finalidad de evaluar la calidad de servicio en odontología de la Universidad de San Martín de Porres Lima 2016. En cuanto a su metodología fue una investigación descriptiva transversal, en el mes de abril del 2016, se incorporaron a los usuarios de la especialidad de carielogía y endodoncia de la clínica especializada, haciendo en total una muestra de 100 pacientes, que recibieron tratamiento de endodoncia, se utilizó el programa Excel y SPSS V23

y a encuesta fue el Servqual y las normas del Ministerio de Salud (Minsa) a través de una lista de cotejo.

En cuanto a los resultados del Servqual, las dimensiones de confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y bienes tangibles, alcanzaron el valor de excesivamente bueno. En relación a la normativa dada por el Ministerio de Salud (Minsa), en forma genérica sí efectúa con los requisitos básicos de un recinto de categoría I-3. En cuanto al tiempo, un 93% esperó de 0 a 15 minutos para atenderse; durante el tiempo de atención, 88% de los usuarios fueron recibidos en más de 180 minutos; el 99% de los pacientes consideró que sí resolvieron su problema. Llegó a la conclusión que la calidad de prestación en el Servicio de Odontología de la Universidad de San Martín de Porres, según la escala de Likert, era al extremo buena <sup>5</sup>.

También encontramos a Córdova D, *et al.* en el año 2016 <sup>6</sup>, respecto a la Satisfacción de los usuarios que asisten a la clínica odontológica de la Universidad de San Martín de Porres, Chiclayo, 2015, plantearon el propósito de establecer el grado de satisfacción de los usuarios. De acuerdo a su metodología fue una investigación no experimental, descriptiva, prospectiva y transversal, ejecutada en 60 usuarios de la Clínica Odontológica de dicha universidad -Filial Norte; Se aplicó un cuestionario que fue anteriormente validado. Se halló: en cuanto al grado de satisfacción de los usuarios que el 76,7% lo cualifica como buena y el 23,3% regular. La conclusión es que la atención que proporciona la Clínica Odontológica de la Universidad de San Martín de Porres evaluada por los usuarios fue buena, en calidez como en la

calidad del servicio. Y en tanto al grado global de satisfacción la reconocen como buena.

Ahora en la tesis de Vergara B,<sup>7</sup> en el año 2014, sobre Diseño de indicadores de la administración de la calidad de un servicio de odontología, estableció el objetivo de examinar los indicativos de gestión de la calidad del servicio de Odontología del Hospital de la Solidaridad de Surquillo, Lima. En cuanto a la metodología fue un estudio de diseño no experimental transversal. La muestra estuvo constituida por 170 pacientes, el instrumento fue el SERVQUAL siendo confiable y válido. Se procesaron los datos con el programa SPSS versión 21. Los resultados fueron para el grado de apreciación física del Servicio se alcanzó una valoración alta con un 90%, en el grado de prestación fue alto en un 95,9%, en la velocidad de servicio fue 91,2% alto, en la escala de seguridad alcanzó un puntaje alto en el 95,3%, y en el grado de empatía el 56,5% fue elevado. Llegó así a la conclusión que los grados de percepción física, prestaciones de servicio, velocidad de servicio y seguridad obtuvo un grado alto y solo el grado de empatía fue medio.

Se tiene también la investigación realizada por Salazar G,<sup>8</sup> en el año 2006, respecto a la calidad de servicio en usuarios atendidos en dos clínicas odontológicas particulares de Lima Metropolitana, trabajó con una muestra de 60 usuarios. Empleó el Servqual adaptada al área odontológica, por medio de la diferencia de expectativas y apreciaciones de satisfacción. Los frutos dieron que en la clínica dental A, las dimensiones aspectos tangibles y empatía lograron las puntuaciones más bajas, en tanto que la dimensiones fiabilidad y

seguridad alcanzaron las puntuaciones más altas, de las cinco áreas o campos evaluados. Y en la clínica B, las dimensiones seguridad y empatía alcanzaron las puntuaciones más bajas, en tanto las dimensiones aspectos tangibles y fiabilidad obtuvieron las puntuaciones más altas.

Finalmente, Robles A,<sup>9</sup> en el año 2004, en Chimbote, tuvo el propósito de estimar la calidad del servicio en la clínica denominada “Robles”, a través de la apreciación de los usuarios externos, trabajó con una muestra de 232 y el instrumento que empleó fue la encuesta SERVQUAL variada, para medir el de satisfacción del paciente externo hallando la distinción entre expectativas y apreciaciones en las cinco dimensiones. Los productos que se hallaron fueron: que la satisfacción de la calidad de atención tuvo un 47,2% y la insatisfacción el 52,8%, los aspectos tangibles tuvieron el mayor nivel de insatisfacción de tenue a moderada en un 54,8%; la seguridad tuvo el mayor estándar de satisfacción con un 37,2%. La conclusión fue que la mayor insatisfacción estaba en que no se hacía fácil identificar los carteles, señalización y el catálogo de precios; y la superior satisfacción fue que los colaboradores de dicha clínica inspiraban seguridad en los usuarios.

### **Antecedentes Internacionales**

Y entre los antecedentes encontrados en el ámbito internacional se tiene a Miranda J, *et al*,<sup>10</sup> en el año 2014, quienes investigaron con el objetivo de averiguar la categoría o nivel de satisfacción en el servicio odontológico de las clínicas Odontológicas Periféricas de la UJAT, utilizando las dimensiones de calidad de Donabedian Avendis. Aplicaron un estudio exploratorio,

descriptivo, transversal. Trabajaron con una muestra de 200 pacientes en un periodo de 3 meses en la Clínica Juchiman. Los productos fueron: rango de edad más sobresaliente de 15 a 35 años con un 51,5 %. El 64 % fueron usuarios asiduos y el 36 % por primera vez. Respecto al tiempo de espera más frecuente fue de 0 a 15 minutos con 43 %, la espera para el servicio del odontólogo fue de 0 a 15 minutos en un 61,5 %.

La percepción de los pacientes fue la siguiente, en higiene de servicios sanitarios 30,5 % de aceptación, requisitos mecánicos de unidades dentales apropiadas el 33 %, la confianza que le inspiró el dentista 52,5 % de acuerdo, la amabilidad del dentista fue el 51,5 % de acuerdo, el 61,5 % estuvieron satisfechos con los resultados de sus tratamientos y las expectativas del tratamiento 67 % de aceptación (15). Llegaron a las conclusiones que los usuarios evidencian un nivel aceptable de los servicios en la clínica <sup>10</sup>.

Así mismo, Lopez J, *et al*,<sup>11</sup> en el año 2013, en el artículo: Determinantes de la satisfacción en el servicio odontológico en un grupo de usuarios atendidos en la Clínica del Adulto de la Facultad de Odontología de la Universidad de Antioquía; tuvieron el objetivo de explorar los factores influyentes en la aceptación de la atención recibida. Fue un estudio exploratorio cuantitativo y cualitativo a través de un sondeo telefónico a 55 usuarios y ocho entrevistas a fondo. Producto de ello el 78% fueron mujeres de 55 años de edad a más y de estratos socioeconómicos bajos. Llegaron a la conclusión que fue positiva la estimación del servicio debido a la atención pertinente, manejo de los docentes y alumnos, y los requisitos físicos del ambiente.

La tesis de Gil C. y Montenegro H,<sup>12</sup> en el año 2012, acerca de la calidad en la atención de los servicios odontológicos en la ESE, Municipio de Turbaco, Cartagena, asociado a la satisfacción del paciente y capacidad instalada. Evaluaron instalaciones físicas y los equipos, el trato humano, la oportunidad y la percepción de la calidad. En cuanto a sus resultados encontraron la satisfacción de los pacientes en cuanto al manejo humano y la no satisfacción respecto a las instalaciones físicas, los instrumentos y los insumos. También se manifestó un insuficiente estado de la capacidad instalada, basada en parámetros normativos. Destacando que la infraestructura no es idónea para asegurar la calidad de servicio como compete a los pacientes de salud. Concluyeron entonces que los pacientes se hallan complacidos con la atención de odontología.

Por último, Fernández A,<sup>13</sup> en el año 2008, en su investigación “Gestión de calidad en servicios odontológicos”, señaló que no es suficiente asumir que los procesos tienen calidad satisfactoria. Se debe garantizar que la atención odontológica debe ser médicamente útil. Y que una aproximación al establecimiento de objetivos de calidad es la “evaluación del desempeño global sobre los resultados de situaciones clínicas específicas.” Y ante la interrogante ¿Qué es lo que esperan los pacientes del Servicio?, se considera que esperan un trato cordial, cupo para el tiempo que requieren atención, la ejecución adecuada de los turnos, que las directrices sean apropiadas y escritas, que las evaluaciones sean eficaces y de mayor estimación diagnóstico, que los procedimientos sean efectivos y que se respete la confidencialidad.

## **2.2. BASE TEÓRICA**

### **2.2.1. Satisfacción del usuario**

Varios autores <sup>14-16</sup> en estudios acerca de la satisfacción explican que las realidades son dañadas de forma directa por la percepción. Y que la satisfacción tiene elementos ligados a aspectos que no solo afectan a los usuarios externos sino también a los colaboradores de salud. Que el agrado o satisfacción es saciar expectativas de los usuarios. Que se ve a lo largo del periodo, en sus avances y en el estudio de sus diferentes aspectos. Es así que la satisfacción viene a ser la evaluación personalizada que perciben los usuarios externos, ante el uso de servicios o de productos intangibles. La satisfacción es percibida por las peculiaridades específicas de los elementos intangibles y son también una especie de respuestas emocionales.

Otra opinión es la que explica que la satisfacción es aquella respuesta que brinda el usuario respecto a los elementos intangibles o servicios <sup>15</sup>.

La satisfacción del paciente son también esos resultados relevantes brindados al paciente, para dar una atención de buena calidad. La satisfacción del paciente puede influenciar en los siguientes aspectos: modo para que el usuario acceda o no al servicio, lugar a donde asiste para ser atendido, modo de disponibilidad para hacer los pagos por los servicios que se brinda, modo de cumplir con las orientaciones del proveedor de los servicios, modo que el paciente tenga iniciativas de

regresar o no al proveedor, y modo en que el usuario recomienda o no los servicios a otras personas <sup>16</sup>.

Por lo tanto, la satisfacción de los pacientes va depender eternamente de las oportunidades que se le brinde para una calidad de atención y también con las perspectivas que ellos tengan. Por ello puede quedar contento siempre y cuando la atención que necesite, sean cubiertos o supere sus perspectivas. Y si sus expectativas son inferiores o si tiene entrada limitada a esos servicios entonces podrá quizás considerar, que lo brindado sea relativamente eficiente.

### **2.2.2. Rendimiento percibido**

Es el cumplimiento acerca de la estimación que el paciente o cliente alcanza después de la atención recibida:

- Se guía desde el sentido del paciente y no desde la institución.
- Orientada en los resultados que logra el paciente después de la atención.
- Basada en las apreciaciones de los usuarios, no siempre coincide con lo real.
- Son opiniones dadas por el colectivo y que influye en los usuarios directa o indirectamente.
- Es cómo se sienten los usuarios y su forma de comprender.
- Rendimiento que percibe y resulta muy amplio para evaluar

Por eso el rendimiento percibido viene a ser el resultado que se obtiene de un servicio, basado en apreciaciones, y depende del curso de

ánimo, bienestar que sienta el paciente, y que puede influir en otras personas para transformar sus estados de ánimo.

### **Las expectativas:**

Las expectativas vienen a ser los resultados que desea alcanzar el paciente, y pueden generarse debido a situaciones y/o circunstancias diversas. Pueden ser también los acuerdos que ofrecen los propios competidores.

Depende también si las perspectivas son muy inferiores, por lo general suelen ser deficientes para muchos pacientes; pero si las expectativas son elevadas, los propios pacientes se sentirán defraudados luego de la inversión o por la obtención de los productos que adquiera. En este punto es interesante ver que la disminución en la satisfacción de los pacientes, no significa siempre la reducción de calidad del producto o de la atención brindada.

En muchos sucesos más bien hay incremento en las expectativas de los consumidores y por lo general resulta importante supervisar gradualmente, para ver si las expectativas de los usuarios demuestran lo siguiente:

- Que se pueden dar al interior de una institución.
- Que sean idénticos y que se originen por competencias.
- Que coincidan con lo que espera el usuario y se interese en adquirir el servicio.

Por todo esto las expectativas son el cúmulo de esperanzas para tener algo que se desea; esto significa que lo que la empresa oferta tiene que efectuar los estándares del resto de la competencia siendo a veces imprescindible comunicar y hacer propaganda.<sup>15</sup>

### **Aspectos que comprende la satisfacción del usuario:**<sup>15</sup>

La mayoría de usuarios y/o consumidores suelen experimentar tres categorías de satisfacción:

- Primero la insatisfacción: producida cuando el desempeño captado del producto o del servicio logra las perspectivas propias del paciente.
- Segundo la satisfacción: se realiza cuando el desempeño captado del producto o servicio concuerda con las perspectivas que tiene el paciente.
- Y tercero la complacencia: cuando el desempeño captado exagera o sobrepasa las perspectivas del paciente.

Estas tres categorías de la satisfacción no siempre se logran las perspectivas. Lo cual implica que la satisfacción está en medio de las perspectivas que son insatisfechas y el agrado. Los pacientes casi siempre experimentan el cumplimiento de las perspectivas y por ello también un apropiado desempeño de las mismos.

### **Teorías relacionadas con la satisfacción del usuario**

Koontz y Weihrich,<sup>17</sup> en el año 2013, sostienen que la satisfacción es una respuesta de las emociones, es decir un medio evaluativo

cognoscente por el que las apreciaciones o estereotipos que tienen los clientes suelen acercarse a los objetos o productos deseados, también podrán ser las acciones o circunstancias equiparadas desde las propias valoraciones del consumidor.

Es decir, los anhelos pueden ser utilizados como una forma de medir o comparar, además los clientes pueden diferenciar las expectativas y anhelos <sup>17</sup>.

### **Dimensiones de la variable: satisfacción del usuario <sup>14</sup>**

#### **Dimensión 1: Confiabilidad**

De acuerdo a Atalaya,<sup>14</sup> en el año 1995, precisa que es la capacidad de desempeñar el servicio ofrecido de una manera inequívoca y muy precisa. Por ejemplo, cuando una institución efectúa sus ofrecimientos o compromisos de entrega, prestación de servicios, solución de conflictos y costos.

También tiene un ajustado vínculo con la calidad de la atención, pues junta particularidades como: sinceridad, honradez y autenticidad bajo circunstancias tomadas en cuenta por la institución.

Atalaya menciona a su vez que demanda tener en consideración cierto nivel de autenticidad y sinceridad en los servicios brindados. Es también cumplir con los ofrecimientos de entrega de modo infalible, exacto y también sincero.

## **Dimensión 2: Validez**

Siguiendo también a Atalaya<sup>14</sup>, dice que es la peculiaridad primordial de la atención brindada en un recinto de salud por parte del especialista de una manera eficiente y apropiada, y también es la suficiencia para lograr resultados que se anhela o que se aguarda en relación a las perspectivas de los usuarios: viene a ser el proceso por el que el investigador desarrolla instrumentos como cuestionarios con el fin de obtener evidencias. Es así que la validez es la característica principal de lo eficaz y lo correcto. Este artífice puntualiza la validez como una particularidad de un servicio o producto, sin embargo, para ser consistente debe existir correspondencia entre el resultado esperado por el usuario y la expectativa que tiene el mismo.

## **Dimensión 3: Lealtad**

Tomando en cuenta el enfoque de Ouchi (citado por Koontz y Weihrich)<sup>17</sup> en el año 2013, la lealtad está enlazada a la confianza; en sí son las estimaciones que no pueden ignorarse en la mente, se logra mediante la experiencia, y puede constituirse en parte de la personalidad de la institución.

De acuerdo a Ouchi los vínculos entre sujetos y organizaciones se afianzan más en cuanto se perciba un ambiente apto y su virtud se evidencia en la seguridad, que se maneje; y que se puede mirar debajo de la imperceptible hilera del iceberg burocrático, La lealtad en la mente

japonesa es un fundamento indispensable para toda empresa u organización <sup>17</sup>.

La lealtad para Atalaya es un distintivo o signo que los gerentes o cabecilla eligen para ser distintos, y se construye cuando estos asisten a sus propios colaboradores fortaleciendo vínculos fuertes y francas, se puede decir que es un trato que tienen los mismos clientes con su institución, en la medida que sus prioridades sean plenamente resueltas, es el nivel por el cual un profesional o personal de salud interioriza su identificación con la institución, claro está que de todos modos la fidelidad es parcial, se interpreta que en algún época de nuestra existencia se pueden experimentar problemas. Para finalizar, también es la lealtad que es el espíritu que toda empresa busca tener <sup>14</sup>.

### **2.2.3. Calidad de servicios**

#### **a) Definición de calidad**

Varios autores <sup>18,19</sup> utilizan la palabra calidad en una extensa diversidad y campos distintos, desde la óptica del comprador, la calidad estaría asociada con su estimación, uso e incorporación del precio. Desde la óptica del que lo produce, la calidad está asociada con el bosquejo y creación de los productos en cuanto satisfaga las necesidades de los clientes, por ello la calidad es precisada por el usuario como también por lado del creador. Por ello lo definen como “que tan adecuado es para el uso”; aunque encontramos también otras definiciones:

- Calidad como resultado de la comparación entre expectativas y percepciones <sup>19</sup>.
- Consiste en satisfacer las demandas de los clientes <sup>19</sup>.
- Grupo de aspectos que complacen los menesteres de los consumidores<sup>19</sup>.
- Es sobrepasar los menesteres y perspectivas de los usuarios en el tramo de toda la existencia del bien ofertado <sup>19</sup>.
- Stoner, *et al.* en el año 1996, dice que calidad es una concepción muy complicada y se ha transformado, siendo mundialmente muy atractivo en el enfoque de la administración. Es así que la concepción de “calidad”, se encamina más allá de inventar un artículo de calidad suprema a la talla y que tenga un acertado precio, sino que es también alcanzar productos y servicios que cada vez sean superiores, con precios idóneos por eso es realizar las cosas bien desde un inicio, evitando incurrir en fallas para luego enmendarlos <sup>1</sup>.

Las concepciones coinciden en que la calidad está en relación a la apreciación del usuario <sup>19</sup>.

Es también alcanzar los altos beneficios del servicio con los mínimos riesgos para el usuario. Rentabilidad que se determina en base a lo que se pueda alcanzar con los medios con los que se tiene para dar el servicio <sup>1</sup>.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) <sup>20</sup> conceptualiza a la calidad en los servicios, refiriéndose que es su obligación estar presentes en las siguientes características:

- Mayor nivel de la magnificencia profesional.
- Eficiente utilización de los materiales.
- Minimización de peligros para los pacientes.
- Mayor nivel de complacencia de los pacientes.
- Impacto que tiene final sobre la salud.

Esto compromete, simplificar y fomentar en lo posible que los sujetos acrecienten sus capacidades haciendo su labor cada vez más sobresaliente y de una forma más sencilla. Pero buscar en el mismo momento desarrollar el factor humano que son el recurso primordial de toda organización. La calidad no se construye con una simple determinación, sino que se guía y se cosecha en cada parte o área de toda institución, con la intervención activa sus colaboradores, desde el encargado de la puerta hasta el que está en la dirección <sup>21</sup>.

#### **b) Calidad en la atención odontológica**

La calidad dada en los consultorios dentales se ha transformado en un menester importante en los profesionales de salubridad en el campo privado y público. La conceptualización de calidad en servicio odontológico debe estar enmarcado en cinco componentes importantes: la excelencia del especialista, la utilización eficiente de

materiales, el menor peligro para los pacientes, el grado elevado de complacencia y la impresión final que poseerá en la salud <sup>22</sup>.

Hay escasas investigaciones que definan calidad odontológica y es que se asume que, al discutir del servicio médico, el servicio odontológico queda tácito. Pero es indispensable abordar la calidad en odontología que tiene sus características y particularidades propias <sup>22</sup>.

Para Donabedian,<sup>23</sup> en el año 1998, la calidad médica tendría de modo muy genérico tres capacidades primordiales:

- La definición técnica de atención.
- El elemento de interrelación personal sustancial a la propia atención.
- Elemento del entorno o espacio físico en donde se desarrollará dicho cometido.

La capacidad técnica es la administración de la ciencia y tecnología odontológica para reportar el mayor provecho a la salud del usuario y así minimizar los riesgos <sup>24</sup>.

La dimensión interpersonal son las características cualitativas de las relaciones humanas establecidas entre los profesionales de salud, y en conjunto también con las demás personas de su equipo y con el paciente <sup>25</sup>.

Y la dimensión interpersonal manifiesta el desempeño del odontólogo, es también la manera de actuación definidos por la ética médica y la ética general <sup>26</sup>.

Ahora bien, en cuanto a definiciones de ¿qué es la calidad? Encontramos que es: lo que se espera obtener (expectativa) y lo que se obtiene finalmente (satisfacción), tanto por el paciente como por el profesional, y en la magnitud que se aproximen o encajen representará la calidad. No es equivalente de mejor técnica, mejor acuerdo, menor precio, mayor número de tratamientos, de rapidez, de solucionar problemas de los clientes, de la capacidad técnica y moral del especialista, sino más bien la suma de todos estos componentes y cuantiosos más <sup>26</sup>.

La buena técnica genera que cada trabajador otorgue un apropiado servicio a todos los pormenores que se requieren en el manejo fiable y eficaz. Es así que en la odontología de calidad dependerá de la lealtad, entendimiento y competencia que adquiera el personal odontológico, incluido por el odontólogo, los asistentes dentales y el técnico dental <sup>2</sup>.

Eso sí la directiva en esta relación del odontólogo y el usuario debe estar en manos del profesional, buscando una participación activa de los pacientes para resolver la situación de salud, por ello si esto se logra, pues entonces se estará mejorando sustancialmente la calidad de atención <sup>25</sup>.

Cuando se profundice en estas causas que fijan el crecimiento de la dimensión interpersonal y que se administre en la práctica odontológica se superará el límite entre la dimensión genuinamente técnica y la dimensión interpersonal del servicio, entonces se hablará de una práctica odontológica con un inherente grado científico y técnico global porque el especialista estará mejor preparado para aproximarse a la dimensión humana de los usuarios <sup>25</sup>.

Y la tercera dimensión la satisfacción del usuario, se refiere al ambiente donde se desenvuelve el servicio, como son el confort, facilidades que se dé al paciente para el proceso de atención. Así como una consulta grata con privacidad; tiempo breve de aguardar, eficaz y con prontitud en el área de ingreso, accesibilidad a la atención y a los estudios diagnósticos y de rehabilitación indispensables, todo esto conforman los elementos importantes en la calidad del servicio, pues hacen que el usuario sienta un clima de agrado y sosiego, porque percibe que la totalidad, tanto lo tangible como lo colectivo que lo circunda está para complacer sus exigencias <sup>21</sup>.

Pero una excelente relación interpersonal entre odontólogo y paciente no puede solo depender de su bienestar o viabilidad del medio. El especialista junto con su personal son los encargados de la victoria en la correspondencia profesional-usuario, para ello

su responsabilidad es poner todos los conocimientos, destrezas y entrega personal y desarrollar situación grata, propiciando complacencia y seguridad incluso en las condiciones más complicadas del ejercicio dental <sup>21</sup>.

### **c) Evaluación de la calidad en la atención odontológica**

Es vital hacer una estimación de la calidad que se brinda en el servicio odontológico, porque se puede evaluar un plan o una marcha para emitir un discernimiento respecto del grado de éxito que se debe alcanzar en metas predeterminadas. Esta evaluación permite saber en qué estamos errando, para poder administrar castigos apropiados y otorgar así un mejor servicio <sup>27</sup>.

Blumenthal (1996) dice que la calidad técnica en un servicio tiene 2 capacidades: lo adecuado del propio servicio prestado y la pericia con que dicho servicio adecuado se realiza. La calidad superior es “hacer lo correcto correctamente”. Lo preciso es que el especialista tome determinaciones correctas acerca del servicio que brinda a cada usuario “toma de decisión de alta calidad”, y para eso necesita agudeza, cordura y práctica: “desempeño de alta calidad” <sup>28</sup>.

El enfoque sistémico de Donabedian, aceptado en forma generalizada. Calcula considerando a 3 elementos fundamentales: estructura, proceso y resultados <sup>23</sup>.

**Estructura:** cantidad y cualificación de los trabajadores, equipamiento y herramientas utilizables, requerimientos financieros e instalaciones y otros requerimientos materiales, las normativas y reglas existentes, así como la enunciación de políticas y tácticas, la administración de técnicas de gobierno y de proyecto estratégico. Esto se llama insumos o ingreso, y se menciona a todas las peculiaridades o cualidades organizativas y al material que tienen relativa estabilidad en el tiempo <sup>23</sup>.

**Proceso:** Actividades realizadas en la atención y para garantizar la ejecución del mismo proceso. Están no sólo las acciones realizadas por el personal de salud -con destrezas y habilidades, sino también lo que puedan hacer los propios pacientes <sup>23</sup>.

**Resultado:** Es el efecto que se obtiene del procedimiento del servicio y que repercute con la transformación en su condición de salud del paciente. Implica estudiar la categoría de impacto; la ejecución de las señales, pagos realizados; la complacencia del usuario, prestadores y decisores <sup>28</sup>.

La evaluación de la calidad entonces se construye de un cuerpo de conocimientos sobre la relación existente que se da en organización, desarrollo y productos. Y una figura fundamental a tener presente para estimar la calidad es la complacencia y perspectiva de los propios usuarios y prestadores de la atención,

porque en cuanto se devuelva al usuario sus actividades vitales y belleza éste se encontrará plenamente dichoso de su labor <sup>21,22</sup>.

#### **d) Expectativa de la calidad**

Es la posibilidad de ocurrencia de algún suceso. Olson y Dover (1979) lo precisan como "La creencia de parte del consumidor acerca de los atributos de un producto o desempeño de este en un tiempo en el futuro" <sup>29</sup>.

Son también los prejuicios o estereotipos que tienen los sujetos en relación a la naturaleza de los sucesos venideros y que predominan en sus determinaciones actuales <sup>30</sup>.

Son dos las escalas de perspectivas de atención:

- Escala deseada: Evidencia la atención que el usuario está esperando obtener. Combina lo que él cree que será y debe lo que es.
- Escala apropiada: es lo que el usuario halla como admisible, en parte es una actividad de lo que el usuario considera que será la atención, osea sería su escala vaticinada <sup>31</sup>.

Las expectativas proceden muchas veces de fuentes sociales, es decir de la demostración de ventas y de la propaganda <sup>32</sup>.

Y puede tener cuatro niveles:

- La presencia del desarrollo de interrelación personal entre la brigada odontológica y los usuarios.
- La presencia de la apreciación del dominio técnico del especialista-equipo que los usuarios tengan.
- Requisitos del lugar donde se otorga el servicio, y el nivel de aproximación a la misma.
- La presencia de valores éticos del especialista evidenciados en el cumplimiento de la ética médica y general <sup>21</sup>.

**e) Escala SERVQUAL <sup>33</sup>**

La escala SERVQUAL es la más empleada para evaluar calidad, además obtiene validez y demostrado en la medición de calidad de atención, tiene un alfa de Cronbach de 0,89. Compara las perspectivas con la satisfacción se da través de la escala SERVQUAL y se puede establecer la calidad de la atención obteniendo la distinción en medio de las perspectivas y satisfacción, dando valores a ambos por medio de un sondeo de 22 preguntas, que están fraccionados en 5 capacidades que son: componentes tangibles, fiabilidad, capacidad de resolución, seguridad y empatía:

## **Dimensiones de la Variable: Calidad de Atención**

### **Dimensión 1: Elementos Tangibles**

Son la presencia de las instalaciones físicas, trabajadores, máquinas, equipamiento, artefactos, técnicas, prácticas, directrices, equipos de comunicación y artículos intermedios, materiales e insumos, instrucciones, etc <sup>33</sup>.

Para Parasuraman (1988): esta dimensión evalúa la calidad respecto al simple aspecto de infraestructura, suministro, requerimiento humano y herramientas es decir desde la percepción óptica, por ello es imprescindible preservar óptima las circunstancias de la organización.

Para Zeithman, Valerie y Bitner,<sup>34</sup> en el año 2002, la realidad son los elementos innatos que perciben los sentidos. Por ejemplo, se puede ilustrar mejor esta evaluación cuando los objetos requieran de tácticas a extensos periodos de conservación o localizarlas en recintos filiales.

### **Dimensión 2: fiabilidad**

Es ejecutar la atención de manera confiable y correcta, por parte del personal asignado para ello. Es la sinceridad y convicción de la naturalidad de la atención brindada. Posibilidad de una buena articulación del servicio o producto <sup>33</sup>.

Para Zeithman, *et al*,<sup>34</sup> en el año 2002, es el talento para desempeñarse de forma segura y detallada cumpliendo ciertos roles como, por ejemplo: prestar una adecuada atención, resolver dificultades y que el monto sea adecuado y de efectuar con todo lo ofrecido.

Sintetizando, la confiabilidad es la competencia que se posee para reconocer dificultades que se suscitan en una organización, es la exigencia de disminuir los errores, eludir los peligros, para desarrollar los procedimientos, y su implicancia en el suministro de artículos, brindando así una atención tal como se prometió. Y está relacionada con la garantía del artículo es decir de igual manera, avala la aplicación de los propósitos de la institución

### **Dimensión 3: Capacidad de Respuesta**

Viene a ser la reacción ante cualquier impedimento o contingencia que puede ocurrir antes o en pleno servicio. Es la actitud y la intención que tienen los trabajadores para colaborar a sus usuarios proporcionando una atención breve <sup>33</sup>.

Es también los recursos que el especialista posee frente a una dificultad posterior a la atención. Va incorporado siempre a la intención del especialista, y constituye un soporte esencial para los pacientes, garantiza a su vez brindar un servicio efectivo y rápido.

Según Parasuraman.<sup>33</sup> en el año 1988, considera a esta capacidad como la habilidad de asistir al usuario externo a fin de acceder a un servicio rápido.

#### **Dimensión 4: seguridad**

Viene a ser la certeza, la gentileza, el discernimiento cierto y transparente sobre algo y que inspira certidumbre y verosimilitud<sup>33</sup>.

Para Zeithman, *et al*,<sup>34</sup> en el año 2002, la convicción es un punto vital en la calidad de servicio, porque representa el entendimiento individual de los colaboradores, y se manifiesta en la amabilidad, y en el empleo de cualidades interpersonales que alcanzan dar confianza y energía positiva. Estos autores resaltan en la seguridad la importancia que se debe tener en la calidad de servicio y en todos sus procedimientos.

En este sentido y asumiendo la mención de Zeithman, *et al*,<sup>34</sup> en el año 2002, La confianza sería la cualidad, habilidad y actitud para transmitir testimonio acerca de todas las prestaciones que se otorgan, pero de forma rápida, simple, asequible y transparente. De esta manera es brindar seguridad a los pacientes para complacer sus requerimientos. La OMS,<sup>20</sup> en el año 2007, también dice que la seguridad es la génesis primordial interna de la calidad de servicio porque se da una mayor escala de riesgo en muchos procedimientos de salud.

## **Dimensión 5: Empatía**

Reconocimiento cognitivo y afectivo entre una persona y la condición emocional de otra. Es el servicio personalizado y dedicado que brinda la institución a todos sus usuarios <sup>33</sup>.

Según Fernández, López y Márquez,<sup>35</sup> en el año 2008, la empatía “es la predisposición interna que tienen las personas frente a otras, ya sea desde la perspectiva social, planteando una emoción que no emerge mucho de la persona si no que por lo opuesto es caracterizado por la situación o contexto de manera global y multidimensional”.

Y se puede reconocer cuatro partes elementales:

- Empatía cognitiva-afectiva de signo negativo: se manifiesta en procesos cognoscitivos que sitúan en curso los procesos afectivos y crea un estrés empático. Evidencian una forma de desengaño e incapacidad y enojo manifestado por los usuarios. Entonces pudiendo ser manifestada en una respuesta cognitiva-afectiva considerada como un estado emocional negativo que puede transformarse en un psicosocial <sup>35</sup>.
- Empatía cognitivo - afectiva de rasgo emocional positivo: activa los mecanismos afectivos positivos un ejemplo de ello sería: el júbilo empático. Es el nivel intra-personal de varios estados afectivos, como el agrado y la soberbia <sup>35</sup>.

- Contagio emocional: distingue lo afectivo y la aceptación de diversas apreciaciones. E imposibilita a los sujetos “ubicarse en vez del otro” y así comprender que es lo que en verdad siente. Suele ser una modificación negativa de los procesos emocionales, y en lo interpersonal tiene menor probabilidad de la conducta social y eleva más bien una conducta desadaptativa <sup>35</sup>.
- Empatía cognitiva: cuando el sujeto se halla en vez del otro, pero no como una copia a nivel afectivo con otras personas. Se da un incremento hacia las demás personas. Respecto al nivel de interrelación la facilidad de ser empático se evidencia eficazmente en la interacción social <sup>35</sup>.

Una persona empática tiene la capacidad de entender emocionalmente a otras personas, y ahí radica la clave para llegar al éxito, no solo entonces en la interrelación laboral sino también en la interpersonal <sup>35</sup>.

En cada uno de los 22 ítems se estima por medio de una categoría numeral que va del 1 para un agrado o perspectiva muy baja, hasta el valor 7 que sería un agrado o perspectiva muy elevada de la atención que se está evaluando <sup>36</sup>.

### 2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- Satisfacción del usuario externo: Son percepciones o creencias de los consumidores que suelen aproximarse al objeto o producto deseado, a través de acciones o condiciones comparadas desde sus propios valores <sup>17</sup>.
- Calidad de la atención odontológica: Logro de los mayores beneficios posibles de la atención con los menores riesgos para el cliente. Estos beneficios se definen en función de lo alcanzable de acuerdo con los recursos con los que se cuenta para proporcionar la atención <sup>1</sup>.
- Calidad: es lo que se espera recibir (expectativa) y lo que se recibe finalmente (satisfacción), percibido tanto por el cliente como por el prestador, y en la medida que se acerquen o coincidan representarán más la calidad <sup>26</sup>
- Estructura: cantidad y calificación del personal, equipos e instrumentos disponibles, recursos financieros e instalaciones y otros recursos materiales, las normas y reglamentos existentes, como también la formulación de políticas y estrategias, la aplicación de técnicas de dirección y de planificación estratégica <sup>23</sup>.
- Proceso: Actividades realizadas en la atención y para garantizar la ejecución del mismo proceso. Están no sólo las acciones realizadas por el personal de salud con destrezas y habilidades, sino también lo que puedan hacer los propios pacientes <sup>23</sup>.
- Resultado: Es la consecuencia que tiene el proceso de atención y que repercute con el cambio en el estado de salud del paciente. Incluye, análisis

del nivel de impacto; el cumplimiento de los indicadores, gastos efectuados; la satisfacción del usuario, prestadores y decisores <sup>28</sup>.

- Elementos Tangibles: Aspecto de las instalaciones físicas, personal, máquinas, equipos, herramientas, métodos, procedimientos, instrucciones, materiales de comunicación y productos intermedios, materiales e insumos, instrucciones, etc. <sup>33</sup>.
- Fiabilidad: Es realizar el servicio de manera confiable y correcta, por parte del personal asignado para ello. Es la veracidad y creencia de la honestidad del servicio brindado. Probabilidad de un buen funcionamiento de algún servicio o producto <sup>33</sup>.
- Capacidad de Respuesta: Es la reacción ante cualquier problema o eventualidad que puede ocurrir antes o durante la atención. Es la disposición y la voluntad que tiene el personal para ayudar a sus clientes proporcionando un servicio rápido <sup>33</sup>.
- Seguridad: Viene a ser la certeza, la gentileza, el conocimiento seguro y claro sobre algo y que inspira confianza y credibilidad <sup>33</sup>.
- Empatía: Reconocimiento cognitivo y afectivo entre una persona y el estado de ánimo de otra. Es la atención individualizada y esmerada que brinda la institución a todos sus usuarios <sup>33</sup>.

## **2.4. HIPÓTESIS**

### **2.4.1. Hipótesis General**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Calidad de atención en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Calidad de atención en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### **2.4.2. Hipótesis Específicas**

##### **Hipótesis específica 1**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de elementos tangibles en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de elementos tangibles en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

##### **Hipótesis específica 2**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de fiabilidad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de fiabilidad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

##### **Hipótesis específica 3**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión capacidad de respuesta en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión capacidad de respuesta en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### **Hipótesis específica 4**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión seguridad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión seguridad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### **Hipótesis específica 5**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión Empatía en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión Empatía en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

## **2.5. SISTEMA DE VARIABLES**

**VARIABLE 1: Satisfacción del usuario externo, dimensiones:**

- Confiabilidad
- Validez
- Lealtad

**VARIABLE 2: Calidad de atención, dimensiones:**

- Elementos tangibles
- Seguridad
- Fiabilidad
- Empatía
- Capacidad de respuesta



	<p>se definen en función de lo alcanzable de acuerdo con los recursos con los que se cuenta para proporcionar la atención”<sup>1</sup></p>	<p>Capacidad de respuesta:</p> <p>Seguridad:</p> <p>Empatía:</p>	<p>de</p> <p>Capacidad de reaccionar ante cualquier problema o eventualidad que ocurra previa o durante una atención.</p> <p>Es contar con el conocimiento seguro y claro de algo para inspirar confianza y credibilidad.</p> <p>Atención individualizada y esmerada que ofrece todo el centro odontológico a sus clientes.</p>	<p>Cumplimiento de servicios programados Oportunidad de la atención de urgencias Resolución de problemas Cuidado en el registro de atención (ítems del 5 al 9)</p> <p>Sencillez de los trámites para la atención Disposición para atender preguntas Agilidad del trabajo para la atención inmediata. (ítems del 10 al 13)</p> <p>Oportunidad en la respuesta a quejas y reclamos Idoneidad del personal Confianza Cumplimiento de medidas de seguridad Capacidad necesarias (ítems del 14 al 17)</p> <p>Oportunidad en la respuesta a quejas y reclamos Idoneidad del personal Confianza Cumplimiento de medidas de seguridad Capacidad necesarias (ítems del 18 al 22)</p>	<p>Ordinal</p>
--	--	--	---	---	----------------

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

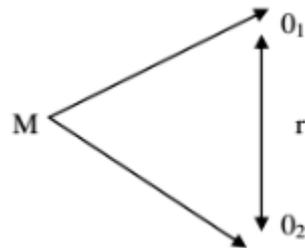
Por su tipo de estudio corresponde a una investigación tipo básica porque en realidad las variables alcanzan confluencia en un producto superior de los componentes o circunstancias que se originan al interior de una existencia complicada o una existencia eficiente <sup>38</sup>.

También de acuerdo a Hernández,<sup>37</sup> en el año 2010, el reciente estudio de investigación pertenece a un **nivel de investigación Correlacional**. Porque además se estableció el nivel o intensidad de correlación existente entre las dos variables elegidas <sup>38</sup>.

#### **3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación aplicado fue el Correlacional. Este diseño de acuerdo a Sánchez <sup>38</sup> consiste en determinar la relación entre dos o más variables otorgada por la preferencia de la muestra. En este caso se buscó la

asociación en medio de la variable satisfacción del paciente y calidad de servicio. El siguiente esquema, representa el diseño correlacional:



Dónde:

M: tamaño de la muestra de estudio.

O1: Observación de la Variable satisfacción del usuario externo.

O2: Observación de la Variable calidad de atención.

r: Relación que existe dichas variables.

### 3.3. LUGAR Y PERIODO DE EJECUCIÓN

La investigación se realizó en la provincia de Huancayo, durante un lapso de julio a diciembre del año 2018.

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

**Población:**

Pacientes atendidos en los meses de noviembre y diciembre, haciendo un total de 176 pacientes; utilizando la proyección del año inmediato anterior, es decir del año 2017, por lo cual se trabajó con una muestra representativa:

**Tabla 1. Población**

LISTA DE PACIENTES – 2017							
	DR. JAVIER		DRA. JESSICA		DR. JESÚS		
	MUJER	VARÓN	MUJER	VARÓN	MUJER	VARÓN	
DICIEMBRE	23	13	25	30	6	5	102
NOVIEMBRE	8	8	22	22	8	6	74
	POBLACIÓN DE ESTUDIO						176

**Fuente:** Clínica Dental “SPA San Antonio”

**Muestra**

**Tipo de muestreo:** En cuanto a la determinación de la muestra se empleó el muestreo probabilístico, del total de 176.

**Muestra.** - El tamaño de la muestra probabilística, se obtuvo con la siguiente fórmula, para hallar muestras en poblaciones finitas.

$$n_0 = \frac{Z^2 N.P.Q}{Z^2 P.Q. + (N - 1)E^2}$$

Donde:

N = 176 población de estudio.

p = probabilidad (0,5).

q = 1 - 0,5 = 0,5

E = Margen de error +/-5%. Probabilidad (0,05)

Z = Nivel de confianza = 1,96

Reemplazando la fórmula.

Para poblaciones finitas	
TAMAÑO DE LA MUESTRA	
Cuando: Z= 1,96	
N= 176	
P= 0,5	
Q= 0,5	
E= 0,05	
$n_0 = \frac{Z^2 N.P.Q}{Z^2 P.Q. + (N - 1)E^2} =$	<b>120,92</b>

Una vez obtenido el número total de unidades de estudio o tamaño de la muestra que fue de 121, se decidió trabajar con 123, en caso hubiera deserción de alguna unidad de estudio, y se procedió a emplear el diseño muestral.

**Diseño muestral:** aleatorio, consistió en seleccionar aleatoriamente a los pacientes que acudían a la clínica en mención, hasta llegar a los 123. Además, los integrantes de la muestra tenían que tener los principios de incorporación y separación, que se presentan a continuación:

**Criterios de Inclusión:**

- Pacientes de ambos sexos
- Pacientes adultos (mayores de 18 años)
- Persona adulta responsable del paciente menor de edad que acude al servicio de odontopediatría.
- Pacientes que acuden por primera vez a la consulta y reciban atención odontológica.
- Pacientes continuadores

**Criterios de exclusión**

- Pacientes menores de edad, que acudieran solos a la consulta
- Pacientes con algún trastorno que les incapacite poder comprender y responder al instrumento de recolección de datos.

### **3.5. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **Método:**

El método general utilizado fue el método general fue el científico, y el específico descriptivo, porque se tuvo la finalidad de observar, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de estudio, según Hernández,<sup>37</sup> en el año 2010.

#### **Técnica**

La técnica es el procedimiento sistematizado y operativo que sirve para la resolución de inconvenientes prácticos y son escogidas de acuerdo a que se investiga, al porqué, al para qué y al cómo, en el presente trabajo se empleó la técnica de la encuesta <sup>37</sup>.

#### **Instrumento**

Los instrumentos son mecanismos auxiliares para recolectar e inscribir la información obtenida y para el cálculo de la variable a investigar, se utilizaron dos cuestionarios: para la variable satisfacción se aplicaron 20 preguntas o ítems preguntas adaptado de Ramírez y Álvarez,<sup>39</sup> en el año 2015, y para la variable calidad de atención se administró 22 preguntas o ítems basados en SERVQUAL <sup>33</sup>.

#### **Procedimiento de recolección de datos**

La recolección de datos se realizó de forma directa a los pacientes que reunían los criterios de inclusión al inicio y al final de la atención odontológica brindada.

Estuvo a cargo de la recepcionista quien se encargó de orientar el relleno de los cuestionarios, el único que se rellenaba antes era el de expectativas, los otros de percepciones y de satisfacción del usuario fueron resueltos después de que el paciente fuera atendido. En caso de pacientes menores de edad la encuesta fue resuelta por los padres del menor. Dicho cuestionario fue anónimo.

### **3.6.VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS Y RECOLECCIÓN DE DATOS**

La confiabilidad se realizó por medio de la prueba piloto respectiva y utilizando el coeficiente alpha de Cronbach, hallando los valores de 0,97 para la variable Calidad de atención y 0,78 para satisfacción del paciente (Anexo N° 05). Y la validez a través del juicio de expertos.

### **3.7. PROCESAMIENTO DE DATOS**

El procesamiento de datos se hizo inicialmente en cuadros de doble entrada, en una base de datos de Excel, para posteriormente emplear la distribución de frecuencias y porcentaje, y presentarlos través de tablas de frecuencia y gráficos de barra, que permitió observar las características de la satisfacción del usuario y de la calidad de servicio.

### **3.8. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

La parte estadística correlacional e inferencial se realizó empleando la prueba no paramétrica de Rho de Spearman y el P-valor. Debido a ser variables cualitativas ordinales. Datos que fueron procesados con el paquete estadístico IBM SPSS Statistics Base 22,0.

### **3.9. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

Se utilizó el consentimiento informado, aplicado y firmado por los pacientes que participaron en esta investigación. Por lo demás la investigación no tiene otras exigencias éticas que cumplir además de salvaguardar el anonimato de los participantes.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LOS DATOS GENERALES DE LA MUESTRA ESTUDIADA**

Prosiguiendo a lo anterior, se analizaron los productos conseguidos en el reciente estudio siguiendo los propósitos y comprobando las hipótesis propuestas.

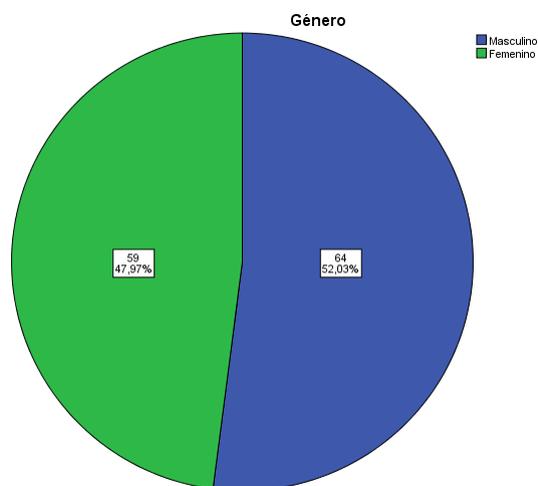
##### **4.1.1. Caracterización de la muestra según Género**

**Tabla 2.** Frecuencia y porcentaje de la variable Género.

<b>Género</b>		
	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	64	52,0
Femenino	59	48,0
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 1.** Repartición porcentual de la variable Género.



Fuente. Datos de la Tabla 2

En la tabla 2 y figura 1 se aprecia que del total de 123 personas pertenecientes a la muestra el 48% pertenecen al género femenino y el 52% pertenecieron al género masculino.

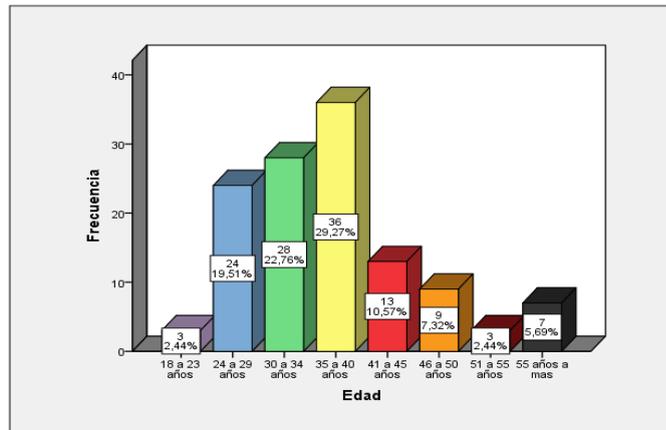
#### 4.1.2. Caracterización de la muestra según edad

**Tabla 3.** Frecuencia y porcentaje de los grupos etáreos.

	Edad	
	Frecuencia	Porcentaje
18 a 23 años	3	2,4
24 a 29 años	24	19,5
30 a 34 años	28	22,8
35 a 40 años	36	29,3
41 a 45 años	13	10,6
46 a 50 años	9	7,3
51 a 55 años	3	2,4
55 años a mas	7	5,7
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 2.** Distribución porcentual de la variable Edad.



Fuente. Datos de la Tabla 3

En la tabla 3 y figura 2 se aprecia, que del íntegro de 123 encuestados el 2,44% fueron de 18 a 23 años de edad; 19,51% de 25 a 29 años; 22,76% de 30 a 34 años; 29,27% de 35 a 40 años; 10,57% de 41 a 45 años; 7,32% de 46 a 50 años; 2,44% 51 a 55 años y el 5,69% de 55 años de edad a más.

## 4.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO Y CALIDAD DE ATENCIÓN

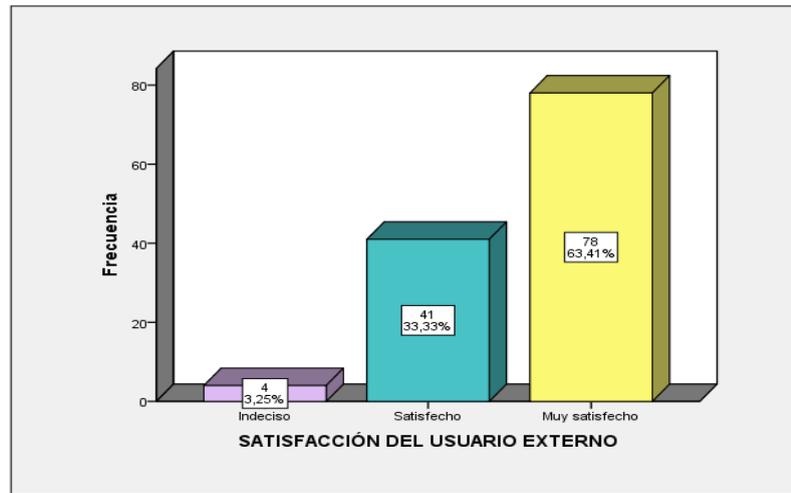
### 4.2.1. Resultados de la variable satisfacción del usuario externo

**Tabla 4.** Frecuencia y porcentaje de la variable satisfacción del usuario externo.

<b>SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO</b>		
	Frecuencia	Porcentaje
Indeciso	4	3,3
Satisfecho	41	33,3
Muy satisfecho	78	63,4
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100,0</b>

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 3.** Distribución porcentual de la variable satisfacción del usuario externo.



Fuente. Datos de la Tabla 4

En la tabla 4 y figura 3 se aprecia que de 123 encuestados acerca de la satisfacción del usuario externo, el porcentaje más alto con 63,41% manifestaron estar “muy satisfechos”, seguido del 33,33% de “satisfechos” y solo el 3,25% estuvieron “indecisos”.

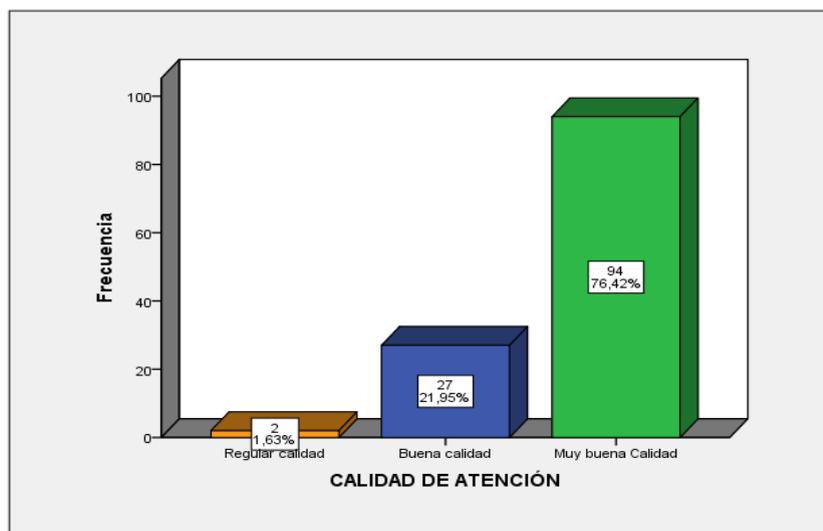
#### 4.2.2. Resultados de la variable calidad de atención

**Tabla 5.** Frecuencia y porcentaje de la variable calidad de atención.

CALIDAD DE ATENCIÓN		
	Frecuencia	Porcentaje
Regular calidad	2	1,6
Buena calidad	27	22,0
Muy buena	94	76,4
Calidad		
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 4.** Distribución porcentual de la variable calidad de atención.



Fuente. Datos de la Tabla N° 5

En la tabla 5 y figura 4 se aprecia de 123 encuestados acerca de cómo evalúan la calidad de atención el 76,42% considera “muy buena” la calidad de atención, el 21,95% “buena” calidad y solo el 1,63% valora como “regular” la calidad de atención.

#### 4.2.3. Resultados descriptivos de las dimensiones de la variable Calidad de atención

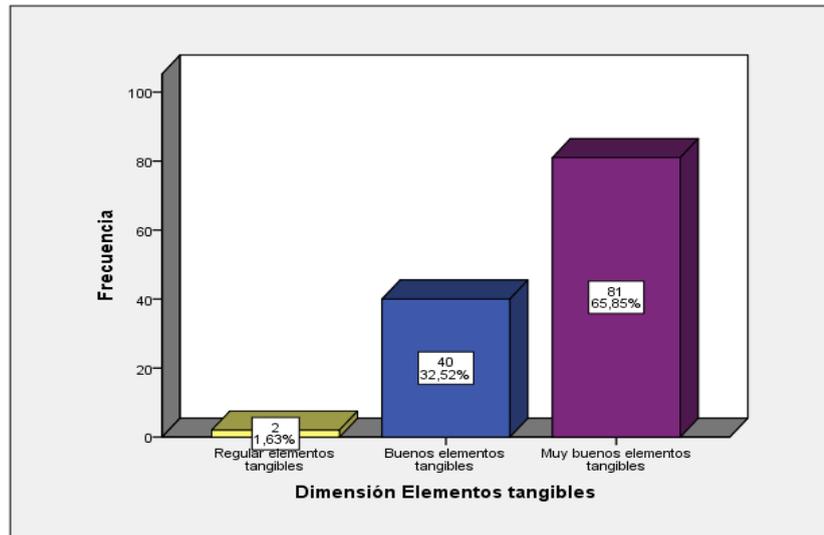
##### Resultados de la dimensión elementos tangibles

**Tabla 6.** Frecuencia y porcentaje de la dimensión elementos tangibles.

Dimensión Elementos tangible		
	Frecuencia	Porcentaje
Regular elementos tangibles	2	1,6
Buenos elementos tangibles	40	32,5
Muy buenos elementos tangibles	81	65,9
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 5.** Distribución porcentual de la variable dimensión elementos tangibles.



Fuente. Datos de la Tabla 6

En la tabla 6 y figura 5 se aprecia a un total de 123 encuestados, en ellos se evaluó la dimensión: elementos tangibles, al respecto el 68,85% consideró “muy bueno” los elementos tangibles, el 32,52% consideró “bueno” los elementos tangibles y solo el 1,63% consideró “regular” los elementos tangibles.

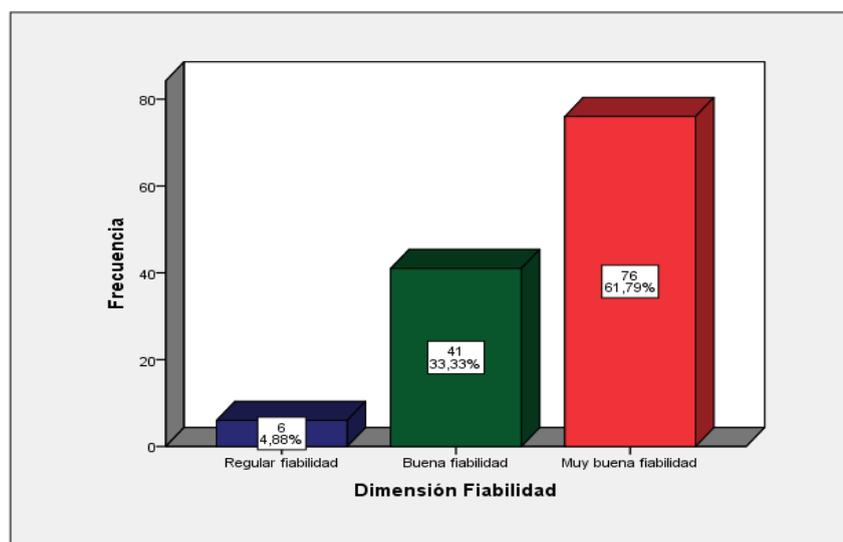
### Resultados de la dimensión fiabilidad

**Tabla 7.** Frecuencia y porcentaje de la dimensión fiabilidad.

Dimensión Fiabilidad		
	Frecuencia	Porcentaje
Regular fiabilidad	6	4,9
Buena fiabilidad	41	33,3
Muy buena fiabilidad	76	61,8
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 6.** Distribución porcentual de la variable dimensión fiabilidad.



Fuente. Datos de la Tabla N° 7

En la tabla 7 y figura 6 se aprecia a un total de 123 encuestados, a ellos se evaluó la dimensión fiabilidad, obteniéndose que el 61,79% consideró “muy buena” la fiabilidad, el 33,33% “buena” y 4,88% “regular” la fiabilidad.

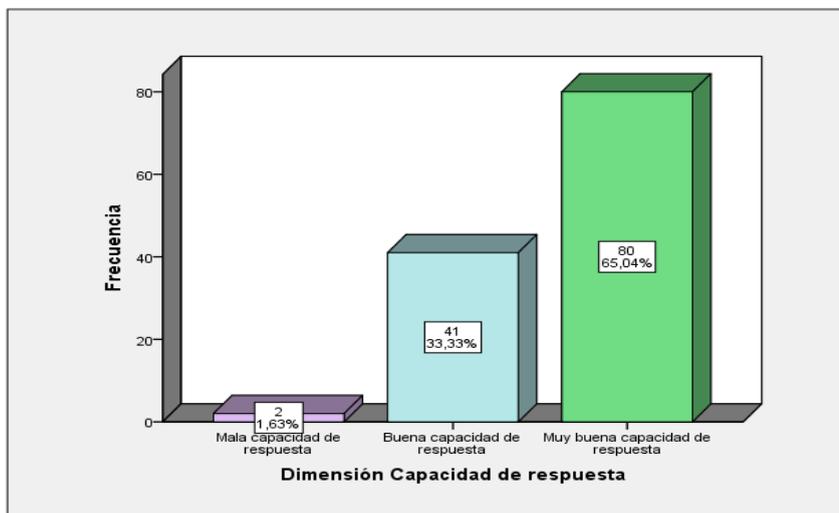
### Resultados de la dimensión Capacidad de respuesta

**Tabla 8.** Frecuencia y porcentaje de la dimensión Capacidad de respuesta.

Dimensión Capacidad de respuesta		
	Frecuencia	Porcentaje
Mala capacidad de respuesta	2	1,6
Buena capacidad de respuesta	41	33,3
Muy buena capacidad de respuesta	80	65,0
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 7.** Distribución porcentual de la dimensión Capacidad de respuesta.



Fuente. Datos de la Tabla 8

En la tabla 8 y figura 7 se aprecia a un total de 123 sondeados, en ellos se evaluó la dimensión Capacidad de respuesta, hallándose que el 65,04% la consideró como “muy buena” la capacidad de respuesta, el 33,33% buena” y el 1,63% “mala” la capacidad de respuesta.

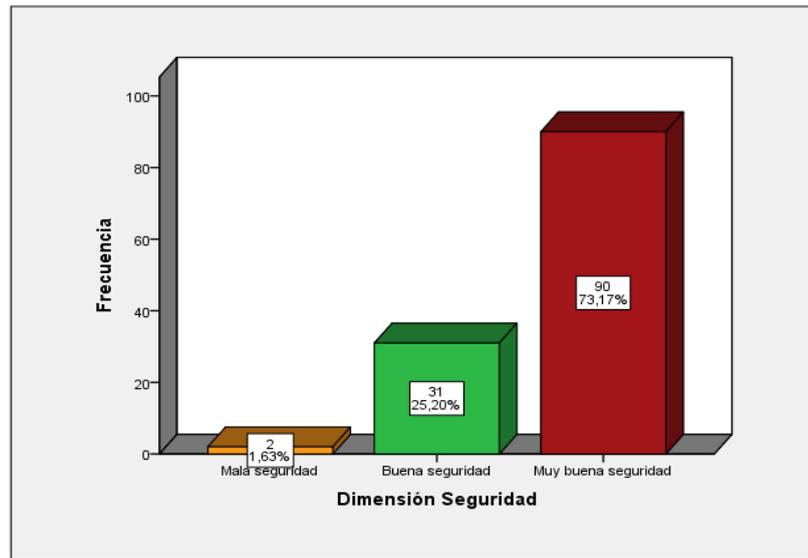
### Resultados de la dimensión seguridad

**Tabla 9.** Frecuencia y porcentaje de la dimensión seguridad.

Dimensión Seguridad		
	Frecuencia	Porcentaje
Mala seguridad	2	1,6
Buena seguridad	31	25,2
Muy buena seguridad	90	73,2
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 8.** Distribución porcentual de la dimensión Seguridad.



Fuente. Datos de la Tabla 9

En la tabla 9 y figura 8, se aprecia a un total de 123 sondeados a quienes se evaluó acerca de la dimensión Seguridad, hallándose que el 73,17% consideró “muy buena” la seguridad, el 25,20% “buena” la seguridad y el 1,63% “mala” la seguridad.

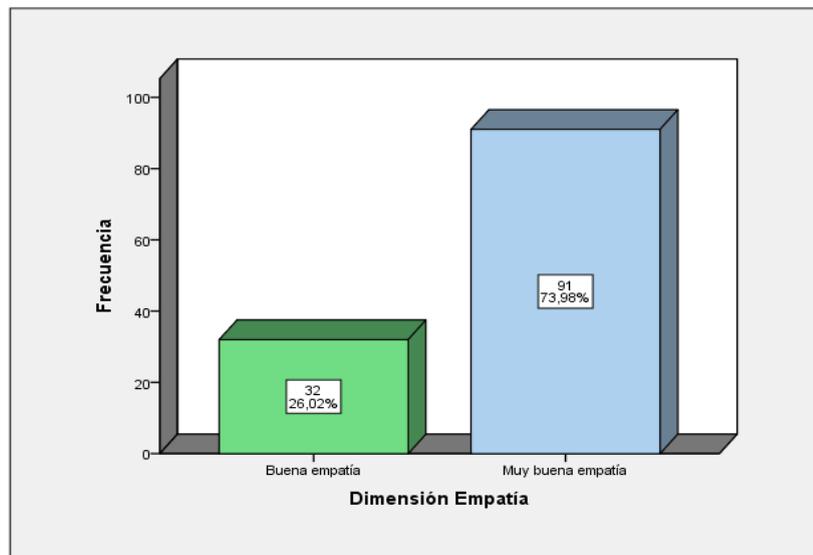
### Resultados de la dimensión Empatía

**Tabla 10.** Frecuencia y porcentaje de la dimensión Empatía.

Dimensión Empatía		
	Frecuencia	Porcentaje
Buena empatía	32	26,0
Muy buena empatía	91	74,0
Total	123	100,0

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Figura 9.** Distribución porcentual de la dimensión Empatía.



Fuente. Datos de la Tabla 10.

En la tabla 10 y figura 9 se aprecia a un total de 123 sondeados, a quienes se evaluó acerca de la dimensión Empatía, hallándose que el 73,98% considera “muy buena” la empatía y el 26,02% “buena”.

### **4.3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS CORRELACIONALES Y CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS**

#### **4.3.1. Resultado correlacional y contrastación de hipótesis general**

#### **CONTRASTE DE HIPÓTESIS GENERAL SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN**

##### **Análisis de datos**

1er paso.- Variable Satisfacción del usuario externo en relación a sus escalas es una variable cualitativa Politómica ordinal.

2do paso. - Variable Calidad de atención en relación a sus escalas es una variable cualitativa Politémica ordinal

De tal manera para ejecutar la contrastación de hipótesis acorde al propósito de alianza de la variable Satisfacción del usuario externo coligado a la Calidad de atención, de dichas variables Cualitativa (categóricas - Ordinales) se consideraría usar las pruebas no paramétricas de Rho de Spearman.

**Prueba de hipótesis general.**

**Planteamiento**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Calidad de atención en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Calidad de atención en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**Tabla 11.** Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y calidad de atención. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.

		<b>Correlaciones</b>	
		SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	CALIDAD DE ATENCIÓN
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	123
	CALIDAD DE ATENCIÓN	Coeficiente de correlación	,443**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	123

Fuente. Ficha de recopilación de información – 2018.

**Tabla 12.** Interpretación de los coeficientes de correlación.

Coeficiente de correlación	Interpretación
$\pm 1,00$	Correlación perfecta (+) o(-)
De $\pm 0,90$ a $\pm 0,99$	Correlación muy alta (+) o(-)
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,89$	Correlación alta (+) o(-)
De $\pm 0,40$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada (+) o(-)
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,39$	Correlación baja (+) o(-)
De $\pm 0,01$ a $\pm 0,19$	Correlación muy baja (+) o(-)
0	Correlación nula

En efecto, el valor de la correlación  $r_s = 0,443$ , se halla en la categoría correlación moderada, por consiguiente, si existe correlación moderada entre la Satisfacción del usuario externo y la Calidad de atención en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### **Nivel de Significancia (alfa)**

$\alpha = 0,05$  es decir el 5%

#### **Estadística de prueba**

N= 123

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n}$$

$R_s = 0,443$

P- valor = 0,000

#### **Regla de decisión:**

Aceptar  $H_0$  si :  $\alpha \geq 0,05$

Rechazar  $H_0$  si :  $\alpha < 0,05$

### **Decisión estadística**

**Se acepta la Hipótesis H1 siendo el p-valor menor que el nivel de significancia ( $\alpha=0,05$ )**

Por consiguiente, existe correlación estadísticamente significativa entre la Satisfacción del usuario externo y la Calidad de servicio en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

### **Conclusión estadística**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del indagador encontrando una correlación estadísticamente significativa, directa y mesurada que se da en ambas variables.

#### **4.3.2. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del paciente y la dimensión aspectos palpables**

##### **CONTRASTE DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 01 SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO RESPECTO A LA DIMENSIÓN DE ELEMENTO TANGIBLES**

#### **Análisis de datos**

1er paso.- Variable Satisfacción del usuario externo de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal.

2do paso.- Variable Dimensión elementos tangibles de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal

Por lo tanto, para realizar el contraste de hipótesis conforme al objetivo de asociación de la variable Satisfacción del usuario externo asociado a

la dimensión de elementos tangibles, de estas dos variables Cualitativa (categóricas - Ordinales) se tendría que utilizar las pruebas no paramétricas de Rho de Spearman.

### Prueba de hipótesis específica n°01

#### Planteamiento

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de elementos tangibles en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de elementos tangibles en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**Tabla 13.** Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y dimensión elementos tangibles. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.

		<b>Correlaciones</b>	
		SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Dimensión elementos tangibles
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,337**
		N	123
	Dimensión elementos tangibles	Coeficiente de correlación	,337**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	123

**Tabla 14.** Interpretación de los coeficientes de correlación.

Coeficiente de correlación	Interpretación
$\pm 1,00$	Correlación perfecta (+) o(-)
De $\pm 0,90$ a $\pm 0,99$	Correlación muy alta (+) o(-)
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,89$	Correlación alta (+) o(-)
De $\pm 0,40$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada (+) o(-)
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,39$	Correlación baja (+) o(-)
De $\pm 0,01$ a $\pm 0,19$	Correlación muy baja (+) o(-)
0	Correlación nula

En efecto, el valor de la correlación  $r_s = 0,337$ , se halla en la categoría correlación baja, por consiguiente, si existe correlación baja entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión elementos tangibles en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### **Nivel de Significancia (alfa)**

$\alpha = 0,05$  es decir el 5%

#### **Estadística de prueba**

N= 123

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n^3 - n}$$

$R_s = 0,337$

P- valor = 0,000

### **Regla de decisión:**

Aceptar  $H_0$  si  $\alpha \geq 0,05$

Rechazar  $H_0$  si  $\alpha < 0,05$

### **Decisión estadística**

**Se acepta la Hipótesis H1 siendo el p-valor menor que el nivel de significancia ( $\alpha=0,05$ )**

Por lo tanto, existe relación estadísticamente significativa entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión elementos tangibles en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

### **Conclusión estadística**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador encontrando una relación estadísticamente significativa, directa y baja entre la variable y la dimensión.

### **4.3.3. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión fiabilidad**

#### **CONTRASTE DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 02**

#### **SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO RESPECTO A LA DIMENSIÓN DE FIABILIDAD**

#### **Análisis de datos**

1er paso.- Variable Satisfacción del usuario externo de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal.

2do paso. - Variable Dimensión de fiabilidad de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politémica ordinal

Por lo tanto, para realizar el contraste de hipótesis conforme al objetivo de asociación de la variable Satisfacción del usuario externo asociado a la dimensión de fiabilidad, de estas dos variables Cualitativa (categóricas - Ordinales) se tendría que utilizar la prueba no paramétrica de Rho de Spearman.

### Prueba de hipótesis específica N° 02

#### Planteamiento

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de fiabilidad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de fiabilidad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**Tabla 15.** Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión fiabilidad. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.

<b>Correlaciones</b>				
			SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Dimensión fiabilidad
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Coeficiente de correlación	1,000	,527**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Dimensión fiabilidad	Coeficiente de correlación	,527**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

**Tabla 16.** Interpretación de los coeficientes de correlación.

Coeficiente de correlación	Interpretación
$\pm 1,00$	Correlación perfecta (+) o(-)
De $\pm 0,90$ a $\pm 0,99$	Correlación muy alta (+) o(-)
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,89$	Correlación alta (+) o(-)
De $\pm 0,40$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada (+) o(-)
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,39$	Correlación baja (+) o(-)
De $\pm 0,01$ a $\pm 0,19$	Correlación muy baja (+) o(-)
0	Correlación nula

En efecto, el valor de la correlación  $r_s = 0,527$ , se halla en la categoría de correlación moderada, por consiguiente, si existe correlación moderada entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de fiabilidad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**Nivel de Significancia (alfa)**

$\alpha = 0,05$  es decir el 5%

**Estadística de prueba**

N= 123

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n}$$

$R_s = 0,527$

P- valor= 0,000

**Regla de decisión:**

Aceptar  $H_0$  si  $\alpha \geq 0,05$

Rechazar  $H_0$  si  $\alpha < 0,05$

### **Decisión estadística**

**Se acepta la Hipótesis H1 siendo el p-valor menor que el nivel de significancia ( $\alpha=0,05$ )**

Por lo tanto, existe relación estadísticamente significativa entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión de fiabilidad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

### **Conclusión estadística**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del indagador encontrando una relación estadísticamente significativa, directa y moderada entre la variable y la dimensión.

#### **4.3.4. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión capacidad de respuesta**

##### **CONTRASTE DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 03**

##### **SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO RESPECTO A LA DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA**

#### **Análisis de datos**

1er paso.- Variable Satisfacción del usuario externo de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal.

2do paso.- Variable Dimensión de capacidad de respuesta de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal

Por consiguiente, para desarrollar la contrastación de hipótesis conforme al propósito de alianza de la variable Satisfacción del usuario externo vinculado a la dimensión capacidad de respuesta, de dichas

variables Cualitativa (categóricas - Ordinales) se consideraría usar las pruebas no paramétricas de Rho de Spearman.

### Prueba de hipótesis específica N° 03

#### Planteamiento

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión capacidad de respuesta en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión capacidad de respuesta en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**Tabla 17.** Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión capacidad de respuesta. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.

<b>Correlaciones</b>				
			SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Dimensión Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN N DEL USUARIO EXTERNO	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 123	,522** ,000 123
	Dimensión Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,522** ,000 123	1,000 . 123

**Tabla 18.** Interpretación de los coeficientes de correlación.

Coeficiente de correlación	Interpretación
$\pm 1,00$	Correlación perfecta (+) o(-)
De $\pm 0,90$ a $\pm 0,99$	Correlación muy alta (+) o(-)
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,89$	Correlación alta (+) o(-)
De $\pm 0,40$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada (+) o(-)
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,39$	Correlación baja (+) o(-)
De $\pm 0,01$ a $\pm 0,19$	Correlación muy baja (+) o(-)
0	Correlación nula

En consecuencia, el valor de la correlación  $r_s = 0,522$ , se halla en el nivel de correlación moderada, por consiguiente, si existe correlación moderada entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión capacidad de respuesta en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### **Nivel de Significancia (alfa)**

$\alpha = 0,05$  es decir el 5%

#### **Estadística de prueba**

N= 123

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n}$$

$R_s = 0,522$

P- valor = 0,000

#### **Regla de decisión:**

Aceptar  $H_0$  si  $\alpha \geq 0,05$

Rechazar  $H_0$  si  $\alpha < 0,05$

### **Decisión estadística**

**Se acepta la Hipótesis H1 siendo el p-valor menor que el nivel de significancia ( $\alpha=0,05$ )**

En efecto, existe relación estadísticamente significativa entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión capacidad de respuesta en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

### **Conclusión estadística**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador encontrando una relación estadísticamente significativa, directa y moderada entre la variable y la dimensión.

#### **4.3.5. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión seguridad**

##### **CONTRASTE DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 04 SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO RESPECTO A LA DIMENSIÓN SEGURIDAD**

#### **Análisis de datos**

1er paso. - Variable Satisfacción del usuario externo de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal.

2do paso. - Variable Dimensión seguridad de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal

Por lo tanto, para realizar el contraste de hipótesis conforme al objetivo de asociación de la variable Satisfacción del usuario externo asociado a la dimensión seguridad, de estas dos variables Cualitativa (categóricas

- Ordinales) se tendría que utilizar las pruebas no paramétricas de Rho de Spearman.

### Prueba de hipótesis específica n°04

#### Planteamiento

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión seguridad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión seguridad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**Tabla 19.** Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión seguridad. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.

		<b>Correlaciones</b>		
			SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Dimensión Seguridad
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Coeficiente de correlación	1,000	,515**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Dimensión Seguridad	Coeficiente de correlación	,515**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

Tabla 20. Interpretación de los coeficientes de correlación.

Coeficiente de correlación	Interpretación
$\pm 1,00$	Correlación perfecta (+) o(-)
De $\pm 0,90$ a $\pm 0,99$	Correlación muy alta (+) o(-)
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,89$	Correlación alta (+) o(-)
De $\pm 0,40$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada (+) o(-)
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,39$	Correlación baja (+) o(-)
De $\pm 0,01$ a $\pm 0,19$	Correlación muy baja (+) o(-)
0	Correlación nula

En efecto, el valor de la correlación  $r_s = 0,515$ , se halla en la categoría de correlación moderada, por consiguiente, si existe correlación moderada entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión seguridad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### Nivel de Significancia (alfa)

$\alpha = 0,05$  es decir el 5%

#### Estadística de prueba

$N = 123$

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n}$$

$R_s = 0,515$

P- valor = 0,000

#### Regla de decisión:

Aceptar  $H_0$  si  $\alpha \geq 0,05$

Rechazar  $H_0$  si  $\alpha < 0,05$

### **Decisión estadística**

**Se acepta la Hipótesis H1 siendo el p-valor menor que el nivel de significancia ( $\alpha=0,05$ )**

En efecto, existe relación estadísticamente significativa entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión seguridad en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

### **Conclusión estadística**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador encontrando una relación estadísticamente significativa, directa y moderada entre la variable y la dimensión.

#### **4.3.6. Resultado correlacional y contraste de hipótesis específica de satisfacción del usuario y la dimensión empatía**

##### **CONTRASTE DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 05**

##### **SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO RESPECTO A LA DIMENSIÓN EMPATÍA**

#### **Análisis de datos**

1er paso.- Variable Satisfacción del usuario externo de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal.

2do paso.- Variable Dimensión Empatía de acuerdo a sus categorías es una variable cualitativa Politómica ordinal

En consecuencia, para ejecutar la contrastación de hipótesis conforme a los propósitos de asociación de la variable Satisfacción del usuario externo vinculado a la dimensión Empatía, de dichas variables

Cualitativas (categóricas - Ordinales) se consideraría usar las pruebas no paramétricas de Rho de Spearman.

**Prueba de hipótesis específica n°05**

**Planteamiento**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión Empatía en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**H<sub>a</sub>:** Existe relación entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión Empatía en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

**Tabla 21.** Correlación entre la variable satisfacción del usuario externo y la dimensión empatía. Cálculo del estadístico Prueba no Paramétrica: Rho de Spearman.

		<b>Correlaciones</b>		
			SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Dimensión Empatía
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO	Coeficiente de correlación	1,000	,292**
Rho		Sig. (bilateral)	.	,069
de		N	123	123
Spear	Dimensión	Coeficiente de correlación	,292**	1,000
man	Empatía	Sig. (bilateral)	,069	.
		N	123	123

**Tabla 22.** Interpretación de los coeficientes de correlación.

Coeficiente de correlación	Interpretación
$\pm 1,00$	Correlación perfecta (+) o(-)
De $\pm 0,90$ a $\pm 0,99$	Correlación muy alta (+) o(-)
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,89$	Correlación alta (+) o(-)
De $\pm 0,40$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada (+) o(-)
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,39$	Correlación baja (+) o(-)
De $\pm 0,01$ a $\pm 0,19$	Correlación muy baja (+) o(-)
0	Correlación nula

En efecto, el valor de la correlación  $r_s = 0,292$ , se halla en la categoría de correlación baja, por consiguiente, si existe correlación baja entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión empatía en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

#### **Nivel de Significancia (alfa)**

$\alpha = 0,05$  es decir el 5%

#### **Estadística de prueba**

N= 123

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n^3 - n}$$

$R_s = 0,292$

P- valor = 0,069

#### **Regla de decisión:**

Aceptar  $H_0$  si :  $\alpha \geq 0,05$

Rechazar  $H_0$  si :  $\alpha < 0,05$

### **Decisión estadística**

**Se acepta la Hipótesis H0 siendo el p-valor mayor que el nivel de significancia ( $\alpha=0,05$ )**

Por tanto, no existe relación estadísticamente significativa entre la Satisfacción del usuario externo y la Dimensión Empatía en una clínica odontológica de Huancayo – 2018.

### **Conclusión estadística**

Se acepta la hipótesis nula no encontrando una relación estadísticamente significativa, entre la variable y la dimensión.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

Después de la distinción de los resultados de las pruebas estadísticas realizadas y de la interpretación de estos mismos, se presenta la siguiente discusión:

Es importante en primer lugar comprender que la satisfacción del usuario son las apreciaciones o estereotipos de los usuarios, que suelen acercarse al artículo o resultado que se desea, por medio de acciones o condiciones que son comparadas a través de sus propios valores <sup>17</sup>. También se puede entender que la satisfacción es saciar las expectativas de los usuarios. Es así que la satisfacción viene a ser la evaluación personalizada que perciben los usuarios externos, ante el uso de servicios o de productos intangibles <sup>15</sup>.

Y en segundo lugar tener en cuenta que la calidad de servicio es el alcance de los mejores provechos posibles del servicio con los mínimos peligros para el usuario. Estas ganancias se precisan en competencia de lo factible en relación a los recursos con los que se tiene para otorgar el servicio <sup>1</sup>. Y la calidad den el servicio odontológico debe estar enmarcado en cinco componentes primordiales: la

excelencia profesional, el uso eficaz de recursos, el mínimo peligro para los pacientes, el grado elevado de satisfacción y el efecto final que tendrá en la salud

22.

Conociendo las apreciaciones teóricas de las variables, se presenta la discusión de acorde a cada uno de los objetivos.

Así tenemos, respecto al objetivo general que fue establecer la relación entre la satisfacción del usuario externo y la calidad del servicio se determinó que existe una relación moderada directa, estadísticamente significativa entre las dos variables. Con un Rho de Spearman = 0,443; y un P- valor= 0,000 < 0,05. En la clínica dental Spa San Antonio en el año 2018.

Herrera J. <sup>4</sup> en el año 2017, en la tesis denominada: Satisfacción de los clientes externos y calidad de servicio odontológico en un establecimiento de salud, consideró el objetivo de precisar el vínculo. Determinó que existe vínculo entre la satisfacción del cliente externo y la calidad de servicio odontológico en el centro de salud “Delicias de Villa” Chorrillos, 2017 con un  $p=0,000<0,05$ , y un nivel de alianza de débil a moderado y una  $r: 0,406$ .

A continuación, se presenta la discusión de los objetivos específicos: Respecto al primer objetivo específico que fue identificar las características respecto al sexo y la edad se identificó que el 52% fueron hombres y el 48% mujeres y en cuanto a la edad el 29,7% fueron de 35 a 40 años y el 22,7% de 30 a 34, del total de la muestra considerada para el presente estudio.

Del segundo objetivo específico que fue identificar la satisfacción del usuario externo, percibida en los pacientes se identificó que el 63,4% de los usuarios están “muy satisfechos”, y el 33,3% “satisfechos” en el recinto dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

Respecto a este objetivo encontramos similitud con resultados de algunos antecedentes como: el de Mamani A. <sup>3</sup> en el año 2017, quien en su tesis tuvo la finalidad de establecer el nivel de satisfacción de los usuarios en relación a la calidad de servicio odontológico otorgada por el centro de Salud Salcedo, Minsa, Puno-2017. Hallando un 81,7 % de nivel “alto” de satisfacción del usuario.

También encontramos a Córdova D, *et al.* <sup>6</sup> en el año 2016, quienes en la investigación: Satisfacción de los usuarios que asisten al establecimiento odontológico de la Universidad de San Martín de Porres, Chiclayo, 2015, plantearon el propósito de establecer el grado de satisfacción de los usuarios. Llegando a la conclusión: que la atención que proporciona la Clínica Odontológica de la Universidad de San Martín de Porres de Chiclayo en cuanto al grado global de satisfacción la reconocen como buena.

Y en cuanto a estudios que difieren con los resultados hallados en la presente investigación se puede mencionar a Robles A. <sup>9</sup>, cuyo propósito era estimar la calidad de la atención en la clínica denominada “Robles”, a través de la apreciación de los usuarios externos, trabajó con una muestra de 232 y el instrumento que empleó fue la encuesta SERVQUAL variada, para medir el de satisfacción del usuario externo hallando la distinción entre perspectivas y apreciaciones en las

cinco magnitudes. Y halló: que en cuanto a la satisfacción de la atención era del 47,2% y la insatisfacción del 52,8%.

Respecto al tercer objetivo específico que fue identificar la calidad de atención odontológica percibida por los pacientes se identificó que el 76,4% considera “muy buena calidad” y el 22% “buena calidad” en el establecimiento dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

Y en cuanto a investigaciones similares se tiene a Chávez C.<sup>5</sup> en el año 2016, quien en su tesis tuvo la finalidad de evaluar la calidad de servicio odontológico de la Universidad de San Martín de Porres Lima 2016, utilizando para tal fin, la encuesta Servqual, llegó a la conclusión que la calidad de servicio en el establecimiento Odontológico de la Universidad de San Martín de Porres, a través de la escala de Likert, era excesivamente buena<sup>5</sup>.

También Miranda J, *et al.*<sup>10</sup> en el año 2014, investigaron con el objetivo de averiguar el grado de satisfacción en el servicio odontológico de las clínicas Odontológicas Periféricas de la UJAT, y utilizaron las dimensiones de calidad de Donabedian Avendis. Y llegaron a la conclusión que los usuarios mostraron un nivel admisible en cuanto a la atención de la clínica<sup>10</sup>.

Igualmente, Gil C. y Montenegro H,<sup>12</sup> en el año 2012, investigaron la calidad en la atención de los servicios odontológicos en la ESE, Municipio de Turbaco, Cartagena, asociado a la satisfacción del paciente y capacidad instalada, evaluaron instalaciones físicas y los equipos, el trato humano, la oportunidad y la apreciación de la calidad. Concluyeron entonces que los pacientes se hallan satisfechos en cuanto a la atención odontológica.

Y en cuanto a otros trabajos similares que también se interesaron por conocer la calidad de la atención utilizando la encuesta Servqual, se encontró a Salazar G,8 en el año, 2006, respecto a la calidad de atención en los usuarios tratados en dos clínicas odontológicas particulares de Lima Metropolitana, trabajó con una muestra de 60 usuarios. Empleó el Servqual adaptada al área odontológica, por medio de la distinción de expectativas y apreciaciones de satisfacción. Y en sus resultados halló que en la clínica odontológica A, las dimensiones aspectos tangibles y empatía tenían puntuaciones bajas, y las dimensiones fiabilidad y seguridad alcanzaron las puntuaciones más altas. Y en la clínica B, las dimensiones seguridad y empatía lograron las puntuaciones mínimas, en tanto las dimensiones aspectos tangibles y fiabilidad obtuvieron las puntuaciones más altas.

A continuación, se desarrolla la discusión de los resultados de las cinco dimensiones de la variable calidad de servicio, comenzando por los elementos tangibles que son la imagen de las infraestructuras físicas, colaboradores, máquinas, equipamiento, instrumentos, técnicas, procesos, directrices, equipos de comunicación y artículos intermedios, materiales e insumos, instrucciones, etc <sup>33</sup>. Para Parasuraman esta dimensión evalúa la calidad en relación a la simple imagen de infraestructura, equipos, capital humano y material es decir desde la percepción visual, por ello es indispensable conservar óptima los requisitos de las estructuras

33 .

Siguiendo con el cuarto objetivo específico que fue identificar la dimensión elementos tangibles se identificó que el 65,9% considera “muy bueno” y el 32,5% “bueno”, dicha dimensión.

Se tiene antecedentes similares como el de Chávez C,5 en el año 2016, quien en su tesis tuvo el propósito de estimar la calidad en la atención odontológica de la Universidad de San Martín de Porres Lima 2016, utilizando para tal fin, la encuesta Servqual, quien respecto a la dimensión elementos tangible encontró el valor de extremadamente bueno, cabe mencionar que su muestra estuvo conformada por 100 usuarios del área de cariólogía y endodoncia.

Vergara B. 7 en el año 2014, quien estableció el objetivo de analizar los indicativos de la administración de la calidad del establecimiento de Odontología del Hospital de la Solidaridad de Surquillo, Lima y respecto a la dimensión de seguridad encontró el grado de alto en un 90%.

La segunda dimensión de calidad es la fiabilidad que viene a ser Para Zeithman, *et al.* <sup>34</sup> en el año 2002, es el talento para desempeñarse de manera fiable y exacta cumpliendo ciertos roles, ejemplo: otorgar una buena atención, resolver obstáculos y que los costos sean adecuados y del cumplimiento con todo lo ofrecido, es la exigencia de disminuir los errores, evitar los peligros, para mejorar los procedimientos, y está relacionada con la confianza del servicio es decir que de alguna manera, avala la aplicación de los propósitos de la institución <sup>34</sup>.

Y en relación a esta dimensión se tiene el quinto objetivo específico que fue identificar la dimensión confiabilidad de la variable calidad de servicio se identificó que el 61,8% considera “muy buena” y el 33,3% “buena” dicha dimensión, según los pacientes de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018, en cuanto a antecedentes similares se considera a Chávez C. 5 en el

año 2016, quien encontró el valor de extremadamente bueno para la dimensión fiabilidad.

La siguiente dimensión es la capacidad de respuesta que viene a ser la reacción frente a cualquier dificultad o contratiempo que puede ocurrir antes o durante el servicio. Es la actitud y la intención que tienen los trabajadores para apoyar a sus clientes proporcionando una atención oportuna <sup>33</sup>.

Respecto a esta dimensión se tiene el sexto objetivo específico que fue identificar la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio se identificó que el 65% considera “muy buena” y el 33,3% “buena”, según los pacientes de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

En cuanto a resultados similares mencionamos de nuevo a Vergara B. <sup>7</sup> en el año 2014, quien estableció el objetivo de analizar los indicadores de la administración de la calidad en el servicio de Odontológico del Hospital de la Solidaridad de Surquillo, Lima y respecto a esta dimensión capacidad de respuesta, encontró el grado de alto con un 91,2%.

Ahora la dimensión seguridad es la certeza, la gentileza, el entendimiento cierto y transparente sobre algo y que inspira seguridad y certeza <sup>33</sup>. Para Zeithman, *et al*,<sup>34</sup> en el año 2002, la confianza es un punto vital en la calidad de servicio, porque representa el entendimiento propio de los colaboradores, y se manifiesta en la amabilidad, y emplea habilidades interpersonales que alcanzan dar confianza y energía positiva.

Es así que respecto a esta dimensión seguridad, se presenta el séptimo objetivo específico que fue identificar la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio se identificó que el 73,2% considera “muy buena” y el 25,2% “buena” según los usuarios del establecimiento dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

En cuanto a antecedentes similares nuevamente figura Chávez C,5 en el año 2016, quien encontró el valor de extremadamente bueno para la dimensión seguridad.

Vergara B. <sup>7</sup> en el año 2014, quien estableció el objetivo de analizar los indicativos de administración de la calidad del servicio Odontológico del Hospital de la Solidaridad de Surquillo, Lima y respecto a la dimensión seguridad encontró el grado de alto con un 95,3%.

En relación a la última dimensión empatía de la variable calidad, ésta viene a ser el reconocimiento cognitivo y afectivo entre una persona y el estado emocional de otra. Es el servicio personal y dedicada que brinda la institución a todos los usuarios <sup>33</sup>. Para Fernández, López y Márquez,<sup>35</sup> en el año 2008, la empatía “es la predisposición interna que tienen las personas frente a otras, ya sea desde la perspectiva social, planteando una emoción que no emerge mucho de la persona si no que por lo opuesto es caracterizado por la situación o contexto de manera global y multidimensional”.

Y respecto a esta dimensión empatía, se presenta el octavo objetivo específico que fue identificar la dimensión empatía de la variable calidad de

servicio se identificó que el 74% considera “muy buena” y el 26% “buena” según los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

También Chávez C.<sup>5</sup> en el año 2016, encontró el valor de extremadamente bueno respecto a la dimensión empatía. Y difiere un tanto de los resultados de Vergara B.<sup>7</sup> en el año 2014, quien estableció el objetivo de analizar los indicativos de la administración de la calidad del servicio Odontológico del Hospital de la Solidaridad de Surquillo, Lima y respecto a la dimensión empatía encontró el valor de medio con un 56,5%.

Ahora se buscó relacionar cada una de estas dimensiones de la calidad de servicio con la variable satisfacción del usuario, y se encontró lo siguiente:

Respecto al noveno objetivo específico que fue establecer la asociación que se da en la satisfacción del paciente externo y los componentes palpables se ha determinado que existe relación baja directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del usuario externo y los componentes palpables, con un Rho de Spearman = 0,337; y un P- valor= 0,000 < 0,05

Respecto al décimo objetivo específico que fue establecer la asociación que coexiste entre la satisfacción del usuario externo y la fiabilidad se ha establecido que coexiste asociación moderada directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del usuario externo y la fiabilidad, con un Rho de Spearman = 0,527; y un P- valor= 0,000 < 0,05.

Respecto al undécimo objetivo específico que fue establecer la asociación que existe entre la satisfacción del paciente externo y la capacidad de respuesta se

ha establecido que existe asociación moderada directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y la capacidad de respuesta, con un Rho de Spearman = 0,522; y un P- valor = 0,000 < 0,05

Respecto al penúltimo objetivo específico que fue establecer la asociación que coexiste entre la satisfacción del paciente externo y la seguridad, se ha establecido que coexiste relación moderada directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y la seguridad, con un Rho de Spearman = 0,515; y un P- valor= 0,000 < 0,05.

Y finalmente respecto al último objetivo específico que fue establecer la asociación que existe entre la satisfacción del paciente externo y la empatía se ha establecido que no existe relación estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y la empatía, con un rs = 0,292; y un P- valor= 0,069 ≥ 0,05.

Como se ha apreciado de las cinco dimensiones se halló una relación baja con la dimensión elementos tangibles, una relación baja con las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad y no hallando relación estadísticamente significativa con la dimensión empatía, de lo que podemos inferir, que los usuarios perciben una satisfacción con porcentajes de 63,4% de pacientes “muy satisfechos”, y el 33,3% “satisfechos”, y que se debe principalmente por los aspectos de sentir que el servicio se brinda de manera confiable, correcta y con honestidad, que el personal está en la aptitud de responder frente a cualquier dificultad o imprevisto y que manifiesta cortesía y utiliza habilidades sociales que logran dar confianza y energía positiva.

Por otro lado, la satisfacción del usuario al tener una baja relación con la dimensión elementos tangibles, se deba quizás a que los usuarios no califiquen como de gran interés el hecho de valorar las infraestructuras físicas, trabajadores, máquinas, equipamiento, herramientas, técnicas, procesos, directrices, equipos de comunicación etc. Como aspectos que influyan en la satisfacción que como usuarios perciben. Y en cuanto a la dimensión empatía relacionada con la satisfacción se podría inferir que, aunque fue baja la relación esta no fue estadísticamente significativa por lo que también se puede inferir que los aspectos de reconocer de manera afectiva el estado de ánimo de los pacientes no está relacionada con la satisfacción que finalmente perciben los usuarios.

## CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que existe una relación moderada directa, estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y la calidad de servicio odontológico en la clínica dental Spa San Antonio en el año 2018. Con un Rho de Spearman = 0,443; y un P- valor= 0,000 < 0,05.
2. Se identificó respecto al género que el 52% fueron de género masculino y el 48% de género femenino y en cuanto a la edad el 29,7% fueron de 35 a 40 años y el 22,7% de 30 a 34, del total de la muestra considerada de la clínica dental Spa San Antonio en el año 2018.
3. Respecto a la satisfacción del usuario externo, se identificó que el 63,4% de los pacientes están “muy satisfechos”, y el 33,3% “satisfechos” en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018
4. Respecto a la calidad de servicio odontológico, percibida por los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018, se reconoció que el 76,4% considera “muy buena calidad” y el 22% “buena calidad”.
5. Se identificó que el 65,9% considera “muy bueno” y el 32,5% “bueno” la dimensión elementos tangibles de la variable calidad de servicio odontológico en los pacientes de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
6. Se reconoció que el 61,8% considera “muy buena” y el 33,3% “buena” la dimensión fiabilidad de la variable calidad de servicio odontológico en los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
7. Se identificó que el 65% considera “muy buena” y el 33,3% “buena” la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio

odontológico percibida en los pacientes de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.

8. Se reconoció que el 73,2% considera “muy buena” y el 25,2% “buena” la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio odontológico percibida por los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
9. Se identificó que el 74% considera “muy buena” y el 26% “buena” la dimensión empatía de la variable calidad de servicio odontológico advertida por los usuarios de la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.
10. Se ha determinado que existe asociación baja directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y los elementos tangibles en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018. Con un Rho de Spearman = 0,337; y un P- valor= 0,000 < 0,05.
11. Se ha establecido que existe asociación moderada directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y la fiabilidad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018. Con un Rho de Spearman = 0,527; y un P- valor= 0,000 < 0,05.
12. Se ha establecido que existe asociación moderada directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y la capacidad de respuesta en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018. Con un Rho de Spearman = 0,522; y un P- valor = 0,000 < 0,05.
13. Se ha establecido que existe asociación moderada directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del usuario externo y la seguridad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018. Con un Rho de Spearman = 0,515; y un P- valor= 0,000 < 0,05.

14. Se ha determinado que no existe asociación estadísticamente significativa entre la satisfacción del paciente externo y la empatía en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018. Con un  $r_s = 0,292$ ; y un P- valor= $0,069 \geq 0,05$ .

## RECOMENDACIONES

1. A los profesionales odontólogos se recomienda tener conocimiento en temas de gestión con la finalidad de establecer la calidad de atención que brindan a sus pacientes y la satisfacción que estos muestran, con la finalidad de mejorar los servicios de atención odontológica.
2. A las centros odontológicos o clínicas dentales que cuentan con esta categoría establecer protocolos de atención en las diferentes áreas, tanto en el área asistencial que involucra directamente a los cirujanos dentistas que les permita mejorar y perfeccionar su sistema de atención. Del mismo modo desarrollar protocolos de la atención del personal de apoyo llámese recepcionista, asistente dental, personal de laboratorio y de limpieza ya que sumaran en la satisfacción del usuario.
3. A los odontólogos generales y especialistas que dirigen un consultorio involucrarse para obtener su categorización ante el ente correspondiente que es el MINSA a través de la DIRESA, quienes han normado según ley, la atención de todos los establecimientos de salud (IPRESS) públicas o privadas el cual vela por la calidad de atención que se le brinda al usuario.
4. Al gerente o responsable de un centro odontológico (IPRESS) realizar cursos de capacitación para todo su personal debidamente programados durante el año en temas vinculados a la calidad de servicio para la satisfacción del paciente, por lo menos dos veces por año.
5. Implementar en los centros Odontológicos (IPRESS) un software de gestión llámese (Profimatic, Dentidesk, Odontomark) que facilitan, mejoran y

contribuyen en el manejo adecuado de una clínica dental, que finalmente se verá reflejada en la calidad y satisfacción de atención del paciente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Stoner J, Freeman E, Gilbert D. Administración. 6ta ed. México: Prentice Hall Hispanoamérica; 1996.
2. Lara N, López M, Morales S, Cortés E. Satisfacción de usuarios de dos servicios odontológicos en Tláhuac, Distrito Federal. Rev Asoc Den Mex 2000; 57(5): 175-79.
3. Mamani A. Grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada por el establecimiento de salud salcedo, Minsa, puno-2017 salud [Tesis para optar el título profesional de cirujano dentista]. Puno Universidad Nacional del Altiplano facultad de Ciencias de la Salud escuela profesional de Odontología. 2017.
4. Herrera J. Satisfacción de los usuarios externos y calidad de atención odontológica en un centro de salud [Tesis para optar el grado académico de maestro en gestión de los servicios de la salud]; Lima. Universidad Cesar Vallejo; 2017.
5. Chávez C. Calidad de atención del servicio de odontología de la Universidad de San Martín de Porres Lima 2016. [Tesis para optar grado de maestra en medicina con mención en gerencia de servicios de salud]. Lima. Perú. Facultad de medicina humana sección de posgrado 2016.
6. Córdova D. Fernández Y. Ortiz R. Satisfacción de los pacientes que acuden a la clínica odontológica de la Universidad de San Martín de Porres - Chiclayo, 2015. KIRU. 2016;13(2):133-137.

7. Vergara B. Diseño de indicadores de gestión de calidad en un servicio de odontología. [Tesis para optar grado de maestro en gerencia en servicios de salud]. Lima; Perú: Universidad San Martín de Porres. facultad de medicina humana sección de posgrado, 2014.
8. Salazar G. Calidad de servicio percibida por pacientes atendidos en dos clínicas dentales privadas de Lima metropolitana. UPCH [Internet]. 2006. [citado 20 May 2015]. Disponible en:  
<http://www.cop.org.pe/bib/tesis/GIANCARLOSALAZARLUNA.pdf>
9. Robles A. Calidad de Servicio en la Clínica Robles desde la Percepción del Usuario Externo Chimbote-Perú. [Tesis Magisterial en Salud Pública]. Biblioteca Central de la Universidad Peruana Cayetano Heredia. 2004.
10. Medición del nivel de satisfacción de la atención estomatológica en las clínicas odontológicas periféricas de la U.J.A.T. Juan Carlos Miranda Ortiz (1), Raúl Guzmán León (2), Manuel Higinio Morales García (3) Horizonte sanitario / vol. 13, No. 2, mayo-agosto 2014
11. López J, Pilataxi S, Rodríguez L, Velásquez A, López M, Martínez C, Agudelo A. 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 Antioquía. Rev. Gerenc. Polit. Salud, Bogotá (Colombia), 12 (24): 209-225,
12. Gil CG, Montenegro HS. Calidad en el servicio de odontología en la ESE del municipio de Turbaco durante el segundo trimestre del año 2012 en relación a la satisfacción del usuario y capacidad instalada. Cartagena. 2012. [citado 20 May 2015]. Disponible en:

<http://190,25,234,130:8080/jspui/bitstream/11227/289/1/CALIDAD%20EN%20EL%20SERVICIO%20DE%20ODONTOLOG%20C3%8DA%20EN%20LA%20ESE%20DEL%20MUNICIPIO%20DE%20TURBACO%20DURANTE%20EL%20SEGUNDO%20TRIME.pdf>

13. Fernández, A. Gestión de Calidad en Servicios Odontológicos. Buenos Aires. [www.Intramed.net](http://www.Intramed.net), 2008.
14. Atalaya M. (1998). La satisfacción en los estudiantes Universidad Mayor de San Marcos Facultad de Ciencias Administrativas. Lima, Perú.
15. Thompson, I (2005). La Satisfacción del Cliente (internet). Consultado el 12 de abril de 2017) Consultado [Promonegocios.net](http://Promonegocios.net). Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
16. Rojas E. (2004). Satisfacción del usuario en la Consulta Externa de los Servicios de Medicina General, Cirugía, Ginecología y Pediatría, Tesis Maestría Hospital de Naylan - Es salud;Lambayeque.
17. Koontz, H. y Weihrich, H. (2013) Elementos de Administración: un enfoque internacional y de innovación. Octava edición. McGraw- Hill/Interamericana editores, México.
18. Leonard B, Parsuraman A. Compita mediante la calidad: Marketing en las empresas de servicios. Colombia: Grupo Editorial Norma; 1993.
19. Valls W. Modelo Resortqual para la evaluación de la calidad percibida del servicio en un destino turístico de sol y playa. Gestipolis [en línea][fecha de acceso 10 de Diciembre de 2004]. URL disponible en: [www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/modresortqual.htm](http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/modresortqual.htm)

20. Organización Mundial de la Salud/Organización Panamericana de la Salud, (2007) Política y estrategia regional para la garantía de la calidad de la atención sanitaria, incluyendo la seguridad del paciente. 27ª Conferencia Sanitaria Panamericana 59a Sesión del Comité Regional, Washington, D.C.
21. Salazar A. Evaluación de calidad de la atención de caries dental en una clínica de la facultad odontológica de la U.A.Z., México. Monografías [en línea] Septiembre de 2000[fecha de acceso 9 de Octubre de 2004] URL disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos10/cari/cari.shtml>
22. Sosa M. ¿Cómo lograr la calidad en la Clínica Dental? (2002) INFORMED [En línea] [fecha de acceso 5 de Noviembre de 2004] URL disponible en: [http://www.gacetadental.com/foyci\\_texto.asp?d1=marzo2002/ciencia/&d2=6&d3=/marzo2002/ciencia/6.htm](http://www.gacetadental.com/foyci_texto.asp?d1=marzo2002/ciencia/&d2=6&d3=/marzo2002/ciencia/6.htm)
23. Donabedian A. La calidad de la atención médica: definición y métodos de evaluación. México, D.F: La Prensa Médica Mexicana; 1991.
24. Berwick DM. Quality of health care Part 5: Payment by captation and the quality of care. The New England Journal of Medicine 1996; 335: 1227-31
25. Black C, Peterson S, Mansfield J, Thliveris M. Using population-based data to enhance clinical practice guideline development. .Med Care 1999 ; 37 (6): 254-63
26. Skaret E, Berg E, Raadal M and Kvale G. Reliability and validaty of the Dental Satisfaction Questionnaire in a population of 23 years olds in Norway. Comm Dent Oral Epidemiol 2004; 32: 25-30.

27. Gurnick D, Twan M. Evaluating health care programs and systems. An epidemiologic perspective. *Epidemiology and the delivery of health care services: methods and applications-Chicago*. Rush University 1995; 79-83.
28. Blumenthal D, Epstein AM. Quality of health care. Part 6: The role of physicians in the future of quality management. *NEJM* 1996; 335: 1328-31.
29. Rojas MH. Mejoramiento de la calidad de servicios mediante la orientación al cliente y el compromiso de la empresa. (1997) [En línea]. INFORMED [fecha de acceso 18 de Diciembre de 2004] URL disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos15/calidad-serv/calidad-serv.shtml#EFECT>
30. Cuatrecasas L. *Gestión Integral de la Calidad*. España: Editorial Gestión 2000; 2000.
31. Satu Lahti, Heikki Tutti, Hannu Hausen and Risto Kääriäinen : Dentist and patient opinions about the ideal dentist and patient – developing a compact questionnaire. *Community Dent Oral Epidemiol* 1992; 20: 229-34
32. Stanon WJ, Etzel MJ, Walter BJ. *Fundamentos de Marketing*. 10ma ed. México: Editorial McGraw Hill; 1995.
33. Parasunaman A., Zeithaml Valerie A. and Berry Leonard L. SERVQUAL: A Multipli-Item scale for measuring consumer perceptions of service quality [Journal] // *Journal of Retailing*. - 1988. - 1: Vol. 64. - pp. 12-40.
34. Zeithman, Valerie A. y Bitner, J. (2002) *Marketing de servicio*. 2da Edición, Editorial, Fic Graw Hill Interamericana.

35. Fernández, I, López-Pérez, B.; Márquez, M. (2008) Empatía: Medidas, teorías y aplicaciones en revisión. Rev. Anales de Psicología 24 (2): 284-298. Universidad Autónoma de Madrid.
36. Diógenes MA. Validación de una escala de medida para la determinación de la calidad de servicio en una institución de educación superior. Documento de trabajo. Centro de Competitividad. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo; 2003.
37. Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista, P (2010) Metodología de la investigación. Educación McGraw-Hill; México.
38. Sánchez H, Reyes C. (2006) Metodología y Diseño de la Investigación Científica. Perú: Visión Universitaria.
39. Ramírez, N. y Álvarez, C. (2015) calidad de atención percibida y satisfacción de los usuarios externos del servicio de odontología en el centro de salud, los Olivos. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Lima.

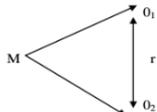
## **ANEXOS**

**ANEXO N° 01**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA CLÍNICA**

**ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO – 2018**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<p><u>PROBLEMA GENERAL</u> ¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológica en la clínica dental Spá San Antonio de Huancayo en el año 2018?</p> <p><u>PROBLEMA ESPECÍFICOS</u> 1. ¿Cuál es la satisfacción del usuario externo, percibida por los pacientes en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018? 2. ¿Cuál es la calidad de atención odontológica percibida por los pacientes en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018? 3. ¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario externo y los elementos tangibles en la</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL</u> Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológica de la clínica dental Spa San Antonio en el año 2018</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u> 1. Identificar la satisfacción del usuario externo, percibida por los pacientes en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018 2. Identificar la calidad de atención odontológica percibida por los pacientes en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018 3. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y los elementos tangibles en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.</p>	<p><u>VARIABLE 1:</u> -Satisfacción del usuario externo <u>Dimensiones:</u> • Confiabilidad • Validez • Lealtad</p> <p><u>VARIABLE 2:</u> -Satisfacción del usuario externo <u>Dimensiones:</u> • Elementos tangibles • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía</p>	<p><u>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</u> -Básica - Correlacional - Diseño descriptivo correlacional - Esquema:</p>  <p>Dónde: M: tamaño de la muestra de estudio O1: Variable satisfacción del usuario externo O2: Variable calidad de atención</p>

<p>clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018?</p> <p>4. ¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario externo y la fiabilidad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018?</p> <p>5. ¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario externo y la capacidad de respuesta en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018?</p> <p>6. ¿Qué relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la seguridad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018?</p> <p>7. ¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario externo y la empatía en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018?</p>	<p>4. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la fiabilidad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.</p> <p>5. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la capacidad de respuesta en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.</p> <p>6. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la seguridad en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.</p> <p>7. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la empatía en la clínica dental Spa San Antonio de Huancayo en el año 2018.</p>		<p>r: Relación existente entre las variables</p> <p><u>POBLACIÓN</u> La Población está integrada por 1002 pacientes</p> <p><u>MUESTRA</u> Para el presente estudio se tomará como muestra a 278 paciente se utilizará un muestreo será probabilístico.</p> <p><u>INSTRUMENTOS</u> Dos cuestionarios para las variables: calidad de atención y para satisfacción del usuario externo</p>
---	---	--	---



	<p>para el cliente. Estos beneficios se definen en función de lo alcanzable de acuerdo con los recursos con los que se cuenta para proporcionar la atención”<sup>1</sup></p>	<p>Fiabilidad:</p> <p>Capacidad de respuesta:</p> <p>Seguridad:</p> <p>Empatía:</p>	<p>Capacidad del personal de realizar el servicio acordado de forma veraz y correcta.</p> <p>Capacidad de reaccionar ante cualquier problema o eventualidad que ocurra previa o durante una atención.</p> <p>Es contar con el conocimiento seguro y claro de algo para inspirar confianza y credibilidad.</p> <p>Atención individualizada y esmerada que ofrece todo el centro odontológico a sus clientes.</p>	<p>Cumplimiento de servicios programados Oportunidad de la atención de urgencias Resolución de problemas Cuidado en el registro de atención (ítems del 5 al 9)</p> <p>Sencillez de los trámites para la atención Disposición para atender preguntas Agilidad del trabajo para la atención inmediata. (ítems del 10 al 13)</p> <p>Oportunidad en la respuesta a quejas y reclamos Idoneidad del personal Confianza</p> <p>Cumplimiento de medidas de seguridad Capacidad necesarias (ítems del 14 al 17)</p> <p>Oportunidad en la respuesta a quejas y reclamos Idoneidad del personal Confianza</p> <p>Cumplimiento de medidas de seguridad Capacidad necesarias (ítems del 18 al 22)</p>	<p>Ordinal</p>
--	--	---	---	---	----------------

## ANEXO N° 03

### INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### CUESTIONARIO

#### SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO

Estimados pacientes de la Clínica dental “Spa San Antonio” que asisten en esta institución reciban un saludo especial y agradezco desde ya, el apoyo que me brindarán al llenar la presente encuesta que tiene como objetivo conocer la satisfacción del usuario que se brinda el centro odontológico, a fin de contribuir, como parte de la gestión de los servicios de la salud en nuestro país, con mejoras significativas en la atención de los usuarios. Sus respuestas son estrictamente confidenciales y anónimas.

Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

**Instrucciones:** Marque ( X ) solo una de las siguientes alternativas por cada interrogante de acuerdo a su opinión. Según la leyenda

<b>SATISFACCION DEL USUARIO EXTERNO</b>		<b>ESCALA</b>				
<b>N°</b>	<b>CONFIABILIDAD</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Considera usted que el dentista es responsable y cumple con sus horarios de trabajo.					
2	El dentista le brindo seguridad al momento de la atención					
3	El dentista fue claro con el diagnostico					
4	El consultorio dental tiene ventilación, iluminación natural y/o artificial y le inspira confianza el ambiente					
5	se siente cómodo cuando le atiende el dentista					
6	El dentista muestra un cuidado especial cuando examina al paciente					
7	El dentista es carismático y usted se siente acogido en la atención					
8	El dentista toma su tiempo para explicar que procedimientos va seguir en el tratamiento.					
	<b>VALIDEZ</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
9	Cree usted que el dentista realiza una atención adecuada					
10	Cree usted que el consultorio dental del centro de salud cuenta con materiales e insumos que le garantice un buen tratamiento dental.					
11	Normalmente los pacientes tienen que esperar mucho tiempo en la sala de espera					
12	Usted se sintió satisfecho con la atención brindada por el dentista					

13	El dentista suele explicar en qué consistirá el tratamiento antes de empezar.					
14	Usted percibió que la atención recibida fue con calidad					
15	El dentista es eficiente con su trabajo					
	<b>LEALTAD</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
16	Usted. Cumple con acudir a sus citas					
17	Usted. participa activamente en las actividades de salud bucal que organiza el centro de salud					
18	Usted. trata con respeto al dentista					
19	Usted. comprende los límites que se brinda en la atención dental					
20	Usted. se encuentra motivado por la atención recibida					



**3) La información sobre salud dental entregada por el equipo de Clínica Dental A es clara y sin tecnicismos**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**4) Clínica Dental A tiene herramientas, manuales o audiovisuales modernas de apoyo para explicar sus tratamientos dentales**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**5) Clínica Dental A cumple con terminar un tratamiento dental en la fecha estipulada**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**6) El equipo de Clínica Dental A le informa detalladamente de todo tratamiento dental que se le realizará**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**7) Clínica Dental A habitualmente realiza muy bien sus tratamientos dentales**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**8) Cuando a usted le falta algún documento para ser atendido, el equipo de Clínica Dental A muestra interés para solucionar su problema**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**9) Todo el equipo de Clínica Dental A le entrega una atención oportuna y eficiente**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**10) El sistema de atención de Clínica Dental A está hecho para entregarle un buen servicio**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**11) En Clínica Dental A cumplen oportunamente con sus demandas de atención**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**12) El equipo de Clínica Dental A le entrega información, diagnósticos y resuelve sus dudas de tratamiento dentales en sus siguientes citas**

Servicio que esperaba recibir							Servicio que recibió						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7



**ANEXO N° 4**

**CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS**

**Confiabilidad de la Variable Calidad de atención con el Alpha de Cronbach.**

CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE CALIDAD DE ATENCIÓN																										
Sujetos	ELEMENTOS TANGIBLES				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22				
1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7					
2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7					
3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5				
4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6				
6	7	7	7	7	5	5	6	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	5	4	7	5				
7	7	7	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6					
8	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6					
9	7	7	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6					
10	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7					
11	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6					
12	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6					
ΣX	76	76	74	73	72	72	74	71	74	74	74	74	74	73	74	74	75	76	73	72	74	74	0	0	0	0
ΣX <sup>2</sup>	488	488	462	453	438	438	462	431	462	462	462	462	462	449	462	462	475	488	451	442	466	462	0	0	0	0

**DATOS:**

**CONFIABILIDAD: 0,96**

**CORRECCIÓN: 0,9797**

Confiabilidad de la Variable Satisfacción del usuario con el Alpha de Cronbach

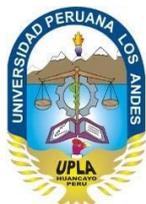
Sujetos	CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE SATISFACCION DEL USUARIO EXTERNO																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5					
2	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	5	4	1	4	4	4	1	4	2	4					
3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4					
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4					
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	4	4	4					
6	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	5	5	5	3	3	4	4	5					
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5					
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5					
10	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	5					
11	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	5					
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	5	4	1	5	4	5					
$\Sigma X$	47	54	55	56	53	51	50	53	54	54	43	52	51	54	54	48	36	50	45	55	0	0	0	0	0
$\Sigma X^2$	193	246	257	264	237	225	216	239	246	248	169	228	231	246	246	204	128	214	175	255	0	0	0	0	0

<b>DATOS :</b>	
<b>CONFIABILIDAD :</b>	<b>0,64</b>
<b>CORRECCIÓN :</b>	<b>0,7836</b>

ANEXO N° 5

VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

CARTA DE SOLICITUD PARA VALIDEZ DE INSTRUMENTOS



**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

**ESCUELA DE POSGRADO**

Av. Giráldez N° 230 – Huancayo

Huancayo, octubre del 2018

**CARTA N° 001-2017-JESL/HUANCAYO**

Señor(a): .....

**PRESENTE**. -

**ASUNTO: VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

Por medio del presente me dirijo a Ud. para saludarle cordialmente y solicitarle su participación en la validez del instrumento de investigación a través de “Juicio de Expertos” del proyecto de investigación que estoy realizando, para optar el Grado Académico de **Maestro en Estomatología**, teniendo como Tesis Titulado **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA CLÍNICA ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO - 2018”**, para lo cual adjunto:

- Matriz de consistencia.
- Operacionalización de variables.
- Instrumento de recolección de datos.

Esperando la atención del presente le reitero a Ud. las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.

**C.D. Salazar Lazo, Javier Esteban**

DNI N° 20071001

Tesista



# UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

## ESCUELA DE POSGRADO

Av. Giráldez N° 230 – Huancayo

=====

### VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

#### TESIS: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA CLÍNICA ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO - 2018

**Investigador: Salazar Lazo, Javier Esteban**

**Indicación:** Señor calificador se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis del instrumento realizado de la satisfacción de los usuarios externos respecto a la calidad de atención en una clínica odontológica de Huancayo – 2018, marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formación para su posterior aplicación.

**NOTA:** para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde:

1= Muy deficiente	2= Deficiente	3= Regular	4= Bueno	5= Muy bueno
-------------------	---------------	------------	----------	--------------

# EVALUACIÓN DEL EXPERTO N° 1

## UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

### ESCUELA DE POSGRADO

Av. Giráldez N° 230 – Huancayo

#### FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

#### I. DATOS GENERALES:

1.1. Título de la Investigación: **SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA CLÍNICA ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO - 2018.**

1.2. Nombre del Instrumento: **Instrumento de recolección de datos.**

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente					Baja					Regular					Bueno					Muy Bueno				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1. Claridad	Está formado con lenguaje apropiado.																X									
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																X									
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.																X									
4. Organización	Existe una organización lógica.																	X								
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.																	X								
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los Instrumentos de investigación.																		X							
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos.																		X							
8. Coherencia	Entre los índices e indicadores.																		X							
9. Metodología	La estrategia responde a propósito de diagnóstico.																	X								
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación.																		X							

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

ESCUELA DE POSGRADO

Av. Giráldez N° 230 – Huancayo

PROMEDIO DE VALORACIÓN

85.50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos: LUIS ALBERTO CUEVA BUENOS

DNI N°: 20049226 Teléfono/Celular: 964648755

Dirección domiciliaria: DTE. LOS ALAMOS N° 136

Título Profesional: CIRUJANO DENTISTA

Grado Académico: MAESTRO

Mención: MAESTRIA EN ADMINISTRACION

  
Firma: [Signature]  
CIRUJANO DENTISTA  
Lugar y fecha: 12 de Octubre del 2018

## EVALUACIÓN DEL EXPERTO N° 2

### UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

#### ESCUELA DE POSGRADO

Av. Giráldez N° 230 – Huancayo

-----

#### FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

#### I. DATOS GENERALES:

1.1. Título de la Investigación: **SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA CLÍNICA ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO - 2018.**

1.2. Nombre del Instrumento: **Instrumento de recolección de datos.**

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente				Baja				Regular				Bueno				Muy Bueno			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formado con lenguaje apropiado.																X				
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																		X		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.																X				
4. Organización	Existe una organización lógica.																		X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.																			X	
6. intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación.																			X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos.																	X			
8. Coherencia	Entre los índices e indicadores.																X		X		
9. Metodología	La estrategia responde a propósito de diagnóstico.																			X	
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación.																			X	

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

**ESCUELA DE POSGRADO**

Av. Giráldez Nº 230 – Huancayo

=====

**PROMEDIO DE VALORACIÓN**

94.5

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

a) Deficiente    b) Baja    c) Regular    d) Buena    e) Muy buena

Nombres y Apellidos : Pablo Bonilla Cairo

DNI Nº 20057631 Teléfono/Celular 964648938

Dirección domiciliaria : Jr. Alejandro O. Devustua Nº 755

Título Profesional : Cirujano Dentista

Grado Académico : Dr. en Odontología

Mención : DOCTORADO EN ODONTOLOGIA

  
Firma  
C.D. Pablo Bonilla Cairo  
Lugar y fecha: ODONTOLÓGICA 28/09/18  
COP 11340 - TNE 217

## EVALUACIÓN DEL EXPERTO N° 3

### UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

#### ESCUELA DE POSGRADO

Av. Giráldez N° 230 – Huancayo

=====

#### FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

#### I. DATOS GENERALES:

1.1. Título de la Investigación: **SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA CLÍNICA ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO - 2018.**

1.2. Nombre del Instrumento: **Instrumento de recolección de datos.**

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente				Baja				Regular				Bueno				Muy Bueno			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formado con lenguaje apropiado.																X				
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																X				
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.																	X			
4. Organización	Existe una organización lógica.																	X			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.																		X		
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los Instrumentos de investigación.																	X			
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos.																X				
8. Coherencia	Entre los índices e indicadores.																	X			
9. Metodología	La estrategia responde a propósito de diagnóstico.																X				
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación.																	X			

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

ESCUELA DE POSGRADO

Av. Giráldez N° 230 – Huancayo

PROMEDIO DE VALORACIÓN

83.50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos

Daniel Felipe Hinojosa

DNI N°

43101025

Teléfono/Celular

984655251

Dirección domiciliaria

Res. Cuzco No 325 H40

Título Profesional

Cirujano Dentista

Grado Académico

Magister en Serv. de Salud

Mención

Clínica en Servicio de Salud

  
Mg. Daniel Felipe Hinojosa  
CIRUJANO DENTISTA  
COP: 19404

Lugar y fecha:

10/08/2018

**ANEXO N° 6**

**DATA DE PROCESO DE DATOS**

**BASE DE DATOS**

<b>GÉNERO</b>	<b>EDAD</b>	<b>DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES</b>	<b>DIMENSIÓN FIABILIDAD</b>	<b>DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<b>DIMENSIÓN SEGURIDAD</b>	<b>DIMENSIÓN EMPATÍA</b>	<b>SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>	<b>CALIDAD DE ATENCIÓN</b>
Masculino	30 a 34 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Femenino	41 a 45 años	Buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Buena capacidad de respuesta	Buena seguridad	Muy buena empatía	Indeciso	Buena calidad
Femenino	35 a 40 años	Muy buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Buena capacidad de respuesta	Buena seguridad	Buena empatía	Satisfecho	Buena calidad
Femenino	30 a 34 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Masculino	30 a 34 años	Buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Buena capacidad de respuesta	Buena seguridad	Buena empatía	Satisfecho	Buena calidad
Masculino	35 a 40 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Buena capacidad de respuesta	Buena seguridad	Buena empatía	Satisfecho	Muy buena Calidad
Masculino	41 a 45 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Femenino	46 a 50 años	Muy buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Satisfecho	Muy buena Calidad
Masculino	51 a 55 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Masculino	41 a 45 años	Buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Satisfecho	Buena calidad
Masculino	41 a 45 años	Buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Buena capacidad de respuesta	Buena seguridad	Buena empatía	Satisfecho	Buena calidad
Femenino	30 a 34 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Femenino	30 a 34 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Masculino	24 a 29 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Masculino	24 a 29 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Femenino	18 a 23 años	Muy buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Femenino	18 a 23 años	Muy buenos elementos tangibles	Buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Femenino	30 a 34 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad
Femenino	41 a 45 años	Regular elementos tangibles	Regular fiabilidad	Mala capacidad de respuesta	Mala seguridad	Buena empatía	Satisfecho	Regular calidad
Masculino	30 a 34 años	Muy buenos elementos tangibles	Muy buena fiabilidad	Muy buena capacidad de respuesta	Muy buena seguridad	Muy buena empatía	Muy satisfecho	Muy buena Calidad









## ANEXO N° 7

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN UNA CLÍNICA ODONTOLÓGICA DE HUANCAYO - 2018**

**INVESTIGADOR: Bachiller SALAZAR LAZO, JAVIER ESTEBAN**

Se me ha explicado correctamente el objetivo del estudio que es **determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológica de la clínica dental SPA San Antonio en el año 2018**, que las respuestas que brinde en los cuestionarios serán confidenciales y para fines propios de la investigación. Y entiendo que mi participación es totalmente voluntaria y que puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento y que el rechazo a participar no implicará penalización alguna o pérdida de beneficios para mí.

Otorgo mi consentimiento para participar en el proyecto.

---

DNI Y FIRMA

## ANEXO N° 8

### EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

#### RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS



## **PERSONAL DEL CENTRO ODONTOLÓGICO**



## **NORMAS DE BIOSEGURIDAD**



## INSTALACIONES DE LA CLÍNICA DENTAL “SPA SAN ANTONIO”



## CONSULTORIOS DE REHABILITACIÓN ORAL Y ORTODONCIA



## ÁREA DE ODONTOPEDIATRIA

