

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Tesis

**Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo
en la Clínica Dental Firenze, 2021**

Juvencia Rocio Rios Prieto

Para optar el Grado Académico de
Maestro en Administración de Negocios

Huancayo, 2022

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Mg. Miguel A. Capuñay Reátegui

Agradecimiento

A mi padre celestial por darme la fortaleza e impulso para seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

A mis padres, por la educación brindada a lo largo de estos años.

A mi esposo Mc Brian por su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida.

Índice

Índice de Tablas	6
Índice de Figuras	7
Resumen.....	8
Abstract	9
Introducción	10
Capítulo I.....	13
1.1 Delimitación de la investigación:.....	13
1.1.1 Territorial.....	13
1.1.2 Temporal.....	13
1.1.3 Conceptual.....	13
1.2 Planteamiento del Problema.....	14
1.3 Formulación del Problema	17
1.3.1 Problema General	17
1.3.2 Problemas Específicos	17
1.4 Objetivos del Problema.....	18
1.4.1 Objetivo General.....	18
1.4.2 Objetivos específicos.....	18
1.5 Justificación e importancia del estudio.....	19
1.5.1 Justificación Practica.....	19
Capítulo II.....	19
2.1 Antecedentes de la investigación.....	19
2.2 Bases teóricas.....	27
2.2.1 Calidad de Servicio	27
2.2.2 Satisfacción del Usuario	35
2.3 Definición de Términos Básicos	38
Capitulo III.....	40
3.1 Hipótesis.....	40
3.1.1 Hipótesis General	40
3.1.2 Hipótesis específicas.....	40
3.2 Matriz de operacionalización de variables.....	42
Capitulo IV	43
4.1 Método de investigación:	43
4.2 Tipo de investigación:.....	44

4.3 Nivel de investigación:	44
4.4 Diseño de la investigación:.....	44
4.6 Población y muestra de la investigación	45
4.7 Criterios de inclusión y exclusión	47
4.7.1 Criterios de inclusión.....	47
4.7.2 Criterios de exclusión.....	48
4.8 Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	48
4.9 Validez y confiabilidad de los instrumentos empleados.	48
4.10 Procedimiento de recolección de datos	49
4.11 Etapas del procesamiento de datos.	49
4.12 Plan de análisis e interpretación de los datos.....	49
4.13 Aspectos éticos.....	50
Capítulo V	51
5.1 Resultados y Análisis	51
Conclusiones.....	82
Recomendaciones.....	83
Referencias Bibliográficas.....	84
Apéndice	95
Matriz de Consistencia	95
Carta de Presentación.....	99
Consentimiento Informado.....	100
Ficha de Validación de Experto.....	101
Cuestionario de Calidad de servicio	106
Cuestionario de Satisfacción del usuario Externo.....	108

Índice de Tablas

Tabla 1	34
Tabla 2	46
Tabla 3	51
Tabla 4	52
Tabla 5	53
Tabla 6	54
Tabla 7	55
Tabla 8	56
Tabla 9	58
Tabla 10	59
Tabla 11	60
Tabla 12	62
Tabla 13	64
Tabla 14	66
Tabla 15	67
Tabla 16	70
Tabla 17	71
Tabla 18	72
Tabla 19	74
Tabla 20	75
Tabla 21	76
Tabla 22	77
Tabla 23	78

Índice de Figuras

Figura 1: Dimensiones Del Modelo Servqual.....	31
Figura 3	47
Figura 4	51
Figura 5	52
Figura 6	54
Figura 7	55
Figura 8	56
Figura 9	57
Figura 10	58
Figura 11	60
Figura 12	61
Figura 13	62
Figura 14	64
Figura 15	66
Figura 16	68

Resumen

La presente investigación se relaciona con un tema sumamente importante para la mejora del posicionamiento de cualquier organización prestadora de servicios dirigidos al usuario final: la calidad de servicio. En efecto, afirmamos que es sumamente importante por cuanto si el servicio a prestar es deficiente, defectuoso o, simplemente, malo, pues ello ahuyentará a los usuarios o consumidores finales ya que éstos no se verán satisfechos ni verán cubiertas sus expectativas y todo ello conllevará al fracaso de la organización. Esta investigación tuvo el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021. Para ello se utilizó el método científico de enfoque cuantitativo - deductivo; en cuanto al tipo fue observacional, prospectivo, transversal y relacional; de nivel correlacional; diseño no experimental. Así mismo, se aplicó una encuesta sobre una muestra de 108 pacientes de la Clínica Dental Firenze. Respecto a los resultados, se relacionó la variable satisfacción del usuario externo con la calidad de servicio, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, donde se obtuvo una correlación de Spearman de (0.682), (0.653), (0.473), (0.781), (0.672), (0.507) respectivamente. Por último, se concluyó que existe relación directa entre la variable calidad de servicio y sus dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con la variable satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze, 2021.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del usuario.

Abstract

This research is related to an extremely important issue for improving the positioning of any organization that provides services to the end user: the quality of service. Indeed, we affirm that it is extremely important because if the service to be provided is deficient, defective or simply bad, this will drive away end users or consumers since they will not be satisfied or their expectations will not be met and all of this will entail to the failure of the organization. This research had the objective of determining the relationship between the quality of service and satisfaction of the external user in the Firenze dental clinic, in the year 2021. For this, the scientific method of quantitative - deductive approach was used; Regarding the type, it was observational, prospective, transversal and relational; correlational level; non-experimental design. Likewise, a survey was applied to a sample of 108 patients from the Firenze Dental Clinic. Regarding the results, the variable satisfaction of the external user was related to the quality of service, tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy, where a Spearman correlation of (0.682), (0.653), (0.473), (0.781), (0.672), (0.507) respectively. Finally, it was concluded that there is a direct relationship between the variable quality of service and its dimensions (tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy) with the variable satisfaction of the external user of the Firenze Dental Clinic, 2021.

Keywords: Quality of service, user satisfaction.

Introducción

En la actualidad, el usuario externo (cliente) se ha convertido en la piedra angular de toda organización. Es por ello que la mayor parte de la investigación se ha volcado a estudiar la psicología del consumidor. Y ello, tal como lo señalan (Morales Sánchez & Hernández Mendo, 2004) engloba a la calidad de servicio y la satisfacción del usuario.

La calidad es una herramienta de medición que ayuda a saber si una empresa está brindando un servicio de forma adecuada. Es un instrumento que permite diferenciar a una empresa de otra. La calidad es medida por los clientes quienes indican si un negocio ofrece (buena calidad, mala calidad, etc.) y de acuerdo a ello toman la decisión de recibir el servicio, recomendar, o simplemente desecharlo. (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2007)

A diferencia de la calidad donde el cliente se enfoca a medir lo percibido del servicio. Para que un cliente indique que está satisfecho o no. antes compara el servicio brindado con sus expectativas, experiencia de consumo, etc. y finalmente la respuesta se da basada en la experiencia acumulada. Es por ello que la satisfacción del usuario externo se puede definir como una respuesta emocional, cognitiva y comportamental. (Velandia Salazar, Ardón Centeno, & Jara Navarro, 2007)

En la actualidad el éxito de las empresas de servicios, ya sea en el sector dental o de otros rubros, depende en gran parte al grado de satisfacción de sus usuarios. Pues un paciente satisfecho es sinónimo de recomendación, fidelidad y en fin mayores ingresos para el negocio. Es por ello que los responsables de estas

empresas invierten grandes cantidades de dinero con el fin de satisfacer a sus clientes. (Mora Contreras, 2011)

Por lo mencionado tanto la calidad como la satisfacción son variables de vital importancia para la permanencia de una empresa. E impone que deben ser estudiadas a profundidad. Es por ello la inquietud del investigador de esta tesis es saber si existe relación entre la calidad y la satisfacción.

Este trabajo de investigación está dividido en 5 capítulos:

El capítulo I contiene la delimitación, formulación y planteamiento del problema general y de los problemas específicos. De igual forma, se abordan aquí los objetivos tanto general como específicos, así como la justificación de la investigación.

El capítulo II comprende los antecedentes que sumaron en total 12 trabajos de investigación entre extranjeros y nacionales en cuanto a tesis y artículos científicos, bases teóricas, definición de términos básicos relacionados con la investigación.

El capítulo III abarca la hipótesis tanto general como específicas y se muestra la operacionalización de las variables que describe a su vez cada una de éstas con sus respectivas variables.

El capítulo IV comprende la parte metodológica de la investigación en cuanto a enfoque, tipo, nivel, diseño de investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, etc. Que constituyen las características propias del trabajo de investigación.

Por último, se presenta el capítulo V el cual comprende el análisis estadístico de los resultados de la encuesta, su interpretación y contrastación, así como la formulación de las conclusiones y recomendaciones.

La autora.

Capítulo I

Problema

1.1 Delimitación de la investigación:

1.1.1 Territorial

El presente estudio se realizó en la empresa “Clínica Dental Firenze” del distrito de Huancayo, provincia de Huancayo, región Junín, empresa que ofrece servicios odontológicos generales y especializados.

1.1.2 Temporal

El proceso de realización de la presente investigación (planificación, ejecución e interpretación) fue de aproximadamente 6 meses comprendido entre julio y diciembre del 2021.

1.1.3 Conceptual

El presente estudio tiene como fuentes primarias la teoría de la calidad de servicio de Berry, Parasuraman, Zeitham y Horovitz (1988), quienes sostienen que “los clientes evalúan la calidad del servicio comparando lo que esperan recibir (expectativas) contra lo que realmente reciben (percepciones)”.

Mientras que, para fundamentar el conocimiento de satisfacción del cliente, se tuvo en cuenta la teoría de Mano y Oliver (2012), quienes sostienen que la satisfacción es “la respuesta del consumidor promovida por factores cognitivos y afectivos asociada posterior a la compra del producto o servicio consumido”.

1.2 Planteamiento del Problema

La calidad es considerada un elemento significativo en las entidades, ya que tiene como finalidad satisfacer las necesidades de individuos ya sean implícitas o explícitas. En cuanto a producto o servicio se refiere, se toma con mayor importancia puesto que quienes la califican son los clientes o usuarios, más aún cuando se trata sobre la salud, ya que la vida y bienestar de los pacientes depende de la atención que se les brinda en los centros médicos. (Huamani, 2018).

Por otro lado, la Real Academia Española define a la satisfacción como el sentimiento de estar bien que se obtiene cuando se ha logrado cubrir una necesidad. La idea de satisfacción del comprador refiere al grado de conformidad del individuo una vez que se usa un servicio. Sugiere que, a mayor satisfacción, mayor probabilidad que el comprador vuelva a requerir de los servicios en el mismo lugar donde acudió. Así mismo, posibilita mejorar la calidad de la atención de los pacientes, puesto que la satisfacción del profesional sanitario está vinculada con la satisfacción del paciente (Sarango, 2021).

Hablar de la calidad del servicio que brinda el sector odontológico y de la satisfacción de los usuarios externos a nivel mundial, es un tema bastante complejo. Existen varios factores que influyen sobre estas variables, como la capacidad adquisitiva de cada de cada país, el tipo de servicio dental (público,

privado y mixto), la globalización, las costumbres de cada país, si especificamos un poco más también se incluye a la capacidad gerencial entre otros. Todos estos factores hacen que sea muy dificultoso poder comparar la calidad y satisfacción en el ámbito internacional. (Arias, 2019)

En general, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha mencionado que los principales problemas que afectan la calidad del servicio a nivel mundial son la deficiente gestión administrativa, deficiente infraestructura y la falta de medicamentos. Estas dificultades afectan tanto a la gestión del servicio de salud, en general, como a la salud bucal, en específico. (Shapiama y Revoredo, 2021)

En el Perú, país emergente, la salud pública presenta una evidente deficiencia en cuanto a la calidad de servicio en muchas de sus áreas en las cuales está incluida la odontología. Esto motiva a una gran masa poblacional acudir a los servicios odontológicos privados para poder prevenir o solucionar sus problemas dentales. (Lazo , 2017)

El servicio odontológico privado en el Perú es atendido tanto por el sector informal como el sector formal. El sector informal está comprendido aproximadamente por 6000 odontólogos falsos (técnicos y asistentes dentales) que atienden en condiciones insalubres y de pésima calidad que generan una insatisfacción del cliente. Mientras que el sector formal está conformado aproximadamente por 45 000 cirujanos dentistas, sin embargo, nuestro país solo requiere de 16 207 dentistas. Esta sobrepoblación ha generado la

proliferación de publicidad antiética como gratuidad y promociones y la utilización de materiales no adecuados, generando así una atención de mala calidad e insatisfacción de los pacientes. (Gestión, Diario, 2018)

La provincia de Huancayo, perteneciente a la región Junín, no es ajena a esta realidad. Muchas clínicas no cuentan con los permisos municipales respectivos y los que cuentan no tienen una auditoria por parte de las áreas pertinentes, lo cual genera que los centros odontológicos no se esmeren en mejorar o, por lo menos, cumplir con los mínimos de calidad. Siendo así, la mejora solo depende de cada empresa dental, por ello existen una gran cantidad de clínicas odontológicas que no ofrecen la calidad de atención adecuada. Sin embargo, existe también una minoría que se enfoca en la búsqueda de la excelencia. Entre ellas se encuentra la clínica dental Firenze. (Diario Correo, 2022)

Esta empresa privada prestadora de servicios de salud odontológicos, ubicada en la ciudad de Huancayo, tiene 3 años de servicio al público de la zona. A lo largo de este tiempo ha presentado problemas en la atención de los pacientes, debido a que estos tienen que esperar entre 30 a 45 minutos para que puedan recibir la atención odontológica, por el número alto de pacientes. Por otro lado, la clínica no trabaja en horario corrido y esto ha generado problemas en la separación de citas con los pacientes que trabajan en horario de oficina. Además, la pandemia por covid-19 ha ocasionado que la limpieza sea más ardua (limpieza con amonio cuaternario y rayos UV) entre cada paciente lo cual genera una demora adicional de 15 minutos, complicando todo ello el tráfico de

pacientes. Del mismo modo, el hecho de tener un tiempo limitado de atención ha generado una barrera para la formación de lazos amicales con los pacientes.

En general, la clínica dental se encuentra en la necesidad de saber si estos problemas y otros que aún no se conocen puedan estar generando una baja en la calidad de servicio que brindan y también si estos problemas puedan estar influenciando en la satisfacción del usuario externo. Por ello, el propósito de este trabajo de investigación es determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Clínica Dental Firenze en el año 2021 a fin de tomar decisiones plasmadas en estrategias que contribuirán a que la misma logre un mayor posicionamiento en el mercado.

1.3 Formulación del Problema

1.3.1 Problema General

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021?

1.3.2 Problemas Específicos

1. ¿Cuál es la relación entre los aspectos tangibles y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021?

2. ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021?
3. ¿De qué manera se vinculan la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021?
4. ¿Qué vinculación existe entre la seguridad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021?
5. ¿Cuál es la relación entre la empatía y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021?

1.4 Objetivos del Problema

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

1.4.2 Objetivos específicos.

1. Determinar la relación entre los aspectos tangibles y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.
2. Determinar la relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.
3. Determinar la relación existente entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.
4. Determinar la relación entre la seguridad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

5. Determinar la relación entre la empatía y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

1.5 Justificación e importancia del estudio

1.5.1 Justificación Practica

Brindar una buena calidad y satisfacer al cliente son sinónimo de éxito de las organizaciones. Por tal motivo, este estudio servirá para que los miembros de la organización puedan mejorar la calidad de servicio que brindan a sus clientes y, de esta manera, generen en éstos mayor satisfacción de sus expectativas. En la medida que se logre este objetivo, las clínicas dentales de la región Junín o de cualquier otra región del país, en general y la clínica dental Firenze de Huancayo, en particular, se posicionarán mejor en el mercado expandiéndose cuantitativamente contribuyendo así a la mejora del sub sector dental, a la generación de empleo directo e indirecto y a la recaudación fiscal coadyuvando así a la mejora del país, en general.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

Luego de la revisión bibliográfica realizada, se establecieron los siguientes antecedentes de estudio:

En Ecuador, Del Pozo (2021), escribió su tesis titulada “Relación entre calidad de atención y satisfacción en usuarios externos post-implantes dentales de un consultorio odontológico de Guayaquil, 2020”. Se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo y diseño no experimental, correlacional. La muestra no probabilística estuvo conformada por una población de 100 usuarios de los cuales se consideraron para la muestra de estudio 45. Los resultados evidenciaron en el análisis correlacional una relación estadísticamente significativa y baja entre calidad y satisfacción ($Rho = -.37$; $p < .01$). Se identificó que el nivel de calidad de atención percibida en usuarios fue en su gran mayoría bueno de calidad de atención (53.33%), y en cuanto a la satisfacción en la atención al usuario, el 40.00% lo consideró muy alto.

En la ciudad de Lima, Shapiama y Revoredo (2021), realizaron un estudio con el objetivo de determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Centro Odontológico Creadent, Lima 2019. Este estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, de diseño no experimental (corte transversal). La muestra estuvo representada por 49 clientes a quienes se aplicó la técnica de muestreo no probabilístico. De los resultados obtenidos mediante la Rho de Spearman se muestra que existe una relación positiva, directa y significativa, con un $Rho = 0.868$ y p valor igual a 0.000 ($p < 0.05$) en la calidad de servicio

y la satisfacción en los clientes del Centro Odontológico Creadent, Lima 2019.

En la ciudad de Lima, Neme (2020) realizó una tesis con el objetivo de determinar si existe relación entre el grado de satisfacción del usuario y la calidad de atención brindada por la Clínica Odontológica Arcident – 2021. Se diseñó un estudio no experimental, descriptivo, transversal, prospectivo y correlacional. La muestra fue 90 pacientes atendidos en la Clínica Odontológica Arcident, donde se utilizó una encuesta como instrumento de recolección de datos. En los resultados observamos según la prueba de correlación de Spearman que el grado de satisfacción del usuario externo y la calidad de atención presentó un coeficiente de correlación de Spearman (0, 110) del cual existe una relación muy baja positiva entre las variables de estudio. Concluyendo que existe relación estadísticamente significativa entre el grado de satisfacción del usuario externo y la calidad de atención brindada por la Clínica Odontológica Arcident– 2021.

En la ciudad de Chiclayo, Adrianzén (2020), realizó una tesis con el objetivo de determinar la relación entre el nivel satisfacción del paciente y la calidad de atención en el servicio de odontología del centro de salud de Monsefú, 2020. Esta investigación es de tipo básica, el alcance será descriptivo y diseño correlacional, retrospectiva. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario SERVQHOS aplicado a 50 usuarios externos, los resultados fueron que los usuarios que percibieron un nivel de mala calidad de la atención odontológica se mostraron insatisfechos en un 24%, los que

percibieron una regular calidad de atención odontológica se mostraron ni satisfechos ni insatisfechos en un 24%, así mismo los que percibieron buena calidad se encontraron satisfechos en un 14%. Por otro lado, a través de la prueba de correlación de Rho de Spearman se encontró que $r = 0,649$, por lo que se entiende que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables y el valor de $P = 0,000$, concluyendo que existe relación significativa entre ambas variables.

En la ciudad de Trujillo, Antezana (2020) realizó una tesis con el objetivo de determinar la relación entre calidad de atención y satisfacción del usuario externo en el Centro Odontológico Dental Service, Junio 2018. Es una investigación correlacional. el diseño del estudio fue no experimental, La población que conforma el universo estará conformada por todos los pacientes que acuden al Centro Odontológico Dental Service en Junio 2018. La muestra está conformada por 50 pacientes que cumplieron los criterios de inclusión y exclusión. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta. Se utilizó la encuesta para ambas variables. Los resultados obtenidos en la correlación reflejan que existe una relación positiva de 0,478 entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario, lo cual indica que al brindar una buena calidad de atención a los usuarios que asisten al centro odontológico "Dental Service", le corresponde un buen nivel de satisfacción de los usuarios que acuden al establecimiento, y viceversa. En base a los datos recogidos en la investigación se ha logrado determinar que a un buen nivel de calidad de atención en el centro odontológico "Dental Service", le corresponde un buen nivel de satisfacción del usuario.

En la ciudad de Tacna, Coaquira (2020) realizó una tesis con el objetivo de determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y satisfacción del paciente en el consultorio externo de odontología del Hospital Hipólito Unanue Tacna 2018. El diseño del estudio fue de tipo descriptivo correlacional transversal, la muestra se determinó de forma no probabilística y por conveniencia, estuvo conformada por 40 pacientes, se utilizó la técnica encuesta e instrumento cuestionario basado en SERVQUAL. El procesamiento de datos se realizó utilizando SPSS versión 18,0. según los datos recogidos en la investigación se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0,887 que indica que existe una correlación muy buena entre la calidad del servicio y la satisfacción del paciente, dando un resultado significativo al cálculo estadístico de T de Student con un 11,9. Se concluye que a un buen nivel de la calidad del servicio le corresponde un buen nivel de satisfacción del paciente en el consultorio externo de odontología del Hospital Hipólito Unanue Tacna 2018.

En la ciudad de Chorrillos, Jesus (2020) realizó una tesis con el objetivo de determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológico en un centro de salud. Para ello, la población estuvo conformado por los usuarios externos o pacientes que asistieron al servicio dental en un Centro de Salud ubicado en Chorrillos en lapso de tiempo de dos meses entre abril y mayo, encuestándose a 110 personas. Los resultados encontrados evidenciaron las dos variables son estadísticamente significativas, donde se obtuvo una frecuencia más

elevada de 42.7% de la satisfacción por parte de los usuarios, correspondiente a 47 personas encuestadas. Este estudio concluyó que existe relación entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológico en el centro de salud "Delicias de Villa" chorrillos, 2017 con un $p=0,000<0,05$, con un nivel de asociación débil a moderado de $r: 0.406$.

En la ciudad de San Juan de Lurigancho, Arévalo (2020) realizó una tesis con el objetivo de conocer si existe relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente. Para lo cual, se desarrolló una investigación de diseño no experimental, de acorde transversal y de nivel descriptivo correlacional. Se utilizó una muestra de 46 clientes de área de producción en la clínica dental G&R en San Juan de Lurigancho, el instrumento que se utilizó para recolección de datos fue el cuestionario mediante la encuesta, los datos obtenidos fueron procesados mediante el programa estadístico SPSSv.22. Para la contratación de las hipótesis de usó el coeficiente de correlación, Rho de Spearman ($Rho=0.690$), Sig. (Bilateral) = 0.000;

($p = 0.05$) que determino que existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de producción en la clínica dental G&R en San Juan de Lurigancho.

En la ciudad de Huacho, Fuentesrivera (2020) realizó una tesis con el objetivo general, determinar la relación entre la calidad de atención odontológica y la satisfacción del usuario de la posta de San Bartolomé año

2017. El diseño de investigación fue no experimental transaccional, descriptiva y correlacional, el estadístico para verificar la hipótesis fue el Chi cuadrado de Pearson. La población fue de 240 pacientes que acudieron a la posta de San Bartolomé, para hallar el tamaño de la muestra se usó la fórmula de población finita, obteniéndose 100 pacientes, la misma que fue seleccionada de manera aleatoria; a los cuales se le aplicó una encuesta de 26 preguntas para calidad de atención odontología y 15 para satisfacción del usuario. En los resultados se obtuvo una correlación de Spearman es 0.652, directa y moderada. Además, la significancia asintótica es 0,000 menor que el nivel de significación 0.05 Por ende se concluye, que existe relación entre calidad de atención odontológica y satisfacción del usuario de la Posta de San Bartolomé del año 2017.

En la ciudad de Huancayo, Salazar (2020), realizó una tesis con el objetivo de 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 usuarios externos y la muestra obtenida de manera probabilística fue de 123 usuarios externos. 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%. Respecto a las dimensiones, todas fueron consideradas como “muy buena”. Se llegó 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.

En la ciudad de Tingo María, Arias (2019), llevó a cabo una tesis titulada “Correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las clínicas dentales de la ciudad de Tingo María”. El estudio fue transversal; la muestra incluyó 118 clientes, a quienes se les encuestó antes (19 indicadores) y después del uso del servicio odontológico (19 indicadores) mediante el cuestionario SERVQUAL adaptado. Luego del análisis se concluyó que la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes tiene una relación directa y significativa, calificada como baja ($r_s = 0.320$).

En la ciudad de Lima, Huamaní (2018), realizó una tesis titulada “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los clientes en una clínica dental, San Roque – Ate 2018”. El estudio fue descriptivo - correlacional, con enfoque cuantitativo y con un diseño no experimental (corte transversal). La población fue de 350 pacientes, y la muestra fue de 184 pacientes. Para describir la relación de ambas variables se usó el Rho Spearman, por ser variables cualitativas. Se concluyó que hubo relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del usuario, ya que el Rho de Spearman dio como

resultado un coeficiente de correlación de 0,894 con un grado de significancia de 0,00, indicando que hubo una correlación positiva alta.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Calidad de Servicio

Calidad

ISO 9000 (2015, pág. 19) menciona en su normativa que calidad “es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”. Así mismo la RAE (2020) la define como “la Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”. El concepto “algo” hace referencia a productos o servicios.

Servicio

ISO 9000 (2015) define al servicio como “la salida de una organización con al menos una actividad, necesariamente llevada a cabo entre la organización y el cliente”. La prestación del servicio puede implicar:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil)
- Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos)

- la entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento)
- la creación de una ambientación para el cliente o consumidor (por ejemplo, en hoteles y restaurante) (pág. 22).

Para Kotler (2012), servicio “es cualquier acto que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible. Y no da lugar a la propiedad de nada. Su producción puede o no estar ligada a un producto físico.”

El principal motor del comercio mundial en la actualidad pertenece al sector de los servicios. Producen aproximadamente el 66% de la producción económica, atraen más del 60 % de la inversión extranjera directa. Siendo imprescindibles como parte de las economías del área industrial (servicios financieros, servicios de logística, servicios informáticos, etc.) o de forma independiente (servicios de atención en salud, servicios de esparcimiento, servicios prestados a las empresas, etc.) (informe sobre el comercio mundial, 2019)

Características de un servicio

- Intangibilidad: un servicio es intangible, es decir no es un objeto sino un resultado (Loveluck, 1983). Esto significa que un servicio no puede ser verificado antes de la compra para asegurarse de la

calidad, ni tampoco presenta especificaciones homogéneas de calidad propia de los bienes (zeithmal 1981) citado de (Satorres, 2008, pág. 9).

- Heterogeneidad: los resultados de los servicios son heterogéneos, de productor a productor, de día a día o de cliente a cliente. Por ello es difícil asegurar una calidad uniforme. (Satorres, 2008, pág. 9).
- Inseparabilidad: la producción de servicio y el consumo del mismo son indisolubles en muchos servicios. (Satorres, 2008, pág. 9)

Calidad de servicio

Tschohl (2012) define a la calidad de servicio como “la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes” (pág. 12). Además, el autor menciona que incluye a todos los trabajadores no solo a los que están en relación directa.

Del mismo modo Lewis y Booms (1983) la definen como "La medida de qué tan bien el nivel de servicio entregado coincide con la expectativa del cliente” (pág. 45). Según lo dicho por los autores, la calidad de servicio vendría a ser la coincidencia entre lo entregado y lo esperado, citado de (Requena y Cerrano, 2007).

Para Rubogora (2017) la calidad del servicio “se basa en la satisfacción de los requisitos del cliente, confiando en la capacidad de la organización para determinarlos y luego cumplirlo.” (pág. 112)

Con el aumento de las interconexiones entre las diferentes naciones, enfocarse en fortalecer la calidad de servicio se ha convertido en una condición indispensable para competir entre organizaciones industriales y comerciales de cualquier parte del mundo, pues el efecto que tiene en los resultados (tanto en el corto como en el largo plazo), es fundamental para el desarrollo y subsistencia de las organizaciones involucradas en este tipo de procesos. De esta forma, la calidad del servicio se transforma en un elemento estratégico que confiere una ventaja competitiva a aquellas empresas que tratan de alcanzarla, mantenerla e innovarla constantemente (Orellana , 2017, pág. 75).

Modelos de la Calidad de Servicio

La RAE (2020) define a modelo como el “Arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo. Mientras que los modelos de calidad son directrices que las organizaciones utilizan para mejorar su gestión (Asociación Española de Calidad, 2019). En tanto los modelos de calidad de servicio son referentes para las organizaciones que brindan servicios. Del mismo modo, son instrumentos que permiten cuantificar la calidad brindada a un usuario. Con el fin de dar a entender el significado de valor para el cliente y diagnosticar si las actividades realizadas están acordes con las necesidades de los usuarios (Sanchez y Sanchez, 2016).

La inserción de un Modelo de Calidad tiene un papel de renovación para una empresa, otorgando un valor diferenciador al servicio, mejora de la eficiencia de la organización, mejora en los procesos,

optimización de recursos y aumento de la productividad entre otros.
(Chacon & Rugel , 2018)

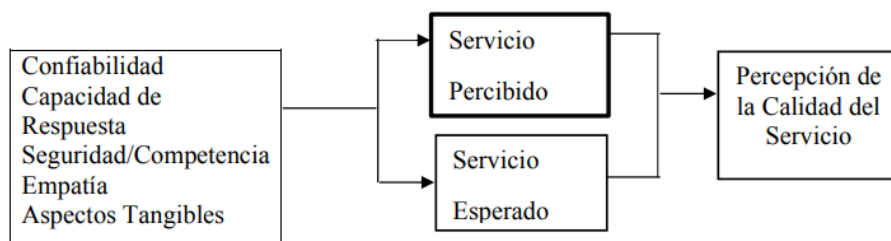
Los modelos de la calidad de servicio son: el modelo de la escuela Nórdica (cualitativo), el de la escuela americana (cuantitativo), e Índices Nacionales de Satisfacción (cualitativos y cuantitativos) (Sanchez y Sanchez, 2016)

Los modelos americanos son los más utilizados para medir la calidad del servicio. Dentro de esta clasificación se encuentra el modelo SERVQUAL (Sanchez y Sanchez, 2016).

Modelo SERVQUAL

Es un modelo americano que permite detectar cuáles son las expectativas de los clientes en función de cinco dimensiones: elementos tangibles, empatía, fiabilidad, seguridad y capacidad de repuesta. Gelvez (2010) menciona que mayormente es utilizado en servicios hospitalarios, bancarios, educativos y de mantenimientos, citado de (Sanchez y Sanchez, 2016, pág. 10).

Figura 1: Dimensiones Del Modelo Servqual



Fuente: (Ganga , Alarcon, & Pedraja , 2019)

En Latinoamérica es el modelo más utilizado debido a su flexibilidad interna y adaptabilidad externa de sus dimensiones a diversos contextos de servicios y organizaciones. (Bustamante, Zerda, Obando, & Tello , 2019). La medición de este modelo se puede realizar mediante la Escala de Rensis Likert (Likert, 1932).

Ventajas del Método SERVQUAL

- Permite realizar comparación entre las expectativas y las percepciones de los clientes y no solo la sensación subjetiva de bienestar. (Nishizawa, 2014)
- Permite efectuar comparaciones entre diferentes organizaciones que presten el mismo servicio en otras localidades. (Nishizawa, 2014)
- Fácilmente se adapta a las características de la organización que se desea evaluar. (Nishizawa, 2014)
- permite examinar las expectativas, percepciones y opiniones de los clientes relacionados con la calidad de servicio (Bustamante, Zerda, Obando, & Tello , 2019)

Desventajas del Método SERVQUAL

- La información puede estar sesgada, debido a que los participantes del estudio pueden no comprender algunos conceptos del cuestionario y responder con duda. (Bustamante, Zerda, Obando, & Tello , 2019)
- El responder al cuestionario puede ser tedioso, debido a que cuenta con 5 dimensiones y 22 atributos (44 preguntas) (Bustamante, Zerda, Obando, & Tello , 2019).

Modelo SERVPERF

Es un instrumento de medida de la calidad de servicio propuesto por Cronin y Taylor (1992) originado de la escala Servqual. Presenta ventajas conceptuales y empíricas frente a su modelo de origen, además de ser considerado un buen instrumento por numerosos autores de renombre. Del mismo modo que su modelo precedente, el modelo SERVPERF se divide en 5 dimensiones: aspectos tangibles (instalaciones físicas, los equipos, el personal y los materiales), fiabilidad (habilidad de desarrollar el servicio prometido con formalidad y exactitud, de forma correcta, fiable, cuidadosa y sin contratiempos), sensibilidad (voluntad de ayudar a los usuarios y ofrecerles un servicio rápido y adecuado), seguridad (conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza y confidencialidad) y empatía (provisión de una atención amable e individualizada a los usuarios). Las dimensiones se subdividen a su vez en 22 ítems. Cada ítem es puntuado en base a la escala de Likert de 7 puntos (Ros, 2016, pág. 128).

Tabla 1 Servperf

N°	SERVPERF	DIMENSIONES
1	Los equipos de ASTRADE, tienen la apariencia de ser modernos	Aspectos tangibles
2	Las instalaciones de ASTRADE, son visualmente atractivas.	
3	Los empleados del Servicio Educativo, tienen apariencia pulcra	
4	Los materiales relacionados con el Servicio Educativo (folletos, pictogramas, agendas, etc.), son visualmente atractivos.	
5	Cuando en el Servicio Educativo prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	
6	Cuanto usted tiene un problema con el Servicio Educativo, muestran un sincero interés en solucionarlo.	
7	En el Servicio Educativo realizan bien el servicio a la primera	Fiabilidad
8	En el Servicio Educativo concluyen el servicio en el tiempo prometido	
9	En el Servicio Educativo tratan de cometer los menores errores posible.	
10	Los terapeutas del Servicio Educativo, informan con precisión sobre la evolución del servicio.	
11	Los terapeutas del Servicio Educativo, desarrollan el servicio en el tiempo adecuado.	
12	Los terapeutas de Fuente: Modificado de (Ros, 2016, pág. 129) dispuestos a ayudar	Sensibilidad
13	Los terapeutas del Servicio Educativo, nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	
14	El comportamiento de los terapeutas del Servicio Educativo, le trasmite confianza.	
15	Usted se siente seguro en el trato con el Servicio Educativo	Seguridad
16	Los terapeutas del Servicio Educativo, son siempre amables con usted.	
17	Los terapeutas del Servicio Educativo, tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas que les hace.	
18	En el Servicio Educativo le dan una atención individualizada.	
19	En el Servicio Educativo tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.	
20	Los terapeutas del Servicio Educativo, le dan una atención personalizada.	Empatía
21	En el Servicio Educativo se preocupan por sus mejores intereses.	
22	Los terapeutas del Servicio Educativo comprenden sus necesidades específicas	

Dimensiones

Valls (2017) menciona en su libro que los clientes evalúan la calidad de servicio por medio de 5 componentes:

- a) Confiabilidad: Es la capacidad de ofrecer un servicio de manera exacta, segura y consciente.
- b) Respuesta: Es la capacidad de brindar un servicio puntual.
- c) Seguridad: Conocimiento y cortesía de empleados, así como la habilidad para transmitir seguridad.
- d) Empatía: atención personalizada y cuidadosa a clientes.
- e) Tangibles: Aspectos físicos del servicio.

2.2.2 Satisfacción del Usuario

La satisfacción de los clientes emerge desde finales de los años '70 como un campo de investigación particular basado en el estudio del comportamiento del consumidor (Napoles , Tamayo, & Moreno, 2016, pág. 3).

Se define a la satisfacción como el resultado de coincidir las expectativas con las experiencias reales. Por ende, es un medio principal de medir la efectividad de la prestación de la atención. Las empresas que se centran en la satisfacción del cliente pueden mantenerse a la vanguardia en el mercado. Además, ayuda a conocer

las verdaderas fortalezas y debilidades de una organización. (Vas, 2018, págs. 188-189).

En general, a la satisfacción se le puede conceptualizar de acuerdo a tres enfoques: enfoque cognitivo, enfoque afectivo y enfoque cognitivo – afectivo.

El enfoque cognitivo define a la satisfacción como un proceso donde los usuarios procesan de forma racional el acto de compra/venta, generando posteriormente la satisfacción o insatisfacción. Mientras que el enfoque afectivo, destacan la importancia de los elementos afectivos o emocionales de los usuarios. Finalmente, el enfoque cognitivo-afectivo consiste en modelos integrados por factores cognitivos y afectivos, considerando a la satisfacción como una respuesta o evaluación post-consumo (Baena, Garcia , Bernal , Lara , & Galvez, 2016, pág. 220).

La satisfacción del cliente es una herramienta de gestión clave que permite una mejora continua, ya que permite identificar los puntos deficientes que necesitan intervención. Es un poderoso estímulo de orientación para cambiar los aspectos organizativos, culturales y técnicos (Paride, 2017, pág. 6).

Dimensiones de la satisfacción de un usuario externo

Entre las dimensiones de la satisfacción del usuario se muestra los siguientes:

Expectativas: nivel de referencia que espera el consumidor del producto o servicio que adquiere, antes de efectuar la compra. (Mejías Acosta & Manrique Chirkova, 2011)

Confianza: Es una creencia, un sentimiento o expectativa con respecto a lo que se espera de la otra parte de la relación que procede de la pericia de ésta, de su fiabilidad y de su intencionalidad. (Ganesan , 1994)

Para generar confianza es necesario generar que el cliente se sienta seguro con el trato que recibe y que la información que transmite se atienda con confidencialidad. Obteniendo a cambio una cartera de clientes más estable, es decir, relaciones con los usuarios a largo plazo. (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1885)

Lealtad: Es una promesa del individuo referida a su comportamiento que conlleva la probabilidad de realizar compras futuras o reduce la posibilidad de cambio a otra marca o proveedor del servicio. (Berné, 1997)

En el ámbito empresarial y en particular en el ámbito de los servicios, la lealtad de los consumidores es considerada como una de las mayores fuentes de ventaja competitiva. De hecho niveles de lealtad altamente elevados no solo contribuyen a mejorar la condición de la empresa, sino también a mejorar la satisfacción del mismo trabajador. (Bharadwaj, Vanradajan, & Fahi, 1993)

Calidad de servicio y satisfacción del cliente

Para algunos autores la satisfacción del cliente y la calidad del servicio están interrelacionados. Cuanto mayor sea la calidad del servicio, mayor es la satisfacción del cliente (Rubogora , 2017). Otros autores, en tanto, indican que aún no está claro si la satisfacción de los clientes produce calidad percibida o si la calidad de los servicios conduce a la satisfacción. Incluso hay autores que afirman que la calidad precede y es antecedida por la satisfacción (Ganga , Alarcon, & Pedraja , 2019).

2.3 Definición de Términos Básicos

- **Dimensión:** Es el número de variables necesarias para la descripción analítica de un conjunto (Epstein , 1998).
- **Enfoque:** Es una manera de ver las cosas o las ideas y en consecuencia también de tratar los problemas relativos a ellas (Bunge & Ardila , 2002).
- **Escala:** Serie de elementos de la misma especie, ordenados gradualmente en función de alguna de sus características o cualidades (Oxford Languages).
- **Gestión:** Acción o trámite que, junto con otros, se lleva a cabo para conseguir o resolver una cosa (Oxford Languages).
- **Intangible:** Que no debe o no puede tocarse (RAE, 2020).
- **Modelo:** Cosa que sirve como pauta para ser imitada, reproducida o copiada (Oxford Languages).
- **Perfil:** aquellos rasgos particulares que caracterizan a una persona y por supuesto le sirven para diferenciarse de otras (Definicion ABC).

- Ítem: Cada una de las partes o unidades de que se compone una prueba, un test, un cuestionario (RAE, 2020).
- Sector: Parte de una clase o colectividad que presenta caracteres particulares (Oxford Languages)

Capítulo III

Hipótesis y variables

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis General

La calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

3.1.2 Hipótesis específicas

1. Los elementos tangibles se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.
2. La fiabilidad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.
3. La capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.
4. La seguridad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.
5. La empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.

3.2 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable X Calidad de servicio	Es el grado en que los medios deseables se utilizan para alcanzar las posibles mayores mejoras en la salud (Quispe , 2015).	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas- Apariencia de los equipos. Apariencia del personal. Apariencia de los materiales.	Del Ítem 1 al 17	Categoría ordinal de (Likert, 1932). 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Empatía	atención amable atención individualizada		
		Confiabilidad	servicio con formalidad servicio con exactitud, servicio de forma correcta servicio fiable, servicio cuidadoso servicio sin contratiempos.		
		Capacidad de respuesta	ayuda a los usuarios servicio rápido servicio adecuado		
		Seguridad (Arias, 2019, págs. 128-129)	conocimiento de los empleados. cortesía de los empleados. habilidad para transmitir confianza de los empleados. habilidad para transmitir confidencialidad		

de los empleados.
(Arias, 2019, págs. 128-129)

VARIABLE Y Satisfacción del usuario externo	Es el valor subjetivo que manifiesta el usuario después de la atención recibida, (Hanae Zafra, Veramendi Espinoza, & Villa Santiago, 2015)	expectativas	Expectativas generales. expectativas del trato personal. Expectativas acordadas al pago. Expectativas de acuerdo a experiencias previas.	Del Ítem 18 al 25	Categórica ordinal de (Likert, 1932). 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Confianza	Cumplimiento del servicio específico Cumplimiento del servicio general		
		Lealtad	Compromiso al retorno. Compromiso a la recomendación.		

Capítulo IV Metodología del Estudio

4.1 Método de investigación:

En el presente estudio se utilizará el método científico, el enfoque cuantitativo y enfoque deductivo.

4.2 Tipo de investigación:

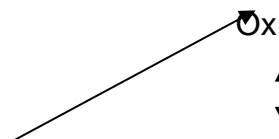
- Según la intervención del investigador es Observacional porque no existe participación del investigador; los datos reflejan la evolución natural de los eventos, ajena a la voluntad del investigador.
- Según la planificación de la medición de la variable de estudio es prospectivo porque Los datos necesarios para el estudio son recogidos a propósito de la investigación (primarios). Por lo que, posee control del sesgo de medición.
- Según el número de mediciones de la variable de estudio es transversal porque Todas las variables son medidas en una sola ocasión; por ello de realizar comparaciones, se trata de muestras independientes.
- Según el número de variables de interés es relacional (Supo, 2013).

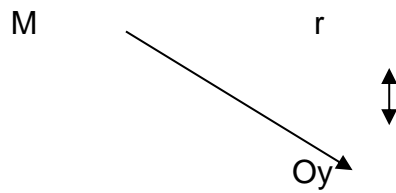
4.3 Nivel de investigación:

El nivel de investigación del estudio es el nivel correlacional, debido a que la se aspira conocer si existe una relación de concomitancia (Valderrama , 2017).

4.4 Diseño de la investigación:

Es un diseño de investigación no experimental, correlacional.





M = Pacientes externos de la clínica dental Firenze

Ox = Calidad de servicio

Oy = Satisfacción del Paciente

4.5 Lugar y periodo de la investigación

El lugar de estudio se realizará en las instalaciones de la clínica dental Firenze.

A su vez, el periodo de investigación será el siguiente:

- La planificación de la investigación se realizó desde el 01 de julio al 01 de setiembre del 2021.
- La ejecución se realizó desde el 01 de setiembre al de 01 de noviembre del 2021.
- La interpretación de los datos se realizó desde el 01 de noviembre al 31 de diciembre de diciembre del 2021.

4.6 Población y muestra de la investigación

Población

La población de este estudio fue de 150 usuarios externos. Para hallar la cantidad de la población se utilizó como valor de orientación la cantidad de pacientes que acudieron el año anterior (2020) en los meses de setiembre y

octubre. Según la tabla N 2 se observa que fueron atendidos un total de 150 pacientes.

Tabla 2

LISTA DE PACIENTES DEL AÑO ANTERIOR (2020)							TOTA
							L
		DR RIOS		DR, FLORES		DR. RIVERA	
		MUJE	VARO	MUJE	VARO	MUJE	VARO
		R	N	R	N	R	N
SETIEMBR	15	11	21	20	6	5	78
E							
OCTUBRE	9	7	20	22	8	6	72
POBLACION DE ESTUDIO							150

fuelle: Clínica Dental Firenze

Muestra

Para la obtención de la cantidad muestral se utilizó la fórmula del muestro aleatorio simple para muestras finitas, con un error máximo estimado del 5%, un nivel de confianza del 95% y una probabilidad de éxito del 50%. En total, fue necesario una muestra de 108 pacientes (Bomba , 2018).

Ecuación 1

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

Dónde:

N = 150 población de estudio.

p = probabilidad 50%.

q = 100 - p = 50%

E = Margen de error +/-5%.

Z = Nivel de confianza al 95 %= 1,96

Figura 2 Muestra Finita

CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

Parametro	Insertar Valor
N	150
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
e	5.00%

Tamaño de muestra

"n" =

108.08

4.7 Criterios de inclusión y exclusión

4.7.1 Criterios de inclusión

- Pacientes de ambos sexos
- Pacientes adultos (mayores de 18 años)
- Pacientes que acuden por primera vez a la consulta y reciban atención odontológica.

- Pacientes continuadores (Salazar J. , 2019).

4.7.2 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.

4.8 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Para la obtención de los datos de la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del paciente se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos.

4.9 Validez y confiabilidad de los instrumentos empleados.

Validez

La validez se determinó mediante el juicio de expertos que estuvo conformado por:

(1) Maestro en ciencias de la salud.

(1) Maestro en estomatología

Luego de la evaluación, se encontró errores, se realizará las correcciones de los instrumentos.

Confiabilidad

Para este estudio se utilizó el coeficiente alfa Cronbach, Siendo muy alta la confiabilidad (0.877) (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

4.10 Procedimiento de recolección de datos

La recolección de los datos comprende los siguientes pasos:

1. Se presentó una carta de presentación al encargado de la clínica dental Firenze.
2. Se coordinó horas y fechas para la recolección de datos con el encargado de dicha clínica.
3. Se acudió en la fecha indicadas y se presentó los cuestionarios a los pacientes que tuvieron tratamiento (se ajustara de acuerdo a los criterios de inclusión y exclusión). Del mismo modo se mostró los consentimientos para que lo rellenen.
4. Los datos obtenidos fueron almacenados en un folder.

4.11 Etapas del procesamiento de datos.

5. Recogida de datos, los datos se extrajeron de las fuentes.
6. Preparación de datos, en esta etapa los datos en bruto se organizan y limpiaron.
7. Introducción de datos, los datos organizados y limpios se introdujeron en el spss versión 26.
8. Procesamiento, en esta etapa se realizó el análisis estadístico.
9. Salida/interpretación de datos, consistió en la traducción de los datos obtenidos del análisis estadístico.
10. Almacenamiento de datos.

4.12 Plan de análisis e interpretación de los datos

Análisis descriptivo

Se realizó tablas de frecuencias de la variable calidad de servicio, sus dimensiones, la variable satisfacción del usuario externo, y tablas de contingencia de la variable calidad y sus dimensiones con la variable satisfacción del usuario.

Análisis inferencial

Se utilizó una prueba no paramétrica, prueba de correlación de Spearman para las 2 variables por ser de naturaleza cualitativa y escala de medición ordinal. Se correlacionó a la variable calidad de servicio y cada una de sus dimensiones con la variable satisfacción del usuario externo.

4.13 Aspectos éticos

Antes de aplicar el instrumento se presentó al paciente un consentimiento informado para cada uno de los participantes, basado en el principio de autonomía, mediante el cual todas las personas deben decidir teniendo en cuenta toda la información necesaria.

Capítulo V

RESULTADOS

5.1 Resultados y Análisis

Análisis descriptivo

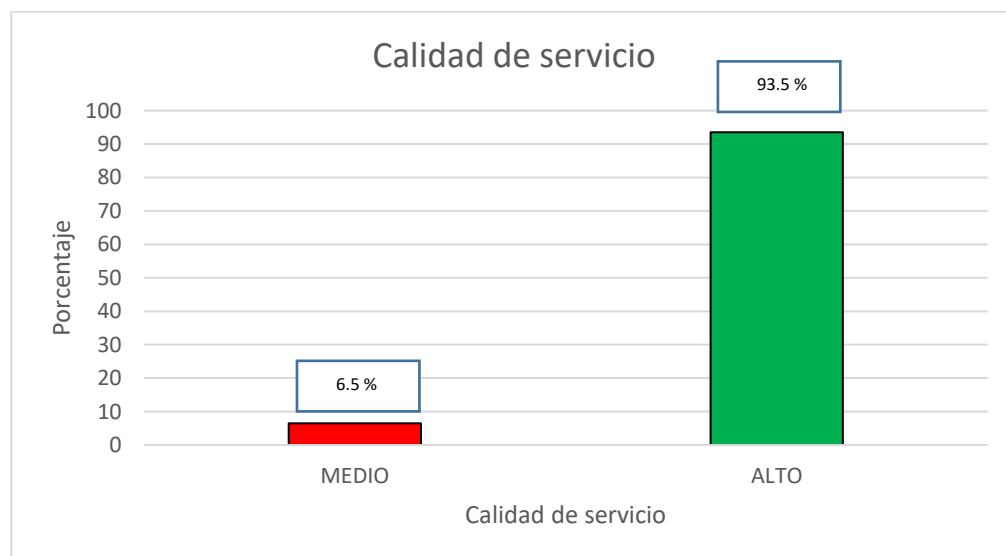
Tabla 3

Distribución de frecuencia de la variable calidad de servicio

Calidad de servicio			
		Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	6.5	6.5
	ALTO	93.5	100.0
	Total	100.0	

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 3



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que, del total de la muestra, el 6.5 % presenta un nivel medio de calidad de servicio y el 93.5 % presenta un nivel alto, El nivel bajo de calidad significa que el servicio es pésimo, el nivel medio significa que el servicio es ni pésimo ni bueno; y el nivel alto significa que el servicio es bueno.

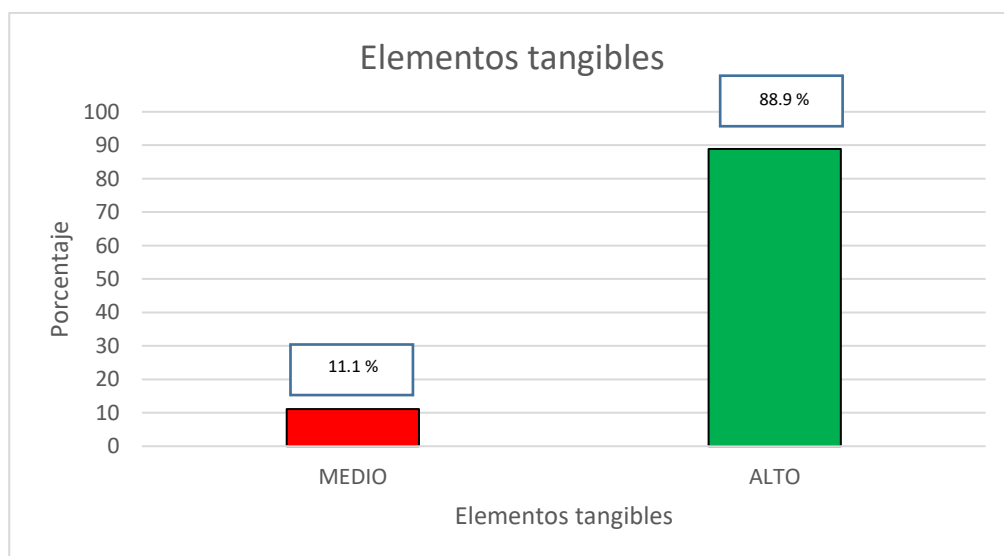
Tabla 4

Distribución de frecuencia de la dimensión elementos tangibles

Elementos tangibles			
		Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	11.1	11.1
	ALTO	88.9	100.0
	Total	100.0	

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 4



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que, del total de la muestra, el 11.1 % presenta un nivel medio y el 88.9 % presenta un nivel alto de elementos tangibles, El nivel bajo de calidad significa que el servicio es pésimo, el nivel medio significa que el servicio es ni pésimo ni bueno; y el nivel alto significa que el servicio es bueno.

Tabla 5

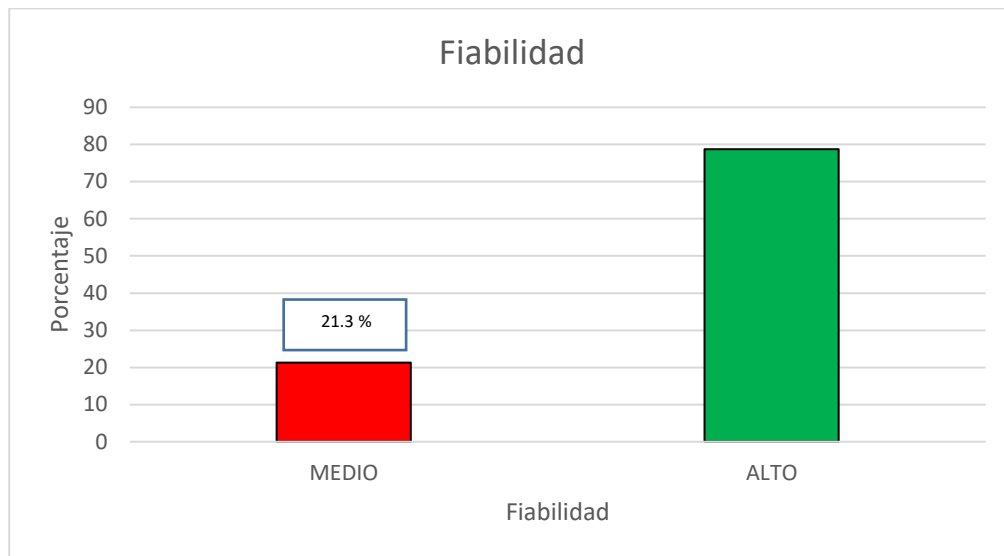
Distribución de frecuencia de la dimensión fiabilidad

Fiabilidad			
		Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	21.3	21.3
	ALTO	78.7	100.0
	Total	100.0	

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

78.7 %

Figura 5



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que, del total de la muestra, el 21.3 % presenta un nivel medio y el 78.7 % presenta un nivel alto de fiabilidad. El nivel bajo de calidad significa que el servicio es pésimo, el nivel medio significa que el servicio es ni pésimo ni bueno; y el nivel alto significa que el servicio es bueno.

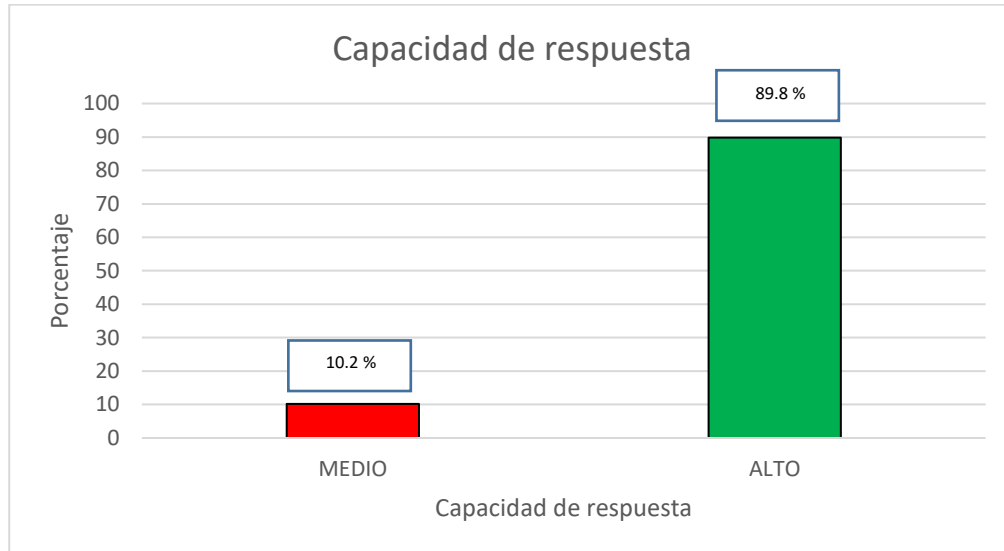
Tabla 6

Distribución de frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta

Capacidad de respuesta			
		Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	10.2	10.2
	ALTO	89.8	100.0
	Total	100.0	

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 6



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que, del total de la muestra, el 10.2 % presenta un nivel medio y el 89.8 % presenta un nivel alto de capacidad de respuesta. El nivel bajo de calidad significa que el servicio es pésimo, el nivel medio significa que el servicio es ni pésimo ni bueno; y el nivel alto significa que el servicio es bueno.

Tabla 7

Distribución de frecuencia de la dimensión seguridad

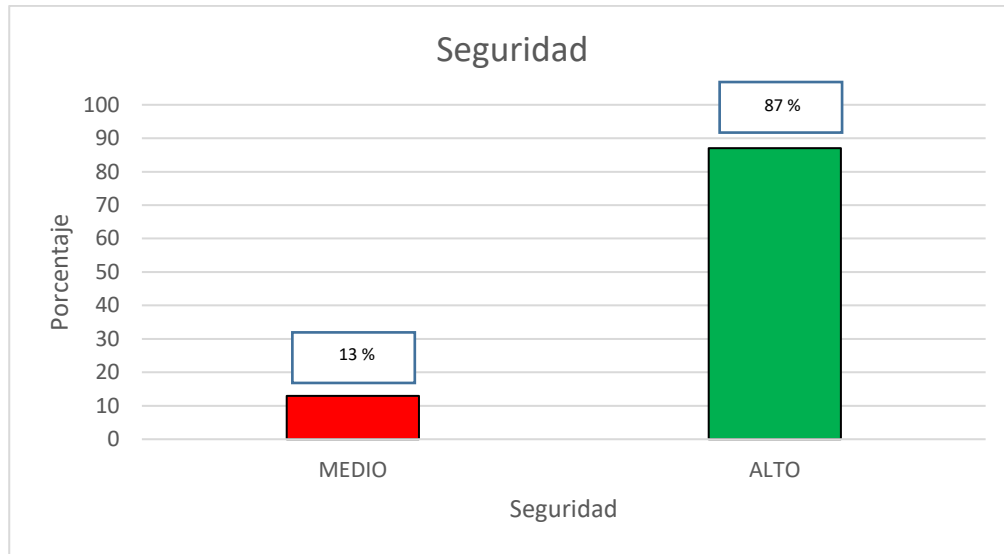
Seguridad

Porcentaje	Porcentaje acumulado
------------	----------------------

Válido	MEDIO	13.0	13.0
	ALTO	87.0	100.0
	Total	100.0	

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 7



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que, del total de la muestra, que el 13 % presenta un nivel medio de y el 87 % presenta un nivel alto de seguridad. El nivel bajo de calidad significa que el servicio es pésimo, el nivel medio significa que el servicio es ni pésimo ni bueno; y el nivel alto significa que el servicio es bueno.

Tabla 8

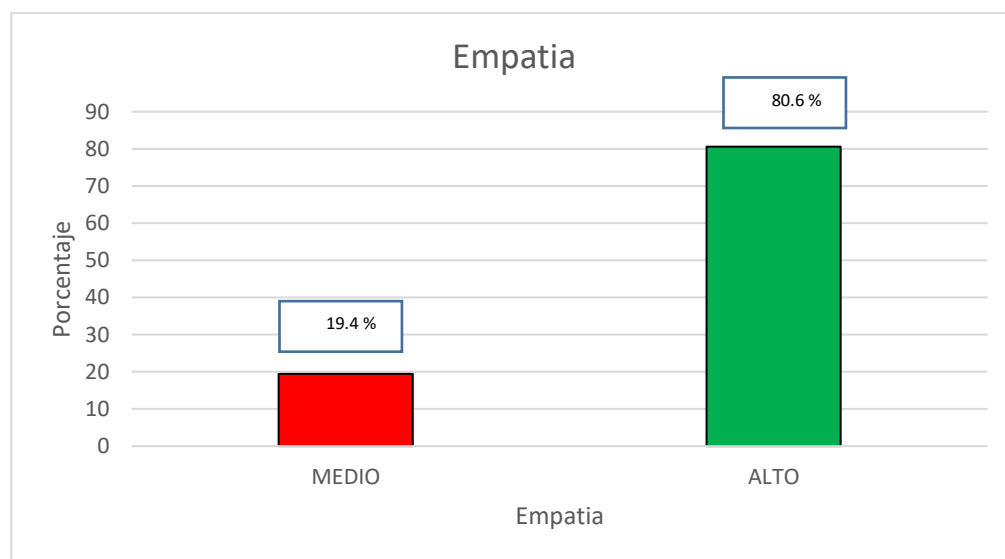
Distribución de frecuencia de la dimensión empatía

Empatía

		Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	19.4	19.4
	ALTO	80.6	100.0
	Total	100.0	

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 8



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que, del total de la muestra, el 19.4 % presenta un nivel medio y el 80.6 % presenta un nivel alto de empatía. El nivel bajo de calidad significa que el servicio es pésimo, el nivel medio significa que el servicio es ni pésimo ni bueno; y el nivel alto significa que el servicio es bueno.

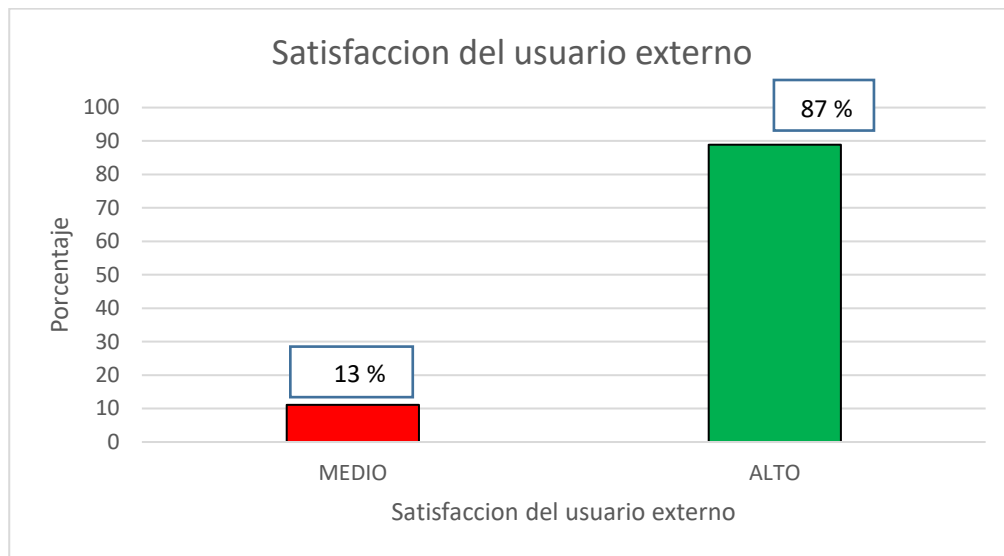
Tabla 9

Distribución de frecuencia de la variable satisfacción del usuario externo

Satisfacción del usuario externo			
		Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	13.0	13.0
	ALTO	87.0	100.0
	Total	100.0	

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 9



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que, del total de la muestra, el 13.0 % presenta un nivel medio y el 87.0 % presenta un nivel alto de satisfacción del usuario externo. El nivel bajo de calidad

significa que el servicio es pésimo, el nivel medio significa que el servicio es ni pésimo ni bueno; y el nivel alto significa que el servicio es bueno.

Tablas de contingencia

Tabla 10

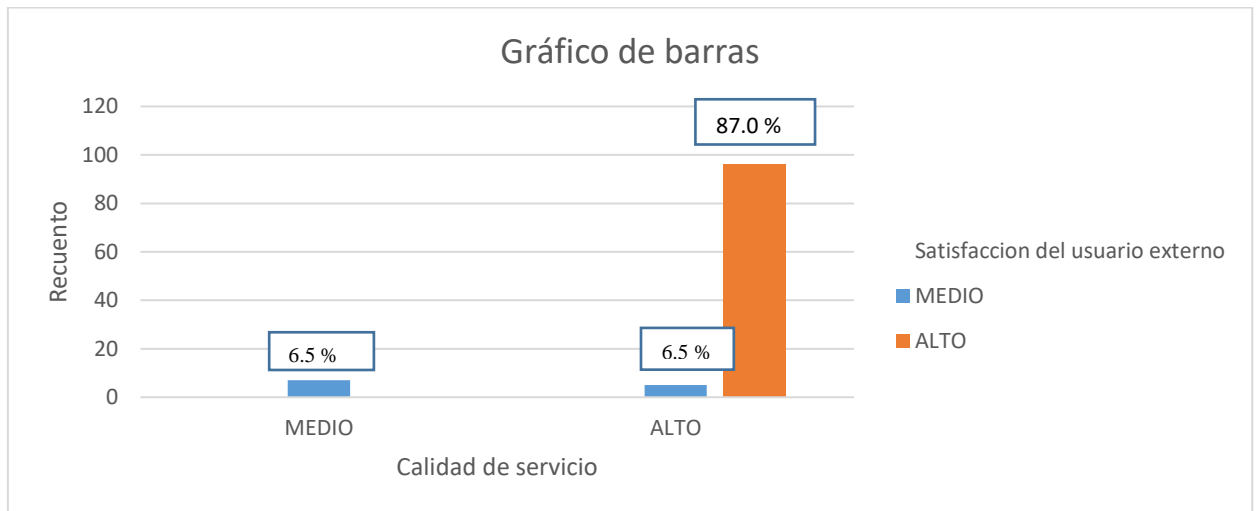
Contingencias entre calidad de servicio y satisfacción del usuario externo

Tabla cruzada entre Calidad de servicio y Satisfacción del usuario externo

		Satisfacción del usuario externo			
		MEDIO	ALTO	Total	
Calidad de servicio	MEDIO	Recuento	7	0	7
		% del total	6.5%	0.0%	6.5%
	ALTO	Recuento	5	96	101
		% del total	6.5%	87.0%	93.5%
Total		Recuento	12	96	108
		% del total	13.0%	87.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 10



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

De la frecuencia de la calidad de la atención por la satisfacción de los usuarios, los resultados muestran: mayor porcentaje de encuestados con calidad de servicio “alta” cuando la satisfacción del usuario externo es “alta” (87.0 %), seguido de encuestados con calidad de servicio “media” cuando la satisfacción del usuario externo es “media” (6.5 %), y en los demás encuestados la calidad de servicio fue “alta” cuando la satisfacción del usuario externo fue “media” (6.5 %).

Tabla 11

Contingencias entre aspectos tangibles y satisfacción del usuario externo

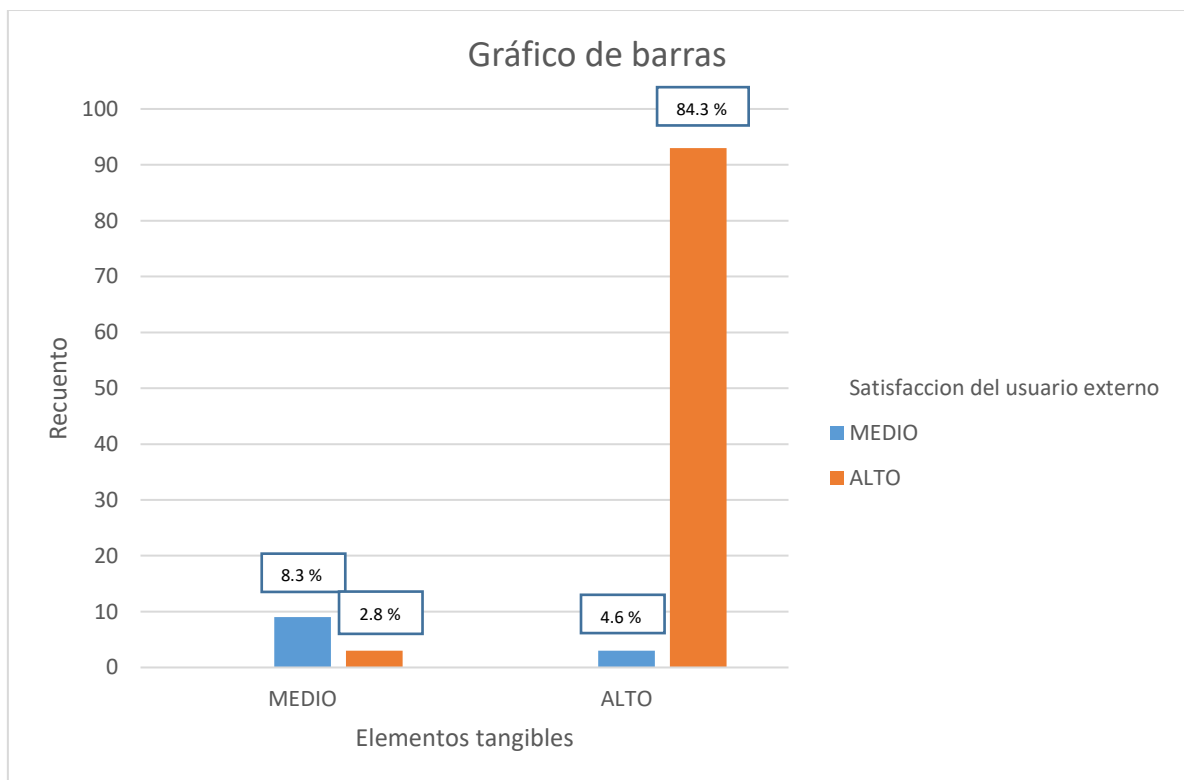
Tabla cruzada entre Elementos tangibles y Satisfacción del usuario externo

		Satisfacción del usuario externo		Total
		MEDIO	ALTO	
Elementos tangibles	Recuento	9	3	12
	% del total	8.3%	2.8%	11.1%

	ALTO	Recuento	3	93	96
		% del total	4.6%	84.3%	88.9%
<hr/>					
Total		Recuento	12	96	108
		% del total	13.0%	87.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 11



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

De la frecuencia de la calidad de la atención por la satisfacción de los usuarios, los resultados muestran: mayor porcentaje de encuestados con Elementos tangibles “alto” cuando la satisfacción del usuario externo es “alta” (84.3 %), seguido de encuestados con Elementos tangibles “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “media” (8.3 %), encuestados con Elementos tangibles “alto” cuando la satisfacción del usuario externo es “medio” (4.6 %) y en los demás encuestados

los Elementos tangibles fue “media” cuando la satisfacción del usuario externo fue “alto” (2.8 %).

Tabla 12

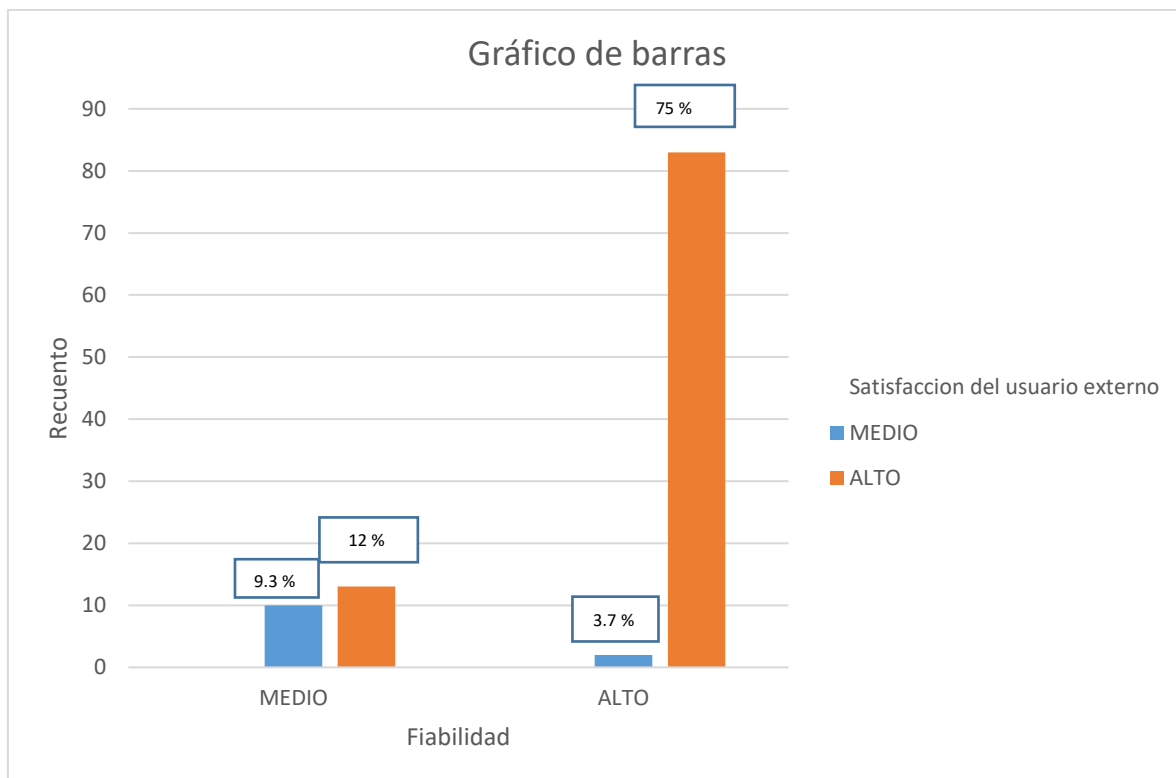
Contingencias entre fiabilidad y satisfacción del usuario externo

Tabla cruzada entre Fiabilidad y Satisfacción del usuario externo

		Satisfacción del usuario externo			
		MEDIO	ALTO	Total	
Fiabilidad	MEDIO	Recuento	10	13	23
		% del total	9.3%	12.0%	21.3%
	ALTO	Recuento	2	83	85
		% del total	3.7%	75.0%	78.7%
Total		Recuento	12	96	108
		% del total	13.0%	87.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 12



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

De la frecuencia de la calidad de la atención por la satisfacción de los usuarios, los resultados muestran: mayor porcentaje de encuestados con fiabilidad “alto” cuando la satisfacción del usuario externo es “alta” (75.0 %), seguido de encuestados con fiabilidad “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “alta” (12 %), encuestados con fiabilidad “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “media” (9.3 %) y en los demás encuestados de fiabilidad fue “alto” cuando la satisfacción del usuario externo fue “medio” (3.7 %).

Tabla 13

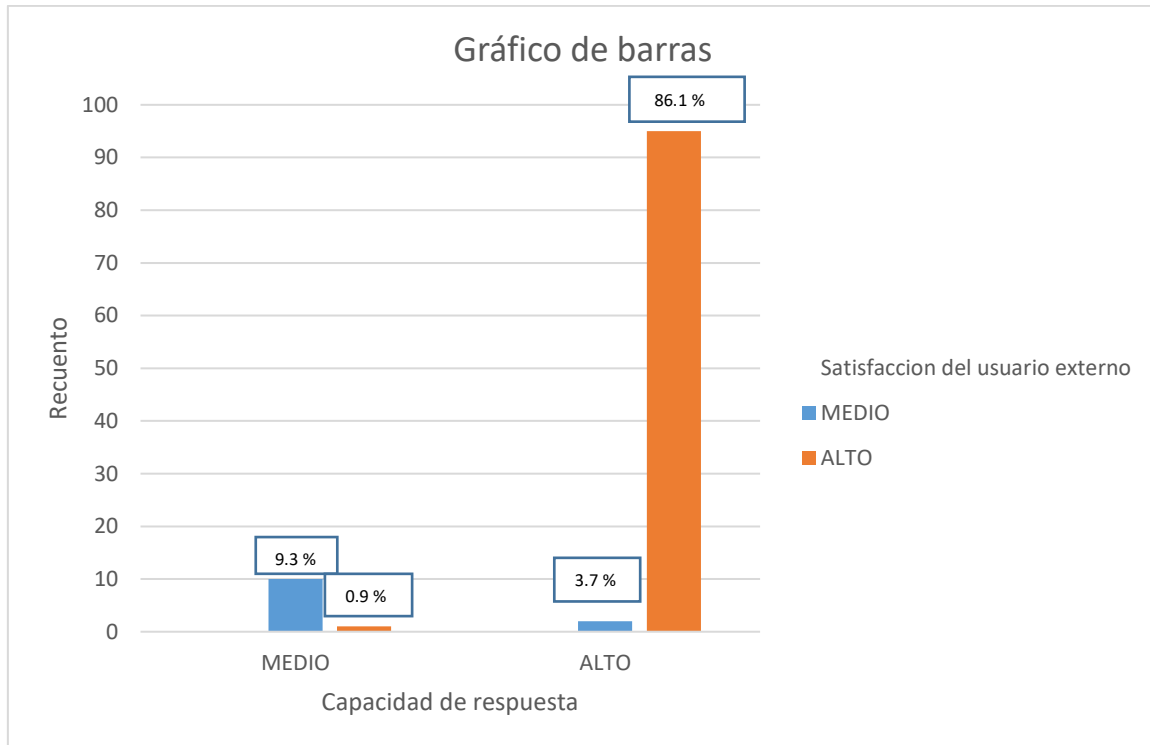
Contingencias entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario externo

Tabla cruzada entre Capacidad de respuesta y Satisfacción del usuario externo

		Satisfacción del usuario externo			
		MEDIO	ALTO	Total	
Capacidad de respuesta	MEDIO	Recuento	10	1	11
		% del total	9.3%	0.9%	10.2%
	ALTO	Recuento	2	95	97
		% del total	3.7%	86.1%	89.8%
Total		Recuento	12	96	108
		% del total	13.0%	87.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 13



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

De la frecuencia de la calidad de la atención por la satisfacción de los usuarios, los resultados muestran: mayor porcentaje de encuestados con fiabilidad “alto” cuando la satisfacción del usuario externo es “alta” (86.1 %), seguido de encuestados con capacidad de respuesta “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “medio” (9.3 %), encuestados con capacidad de respuesta “alto” cuando la satisfacción del usuario externo es “medio” (3.7 %) y en los demás encuestados la capacidad de respuesta fue “medio” cuando la satisfacción del usuario externo fue “alto” (0.9 %).

Tabla 14

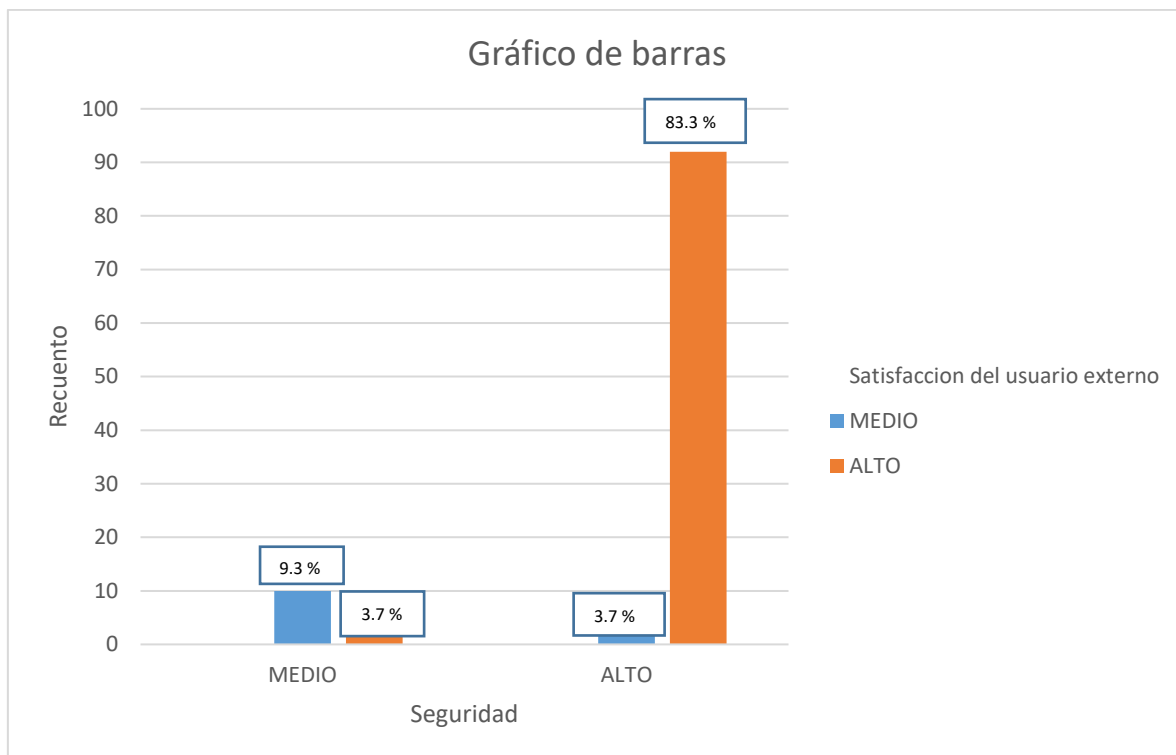
Contingencias entre seguridad y satisfacción del usuario externo

Tabla cruzada entre Seguridad y Satisfacción del usuario externo

		Satisfacción del usuario externo			
		MEDIO	ALTO	Total	
Seguridad	MEDIO	Recuento	10	4	14
		% del total	9.3%	3.7%	13.0%
	ALTO	Recuento	2	92	94
		% del total	3.7%	83.3%	87.0%
Total		Recuento	12	96	108
		% del total	13.0%	87.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 14



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

De la frecuencia de la calidad de la atención por la satisfacción de los usuarios, los resultados muestran: mayor porcentaje de encuestados con Seguridad “alto” cuando la satisfacción del usuario externo es “alto” (83.3 %), seguido de encuestados con Seguridad “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “medio” (9.3 %), encuestados con Seguridad “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “alto” (3.7 %) y en los demás encuestados la Seguridad fue “alto” cuando la satisfacción del usuario externo fue “medio” (3.7 %).

Tabla 15

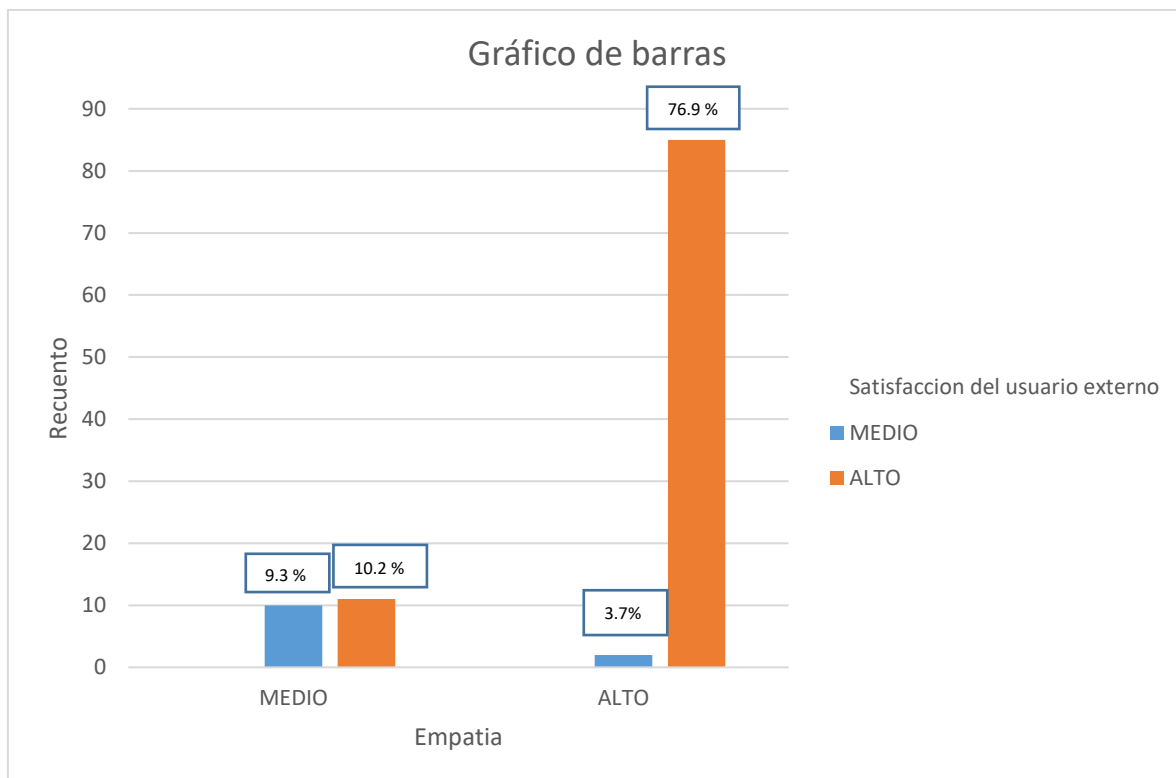
Contingencias entre Empatía y satisfacción del usuario externo

Tabla cruzada entre Empatía y Satisfacción del usuario externo

		Satisfacción del usuario externo			
		MEDIO	ALTO	Total	
Empatía	MEDIO	Recuento	10	11	21
		% del total	9.3%	10.2%	19.4%
	ALTO	Recuento	2	85	87
		% del total	3.7%	76.9%	80.6%
Total		Recuento	12	96	108
		% del total	13.0%	87.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Figura 15



Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

De la frecuencia de la calidad de la atención por la satisfacción de los usuarios, los resultados muestran: mayor porcentaje de encuestados con Empatía “alto” cuando la satisfacción del usuario externo es “alta” (76.9 %), seguido de encuestados con Empatía “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “alto” (10.2 %), encuestados con Empatía “medio” cuando la satisfacción del usuario externo es “medio” (9.3 %) y en los demás encuestados la Empatía fue “alto” cuando la satisfacción del usuario externo fue “medio” (3.7 %).

Estadísticas correlacionales (análisis inferencial)

Prueba de normalidad

Planteamiento de la Hipótesis de normalidad

H1: Las variables calidad de servicio, sus dimensiones y la variable satisfacción del cliente externo son distintas a la distribución normal.

H0: Las variables calidad de servicio, sus dimensiones y la variable satisfacción del cliente externo tienen una distribución normal.

En este caso se tomó en cuenta la prueba de Kolmogorov-Smirnov porque la muestra (108 pacientes) fue mayor a 50 clientes pacientes.

Tabla 16

Prueba de normalidad de las variables calidad de servicio, sus dimensiones y satisfacción del usuario externo.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra			
	Muestra	Estadístico de prueba	Sig. asintótica(bilateral)
Elementos tangibles	108	0.526	,000 ^c
Fiabilidad	108	0.485	,000 ^c

Capacidad de respuesta	108	0.529	,000 ^c
Seguridad	108	0.520	,000 ^c
Empatía	108	0.493	,000 ^c
Calidad de servicio	108	0.539	,000 ^c
Satisfacción del usuario externo	108	0.526	,000 ^c

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

Se observa que las variables tanto “calidad de servicio y sus dimensiones” como “satisfacción del usuario externo” no cuentan con una distribución normal ya que la significancia es menor a 0.00 entonces se impugna la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de normalidad en el sentido de que: Las variables calidad de servicio, sus dimensiones y satisfacción del usuario externo son distintas a la distribución normal. Razón por cual se aplicará la estadística no paramétrica. (Rho de spearman)

Contrastación de hipótesis

Para la contratación de hipótesis se plantea lo siguiente:

Nivel de significancia $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen máximo de error.

$P \geq \alpha$ se acepta la hipótesis nula (H_0)

$P < \alpha$ se acepta la hipótesis del investigador (H_1)

Tabla 17

Escala de coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Rango	Relación
-1	Correlación negativa perfecta
-0.9	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.5	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.1	Correlación negativa muy débil
0	No existe correlación alguna entre las variables
0.1	Correlación positiva muy débil
0.25	Correlación positiva débil
0.5	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.9	Correlación positiva muy fuerte
1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernandez & Bautista (2010, pág.132)

Contrastación de la hipótesis general

H₀ La calidad de servicio no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

H₁ La calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Tabla 18

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la variable calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario externo
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1.000	,682**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	108	108
	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	,682**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

En la tabla se percibe la relación y correlación entre la calidad de la atención y satisfacción del usuario externo, los resultados ponen en manifiesto que existe relación altamente significativa ($p=0.000$), con una correlación positiva media ($R = 0.682$). Además se demuestra la hipótesis del investigador, que la calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H0 Los elementos tangibles no se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

H1 Los elementos tangibles se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Tabla 19

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Correlaciones				
			Satisfacción del usuario externo	Elementos tangibles
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1.000	,653**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	108	108
	Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	,653**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

En la tabla se percibe la relación y correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario externo, los resultados ponen en manifiesto que existe relación altamente significativa ($p=0.000$), con una correlación positiva media ($R=0.653$). Además, se demuestra la hipótesis del investigador, que los elementos tangibles se relacionan directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀ La Fiabilidad no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

H₁ La Fiabilidad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Tabla 20

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Correlaciones				
		Satisfacción del usuario externo		
		Fiabilidad		
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1.000	,473**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	108	108
	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,473**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

En la tabla se percibe la relación y correlación entre la Fiabilidad y la satisfacción del usuario externo, los resultados ponen en manifiesto que existe relación altamente significativa ($p=0.000$), con una correlación positiva débil ($R=0.473$). Además, se demuestra la hipótesis del investigador, que la Fiabilidad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H0 La Capacidad de respuesta no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

H1 La Capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Tabla 21

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Correlaciones				
			Satisfacción del usuario externo	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1.000	,781**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	108	108
	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	,781**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

En la tabla se percibe la relación y correlación entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario externo, los resultados ponen en manifiesto que existe relación altamente significativa ($p=0.000$), con una correlación positiva considerable ($R=0.781$). Además, se demuestra la hipótesis del investigador, que la Capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 4

H₀ La Seguridad no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

H₁ La Seguridad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Tabla 22

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la seguridad y la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Correlaciones				
			Satisfacción del usuario externo	Seguridad
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1.000	,672**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	108	108
	Seguridad	Coeficiente de correlación	,672**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

En la tabla se percibe la relación y correlación entre la Seguridad y la satisfacción del usuario externo, los resultados ponen en manifiesto que existe relación altamente significativa ($p=0.000$), con una correlación positiva media ($R=0.672$). Además, se demuestra la hipótesis del investigador, que la Seguridad se relaciona

directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 5

H₀ La Empatía no se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

H₁ La Empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Tabla 23

Correlación de Spearman y nivel de significancia entre la empatía y la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

Correlaciones				
		Satisfacción del usuario externo		
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1.000	Empatía ,507**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	108	108
	Empatía	Coeficiente de correlación	,507**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	108	108

Fuente: Elaboración propia adaptada de SPSS 25.

Interpretación

En la tabla se percibe la relación y correlación entre la Empatía y la satisfacción del usuario externo, los resultados ponen en manifiesto que existe relación altamente significativa ($p=0.000$), con una correlación positiva media ($R=0.507$). Además, se

demuestra la hipótesis del investigador, que la Empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, en el año 2021.

5.2 Discusión de Resultados

Los resultados de esta investigación muestran que existe una correlación de Spearman de 0.682 entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción

del usuario externo, el cual representa a una correlación positiva media y un nivel de significancia $p = 0.000$, que indica que se acepta la hipótesis del investigador. Por lo tanto, existe relación significativa directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en los pacientes de la Clínica Dental Firenze.

Estudios similares que buscan conocer la relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del usuario muestran los siguientes resultados. De forma muy semejante Shapiama y Revoredo (2021), Adrianzén (2020), Coaquira (2020) y Fuentesrivera (2020) obtuvieron una correlación de Spearman (0,795), (0, 649), (0,887) y (0.652) respectivamente y en todo un nivel de significancia de 0.000 entre las variables en cuestión. Se puede resaltar que el que tuvo el resultado más parecido a Ríos (2022) con (0.682) fue Fuentesrivera (2020) con (0.652). Mientras que el que tuvo el que tuvo la correlación más alta fue Coaquira (2020) con (0,887).

De modo semejante Antezana (2020), Jesus (2020), Salazar (2020) y Arias (2019) obtuvieron una correlación de Spearman de (0,478), (0.406), (0,443) y (0.320) respectivamente y un nivel de significancia de 0.000 entre las variables en cuestión en todos los estudios. Se puede resaltar que el que tuvo el resultado más parecido a Ríos (2022) con (0.682) fue Antezana (2020) con (0,478), además de ser la de mayor correlación de este grupo de investigaciones.

De modo poco semejante Neme (2021) y Huamaní (2018) obtuvieron una correlación de Spearman de (0,110) y (0.071) respectivamente y un nivel de significancia de 0.000 entre las variables en cuestión en todos los estudios. Se puede resaltar que el que tuvo el resultado más parecido a Ríos (2022) con (0.682)

fue Neme (2021) con (0,110), además de ser la de mayor correlación de este grupo de investigaciones.

Los que obtuvieron resultados contrarios fueron Del Pozo (2021) y Arévalo (2020) obtuvieron una correlación de Spearman de (-0,370) y (-0.69) y un nivel de significancia de (0.808) y (0.000) respectivamente entre las variables en cuestión. Se puede resaltar que el que tuvo el resultado más parecido a Ríos (2022) con (0.682) fue Del Pozo (2021) con (-0,370) además de ser la de mayor correlación de este grupo de investigaciones.

Respecto a la relación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario este estudio obtuvo una correlación de Spearman de 0.719 y una significancia de 0.000. Resultado contrario a lo obtenido por Del Pozo (2021) quien obtuvo una correlación negativa de Spearman de - 0.087 no significativa 0.569.

Respecto a la relación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario este estudio obtuvo una correlación de Spearman de 0.855 y una significancia de 0.000. Resultado contrario a lo obtenido por Del Pozo (2021) quien obtuvo una correlación positiva baja de Spearman de 0.046 no significativa 0.810.

Respecto a la relación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario este estudio obtuvo una correlación de Spearman de 0.741 y una significancia de 0.000. Resultado contrario a lo obtenido por Del Pozo (2021) quien obtuvo una correlación negativa de Spearman de - 0.57 no significativa 0.908.

Respecto a la relación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario este estudio obtuvo una correlación de Spearman de 0.571 y una significancia de 0.000. Resultado contrario a lo obtenido por Del Pozo (2021) quien obtuvo una correlación negativa de Spearman de - 0.124 no significativa 0.418.

Conclusiones

Se concluye que existe una correlación positiva media ($R = 0.682$) significativa ($p = 0.000$) entre la variable calidad de servicio y satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze.

Se concluye que existe una correlación positiva media ($R = 0.653$) significativa ($p = 0.000$) entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze.

Se concluye que existe una correlación positiva débil ($R = 0.473$) significativa ($p = 0.000$) entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze.

Se concluye que existe una correlación positiva considerable ($R=0.781$) significativa ($p = 0.000$) entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze.

Se concluye que existe una correlación positiva media ($R = 0.672$) significativa ($p = 0.000$) entre la variable dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze.

Se concluye que existe una correlación positiva media ($R = 0.507$) significativa ($p = 0.000$) entre la dimensión empatía y la satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze.

Recomendaciones

Se recomienda a los lectores de la presente investigación que el trabajo sea tomado como una fuente de información que impulse a investigar y a la vez convertirse a una investigación de nivel explicativo para poder conocer la causalidad entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario.

Se recomienda a futuras investigaciones correlacionar las dimensiones de la variable calidad de servicio con las dimensiones de la variable satisfacción del usuario. Para así obtener información más precisa.

Se recomienda a futuros estudios realizar correlaciones entre la calidad técnica y satisfacción. Ya que existe escasa información de estas variables en relación.

Se recomienda a la comunidad científica una mayor cantidad muestral para que los datos obtenidos sean de mayor relevancia.

Ejecutar un plan de capacitación para el personal de odontología acerca de la calidad y de su relación con la satisfacción en donde se imparta estrategias de mejora en seguridad, empatía, elementos tangibles, capacidad de respuesta y fiabilidad para dar una buena atención a los usuarios.

Referencias Bibliográficas

Alcalde , S. (2009). *Calidad*. Madrid España: Tomson Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=M4KKceSe3f4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Alhabib, S., & Albarikan, O. (2021). Impact of Dental Services on patients perception at private Dental Clinics in riyadh. *IUG Journal of Economics and Business*, 29(1). Obtenido de <https://journal.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJEB/article/view/7900/3514>

- ALICIA, H., MARIA, D., & LILIANA, G. (2014). LA METODOLOGÍA DE TAGUCHI EN EL CONTROL ESTADÍSTICO DE LA CALIDAD. *INVESTIGACION OPERATIVA*(37), 65- 83.
- Aravena , P., Moraga , J., Cartes, R., & Manterola , C. (2014). Validez y Confiabilidad en Investigación Odontológica. *International journal of odontostomatology*, 8(1). Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-381X2014000100009&script=sci_arttext&tlng=e
- Armfield, J., Enkling, N., Wolf, C., & Ramseier, C. (2014). Dental fear and satisfaction with dental services. *Journal of Public Health Dentistry*, 74(1). Obtenido de <https://sci-hub.se/10.1111/j.1752-7325.2012.00368.x>
- Arteaga, J., & Fernandez, J. (2010). El método clínico y el método científico. *Revista Electrónica de las Ciencias Médicas en Cienfuegos*, 8(5). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1800/180020098003.pdf>
- Asociacion Española de Calidad. (2019). *Asociacion Española de Calidad*. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/modelos-de-calidad>
- Baena, J., Garcia , J., Bernal , A., Lara , A., & Galvez, P. (2016). El valor percibido y la satisfacción del cliente en actividades dirigidas virtuales y con técnico en centros de fitness. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(2), 219-227. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2351/235146515002.pdf>
- Bedy , R., Gulati, N., & McMaGrath, C. (2005). A study of satisfaction with dental services among adults in the united kingdom. *BRITISH DENTAL JOURNAL*, 198(7). Obtenido de <https://www.nature.com/articles/4812198.pdf>
- Blanco, C. (2011). *Encuesta y estadística* (1 ed.). Argentina: Editorial brujas. Obtenido de <http://104.207.147.154:8080/bitstream/54000/1319/1/Blanco-%20metodos%20de%20investigaci%c3%b3n.pdf>
- Bomba , F. (2018). *youtube AMAÑO DE MUESTRA / CÓMO CALCULAR el TAMAÑO DE MUESTRA PASO a PASO en EXCEL* . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=1xZAa4jbMqc>
- BRADY, M., & CRONIN, J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>

- Bunge , M., & Ardila , R. (2002). *Filosofía de la psicología*. Mexico: Siglo XXI Editores (2.ª ed.). Obtenido de <file:///C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Filosof%C3%ADa%20y%20Psicolog%C3%ADa.pdf>
- Bustamante , J. (2021). Metodo de recoleccion de informacion para el analisis de la satisfaccion del cliente. *Ixmati*, 7(8), 27-34. Obtenido de <https://uvp.mx/revistas/index.php/ixmati/article/view/7/6>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello , M. (2019). FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO,EL MODELO SERVQUAL. *Revista Empresarial,,* 13(2), 1-15. Obtenido de [file:///C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Dialnet-FundamentosDeCalidadDeServicioElModeloServqual-7361518%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Dialnet-FundamentosDeCalidadDeServicioElModeloServqual-7361518%20(1).pdf)
- Cacho , C. (2020). *Calidad de atención y satisfacción, según la percepción de los pacientes atendidos en la Clinica Dental Art C*. Chiclayo, Peru: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51657/Cacho_SCI-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Calixto, R. (2018). *4 Puntos a considerar al elegir un composite de calidad*. Obtenido de <https://la.ultradent.blog/2018/04/24/4-puntos-a-considerar-al-elegir-un-composite-de-calidad>
- Camacho , J. (2008). Asociación entre variables: correlación no paramétrica. *Acta Médica Costarricense*, 5(3). Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S0001-60022008000300004&script=sci_arttext
- Camison, C., Cruz, S., & Gonsales, T. (2006). *Gestion de la calidad: conseptos enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson edution. Obtenido de <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/orkestra/orkestra07.pdf>
- Chacon , J., & Rugel , S. (2018). Artículo de Revisión. Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de calidad. *Revista Espacios*, 39(50), 14-22. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*(56), 55-68. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Crosby, P. (1998). *La Calidad no Cuesta*. MCGRAW HILL BOOK COMPANY. Obtenido de <https://4grandesverdades.files.wordpress.com/2009/12/la-calidad-no-cuesta.pdf>

- De Paula , L., Berreiros, M., Pereira , G., Gabriela, L., Simpson, J., & Conceicao, R. (2019). User satisfaction with public oral health services in the Brazilian Unified Health System. *BMC Oral Health*, 10(1). Obtenido de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31238976/>
- Definicion ABC. (s.f.). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/perfil.php>
- Del Pozo , R. (2021). *Calidad de la atención y satisfacción en usuarios externos postimplantes dentales de un consultorio odontológico de Guayaquil, 2020*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/61777/Del%20Pozo_PRD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Donabedian, A. (1966). Evaluating the quality of medical care. *the Milbank Memorial Fund Quarterly*, 44(3), 166-203. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Epstein , I. (1998). Un aspecto de la dimensión filosófica de la comunicación humana. El "milagro" de la comunicación. *Signo Y Pensamiento*, 17(33), 121-126. Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3019>
- Espinoza , D. (2018). *EL IMPACTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCION DEL PACIENTE EN LA CLINICA DENTAL DEL SUR DELGADO*. Arequipa, Peru: Universidad Catolica de Santa Maria. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/198132769.pdf>
- Fernandez, P. (1996). Determinación del tamaño muestral. *Cad Aten Primaria*, 3, 138-214. Obtenido de https://www.fisterra.com/mbe/investiga/9muestras/tamano_muestral.pdf
- Flores , L. (2019). *CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLINICAS DENTALES DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA*. Tingo Maria: Universidad Agraria de la Selva. Obtenido de http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1475/LAF_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ganga , F., Alarcon, N., & Pedraja , L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía. *Revista chilena de ingeniería*, 7(4). Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668&lang=pt

- Gelling, L. (2015). Stages in the research process. *Nurs Stand*, 29(27), 44-9. Obtenido de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25736674/>
- Gestión, Diario. (28 de 04 de 2018). COP: 6,000 falsos odontólogos operan en consultorios ilegales. *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/cop-6-000-falsos-odontologos-operan-consultorios-ilegales-232170-noticia/>
- Gonzalez , R., Cruz , G., Zambrano, L., Quiroga , M., Palomares , P., & Tijerina , L. (2019). Calidad en la atención odontológica desde la perspectiva. *Rev Mex Med Forense*, 4(1), 76-78. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/forense/mmf-2019/mmfs191z.pdf>
- Grönroos, C. (1984). service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 36-44. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Hechavarria , S. (2012). Diferencias entre Cuestionario y Encuesta. *Universidad Virtual de Salud Manuel Fajardo*. Obtenido de <http://uvsfajardo.sld.cu/diferencias-entre-cuestionario-y-encuesta>
- Hernandez , S., & Duana , D. (2020). Tecnicas e instrumentos de recoleccion de datos. *olefín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(17), 51-53. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huamani, A. (2018). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN EN LOS CLIENTES DE UNA CLINICA DENTAL*. Lima, Peru: [Trabajo de investigacion de pregrado, Universidad cesar vallejo]. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19600/Huaman%
n%c3%ad_AAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19600/Huaman%c3%ad_AAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- (2019). *informe sobre el comercio mundial*. Organizacion Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/00_wtr19_s.pdf
- Innovación Educativa. (2009). Reseña de "Control total de la calidad" de Armand V. Feigenbaum: *Innovación Educativa*. 9(48), 91. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179414896009.pdf>
- Ishikawa, k. (1997). *¿Que es el control de la calidad? modalidad japonesa*. Colombia: Grupo Editorial Norna. Obtenido de

https://books.google.com.pe/books?id=MWGOXKteTQwC&pg=PR7&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false

- ISO 9000. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario*. Obtenido de <http://www.unc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/ISO%209000-2015.pdf>
- Kayalov, R., Avakarov, S., & Grinin, V. (2017). *Stomatologija (Mosk)*, 96(5), 24-27. Obtenido de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29072640/>
- Kotler, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson. Obtenido de http://eprints.stiperdharmawacana.ac.id/24/1/%5BPhillip_Kotler%5D_Marketing_Management_14th_Edition%28BookFi%29.pdf
- Lapierre, J., Filiatrault, P., & Chevat, J. (1999). Value strategy rather than quality strategy: a case of business of business professional services. *Journal of business research*, 45, 235-246. Obtenido de <file:///C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Dialnet-SegmentandoClientesAPartirDelValorDelServicioUnaAp-2385999.pdf>
- Lewi. (s.f.).
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Escala_Likert#cite_ref-2
- Lozano, L. (1998). ¿Qué es calidad total? *Rev Med Hered*, 9(1). Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X1998000100006
- Macarevich, A., Pilotto, L., Balbinot, J., & Keller, R. (2018). User satisfaction with public and private dental services for different age groups in Brazil. *Cadernos de Zuse Publica*, 33(2). Obtenido de <https://www.scielosp.org/pdf/csp/2018.v34n2/e00110716/en>
- Marroquin, R. (2012). *Planteamiento del problema cuantitativo*. Obtenido de http://www.unc.edu.pe/RESUMEN_sesiones_19-08-12.pdf
- Martinez, J., & Martinez, L. (2010). Rethinking perceived service quality: an alternative to hierarchical and multidimensional models. *Total Quality Management*, 21(1), 93-118. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Napoles, L., Tamayo, P., & Moreno, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones. *Ciencias Holguín*, 22(2), 1-16. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181545579003.pdf>

- Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Departamento de Administración, Economía y Finanzas*, 17(34), 181-209. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Oliver, R. (1999). Value as excellence in the consumption experience. *Consumer value. A framework for analysis an research*, 43-62. Obtenido de <file:///C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Dialnet-SegmentandoClientesAPartirDelValorDelServicioUnaAp-2385999.pdf>
- Orellana , H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. 3(1), 72-83. Obtenido de http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf
- Otzen, T., & Manterola , C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 31(1), 227-232. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext
- Oxford Languages. (s.f.). *Oxford Languages and google*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=escala+definicion&ei=PRTyYKGOFPcz5OUPv7STwAl&oq=escala+&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAEYBjIHCAAQsQMqQzIECAAQzIKCAAQsQMqgwEQzIHCAAQsQMqQzIHCAAQyQMqQzIECAAQzIECAAQzIECAAQzIECAAQzIECAAQzIECAAQzoHCAAQRxCwAzoHCAAQsAMQq0oECEEYAFD1tAVY9bQF
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V., & BERRY, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*(64), 12-40. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Paride, B. (2017). *La satisfacion del cliente*. Thema. Obtenido de <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- Pirsig, R. (1989). *Zen and the Art Motorr:ycll! Maintenance*. New York: Bantam Books.
- Quispe , Y. (2015). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL SERVICIO DE TRAUMATOLOGÍA DEL HOSPITAL NACIONAL HUGO PESCECETO*. Andahuaylas: Universidad Jose Maria Arguedas. Obtenido de <https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/234/24-2015-EPAE-Quipe%20Perez->

Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfaccion%20del%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RAE. (2020). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA*. Obtenido de <https://dle.rae.es/calidad>

Ramirez , E. (1994). Tecnología y calidad según Robert M. Plrsíg. *Rev. Filosofía Univ*, 32(77), 51-59,.

Ramos , K., Podesta , L., & Ruiz , R. (2019). Calidad de servicio y satisfacción de pacientes sometidos a tratamientos estéticos faciales mínimamente invasivos de una clínica privada. Lima-Perú. 2019. *Horizonte Médico* , 20(3). Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2020000300007

Requena y Cerrano. (2007). calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-persepcion de empresas de captacion de talento. (U. C. Bello, Ed.) *Revista Brasileira de Marketing*, 21. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1459.pdf>

Ros, A. (2016). *CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LOS SERVICIOS PRESTADOS A PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL*. Universidad Catolica San Antonio. Obtenido de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequen>

Rubogora , F. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. 6(1), 1-11. Obtenido de <https://www.hilarispublisher.com/open-access/service-quality-and-customer-satisfaction-in-selected-banks-in-rwanda-2167-0234-1000246.pdf>

Salazar. (2018). *Calidad de los Servicios Odontológicos y su Relación con la Satisfacción de los Pacientes de la Clínica MM Dental de la Ciudad Santiago de Chile*. Santiago: Universidad Catolica Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/11921/1/T-UCSG-POS-MGSS-165.pdf>

Salazar, J. (2019). *SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCION EN UNA CLINICA ODONTOLOGICA DE HUANCAYO - 2018*. Huancayo, Peru: Universidad Peruana los Andes. Obtenido de https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1559/T037_20071001_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salazar, J. (2019). *SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS RESPECTO A LA CALIDAD DE ATENCION EN UNA CLINICA*

- ODONTOLOGICA DE HUANCAYO - 2018. Huancayo, Peru: Universidad Peruana los Andes. Obtenido de https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1559/T037_20071001_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Revista Industrial Data*, 19(2), 13-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>
- Sanchez y Sanchez. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Sarango, I. (2021). *Nivel de satisfacción en la atención de pacientes en un consultorio odontológico*. Universidad Cesar Vallejo, Sullana, Peru. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62985/Sarango_PIG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Satorres, M. (2008). *Análisis de la Relación entre la Calidad y Satisfacción en el Ámbito Hospitalario en Función del Modelo de Gestión Establecido*. Castellon de la Plana: Universitat Jaume. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10357/civera.pdf?sequence=1>
- Schantz, D., & Linderman, C. (1982). The research design. *The research design*, 12(2), 35-38. Obtenido de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/6916781/>
- Shapiama y Revoredo. (2021). *Calidad de Servicio y Satisfacción en los Clientes del Centro odontológico Creadent*. Lima: Universidad Peruana Union. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4229/Julio_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Smirnova, L. (2018). Quality assessment and organization of dental care in the regions of Russian Federation. *Stomatologija (Mosk)*, 97(2), 14-21. Obtenido de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29795098/>
- Sousa, V., Driesnack, M., & Mendes, I. (2007). REVISIÓN DE DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN RESALTANTES PARA ENFERMERÍA. PARTE 1: DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. *Rev Latino-am Enfermagem*, 15(3). Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rlae/a/7zMf8XypC67vGPrXVrVFGdx/?format=pdf&lang=es>

- Sulbaran , D. (2012). *Analisis Bivariado de datos*. Universidad Central de Venezuela. Obtenido de <http://saber.ucv.ve/bitstream/123456789/11400/1/An%C3%A1lisis%20bivariado%20de%20datos.pdf>
- Summers, D. (2006). *Administracion dela Calidad*. Mexico: Pearson Education. Obtenido de <http://peruhydraulics.com.pe/ebook/Administracion-de-la-calidad.pdf>
- Supo , J. (2019). Las variables de estudio. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=_zYavUPq98k
- Supo, J. (2013). *Tipo de investigacion*. Peru. Obtenido de <https://es.slideshare.net/josesupo/tipos-de-investigacion-15894272>
- Talend. (2021). *Talend*. Obtenido de <https://www.talend.com/es/resources/what-is-data-processing/>
- Tecnica en gestion universitaria. (2020). Seminario Calidad y Evaluación de Procesos. *universidad nacional de cordoba*. Obtenido de <https://sceptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-1/evolucion/walter-a-shewhart/>
- Torres y Leon. (2015). Nivel de satisfacción de los pacientes atendidos en el Servicio de Ortodoncia de una Clínica Dental Docente peruana. *R. Estomatologica Herediana*, 25(2). Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1019-43552015000200005
- Torres, M., & Vasquez, C. (2010). La Calidad: Evoluci´on de su significado y aplicaci´on en servicios. *Publicaciones en Ciencias y Tecnologia*, 4(2), 25–32. Obtenido de <file:///C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Dialnet-LaCalidad-6505356.pdf>
- Tschohl , J. (2012). Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia. En J. Tschohl, *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia* (pág. 10). Florida, Usa: Service Cuality Institute. Obtenido de https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf
- Valderrama , S. (2017). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. San Marcos. Obtenido de <https://www.aacademica.org/cporfirio/17.pdf>

Valls , W. (2017). *La Calidad de Servicio - Via segura para alcanzar la competitividad*. Manta: Mar Abierto. Obtenido de https://issuu.com/marabierto/leam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest

Vas, N. (2018). *Patient Satisfaction*. IGI Global. Obtenido de <file:///C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Patient-Satisfaction.pdf>

Apéndice

Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>General:</p> <p>¿Existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021?</p> <p>Específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y satisfacción</p>	<p>General:</p> <p>Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p> <p>Específicos:</p> <p>Determinar la relación entre los elementos tangibles y satisfacción</p>	<p>General:</p> <p>La calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p> <p>Específicos:</p> <p>Los elementos tangibles se relacionan directamente con la satisfacción</p>	<p>Variable x</p> <p>Calidad de servicio</p>	<p>Elementos tangibles</p> <p>Fiabilidad</p>	<p>Apariencia de las instalaciones físicas</p> <p>Apariencia de los equipos.</p> <p>Apariencia del personal.</p> <p>Apariencia de los materiales.</p> <p>servicio con formalidad</p> <p>servicio con exactitud,</p> <p>servicio de forma correcta</p> <p>servicio fiable,</p> <p>servicio cuidadoso</p>	<p>Método de investigación:</p> <p>Método científico, enfoque cuantitativo-deductivo</p> <p>Tipo de investigación:</p> <p>Observacional, prospectivo, transversal, relacional</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Correlacional</p> <p>Lugar y periodo de la investigación:</p> <p>Instalaciones de la clínica dental Firenze – julio/enero</p>

<p>del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021?</p>	<p>del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>	<p>del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>			<p>servicio sin contratiempos.</p>	<p>Población o universo: 150 pacientes de setiembre y octubre</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>	<p>La fiabilidad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>		<p>Capacidad de respuesta</p>	<p>ayuda a los usuarios Servicio rápido Servicio adecuado</p>	<p>Muestra, tipo de muestreo, tamaño de la muestra. Formula de Muestreo aleatorio simple para muestras finitas, donde la muestra fue de 108 pacientes.</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta</p>	<p>Determinar la relación entre la capacidad de respuesta</p>	<p>La capacidad de respuesta se relaciona directamente con la satisfacción del usuario</p>		<p>Seguridad</p>	<p>conocimiento de los empleados. cortesía de los empleados. habilidad para transmitir confianza de los empleados. habilidad para transmitir confidencialidad de los empleados.</p>	<p>Criterios de Inclusión. Pacientes de ambos sexos Pacientes adultos (mayores de 18 años) Pacientes que acuden por primera vez a la consulta y reciban</p>

<p>y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021?</p>	<p>y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>	<p>externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>	<p>Variable y Satisfacción del paciente.</p>	<p>Empatía (Flores , 2019)</p>	<p>Atención amable Atención individualizada</p>	<p>atención odontológica. Pacientes continuadores.</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la seguridad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre la seguridad y satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>	<p>La seguridad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>		<p>Expectativas</p>	<p>Expectativas generales. expectativas del trato del personal. Expectativas acordes al pago. Expectativas de acuerdo a experiencias previas.</p>	<p>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.</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la empatía y satisfacción del usuario externo en la</p>	<p>Determinar la relación entre la empatía y satisfacción del usuario externo en la</p>	<p>La empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario externo en la clínica dental Firenze, 2021.</p>		<p>Confianza</p>	<p>Cumplimiento del servicio específico Cumplimiento del servicio general</p>	
			<p>Lealtad</p>	<p>Compromiso al retorno. Compromiso a la recomendación.</p>	<p>Pruebas estadísticas: Coeficiente de correlación de Spearman</p>	

clínica dental Firenze, 2021?	clínica dental Firenze, 2021.					
-------------------------------	-------------------------------	--	--	--	--	--

Carta de Presentación

Huancayo, 08 de agosto del 2021

Sr.: Flores Matos Mc Brian Francisco

Director de la Clínica Dental Firenze

Estimado Dr.

Reciba usted un saludo cordial y a la vez el agrado de presentarme: Yo Ríos Prieto Juvencia Rocío, Maestrando en Administración de Negocios, con el debido respeto expongo, que conforme a las capacitaciones y actualizaciones que amerita todo personal de vuestra institución, deseo ejecutar el proyecto de investigación titulado **Relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze, 2021**. Mediante unos 02 cuestionarios con una duración de 15 minutos por persona.

Por tal motivo, agradeceré a usted señor Director se me brinde las facilidades, para realizar dicha encuesta a los pacientes de la clínica dental. Reconocidos por su alto espíritu de colaboración, me suscribo de usted.

Atentamente,

Ríos Prieto Juvencia Rocio

Consentimiento Informado

INSTITUCIÓN : Clínica Dental Firenze

INVESTIGADOR : Ríos Prieto Juvencia Rocío

PROYECTO Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los pacientes de la Clínica Dental Firenze, 2021.

Por medio de este documento hago constar que acepto voluntariamente la participación en la investigación titulado **Relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario externo de la Clínica Dental Firenze, 2021**. A cargo de **Ríos Prieto Juvencia Rocío** de la Universidad Continental. Se me ha explicado el propósito del estudio y que para su efecto utilizaran 02 cuestionarios, para poder recolectar la información necesaria para el estudio. Comprendo perfectamente que el propósito de la investigación es simplemente con fines científicos.

Se me ha explicado que los materiales usados no comprometen ningún riesgo en mi salud porque no son procedimientos de riesgo. El personal que realizara el estudio es un personal calificado.

Firmo el documento como prueba de mi aceptación recibiendo previamente la información y objetivo del trabajo, además la información obtenida se manipulará con confidencialidad y solo con fines científicos que en ningún caso será publicado el nombre o identificación.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al 959879590

Apellidos y nombres:	
DNI:	
Firma:	
Fecha:	

Ficha de Validación de Experto

Considerando que la estudiante Ríos Prieto Juvencia Rocío de la asignatura “Seminario Tesis I”, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual se adjuntara el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario externo de la clínica dental Firenze.

Instrucciones: Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

	PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)													
	5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte													
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.															
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.															
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.															

4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.																				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.																				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.																				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.																				
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.																				
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.																				
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.																				
Sumatoria Parcial																				
Sumatoria Total																				

Observaciones:

.....
.....
.....
.....

Nombres y Apellidos del

Experto:..... **Especialidad:**

.....

DNI:.....

Nro.

Celular:.....

Firma:.....

.....

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que la estudiante Ríos Prieto Juvencia Rocío de la asignatura "Seminario Tesis I", debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual se adjuntara el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario externo de la clínica dental Firenze.

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X	X				
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X	X				
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X	X				
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X	X				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X	X				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X	X				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X	X				
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X	X				
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X	X				
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X	X				
Sumatoria Parcial					50					50	10				
Sumatoria Total															

Observaciones:

.....

Nombres y Apellidos del Experto: Daniel Felen Hinojosa Especialidad: Odontología / Rehabilitación Oral

DNI: 49101025

Celular: 964 613351

Nro.

Firma: 

Daniel Felen Hinojosa
 CIRUJANO DENTISTA,
 COP: 19404

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que la estudiante Ríos Prieto Juvencia Rocío de la asignatura "Seminario Tesis I", debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual se adjuntara el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario externo de la clínica dental Firenze.

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo	5 = Mínimo
4 = Satisfactorio	4 = Poca
3 = Bueno	3 = Regular
2 = Regular	2 = Bastante
1 = Deficiente	1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X	X				
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X	X				
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X	X				
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X	X				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X	X				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X	X				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X	X				
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X	X				
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X	X				
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X	X				
Sumatoria Parcial					50					50	10				
Sumatoria Total					50					50	10				

Observaciones:

.....

.....

Nombres y Apellidos del Experto: MARIA ANTONIETA GARCIA GUTIERREZ Especialidad: SALUD FAMILIAR Y COMUNITARIA

DNI: 09933648

Nro. Celular: 964691600

Firma: Maria Antonieta Garcia Gutierrez

MINISTERIO DE SALUD
RED DE SALUD VALLE DEL SANTARÍ
C.S. CILICA - MIBORRERO
C.D. M. Antonieta Garcia Gutierrez
CIRUJANO DENTISTA
COP. 11159 - RNE. 2761

Cuestionario de Calidad de servicio

Información general

Edad : _____ Sexo : Masculino Femenino

Grado de instrucción : _____

Confidencialidad: El presente cuestionario es anónimo y la información proporcionada será empleada para fines académicos, su contenido será tratado de forma confidencial.

Instrucciones: Lea cada pregunta, seleccionar una alternativa y marque con un X. Este cuestionario está estructurado por ítems con una escala de Likert, que son las siguientes:

1: Totalmente en desacuerdo, **2:** En desacuerdo, **3:** Neutro, **4:** De acuerdo, **5:** Totalmente de acuerdo.

CALIDAD DE SERVICIO						
		1	2	3	4	5
Elementos Tangibles						
1	¿Los equipos de la Clínica Dental Firenze se ven en buen estado?					
2	¿Las instalaciones de la Clínica Dental Firenze son visualmente atractivas?					
3	¿El odontólogo de la Clínica Dental Firenze tiene apariencia limpia?					
4	¿La apariencia de los materiales e instrumentos utilizados en su atención dental se ven higiénicos?					
Fiabilidad						
5	¿El odontólogo realiza los tratamientos dentales dentro del tiempo pactado?					

6	¿La Clínica Dental Firenze proporciona sus servicios dentales en la hora de cita pactada?					
Capacidad de Respuesta						
7	¿el odontólogo es claro y preciso a la hora de explicarle el plan de tratamiento?					
8	¿Cree que el odontólogo es ordenado a la hora de realizarle el tratamiento dental?					
9	¿Cree que el odontólogo a la hora de atenderle evita distracciones como las causadas por el celular, conversaciones con la asistente dental, etc. se centra en terminar su trabajo?					
Seguridad						
10	¿Cree que el odontólogo tiene el conocimiento para poder solucionar su problema?					
11	¿Cree que el odontólogo es seguro de sí mismo?					
12	¿Cree que durante su atención en la clínica dental se respetó su privacidad?					
Empatía						
13	¿El odontólogo se adecua a sus horarios disponibles?					
14	¿El odontólogo le comprende si llega tarde a su cita o no puede acudir a la misma?					
15	El odontólogo se preocupa por conocer a fondo a las personas (problemas, preocupaciones, sueños, gustos, etc.).					
16	El odontólogo le ofrece alternativas de tratamiento tomando en cuenta la opinión y deseos del paciente.					

17	¿El odontólogo le atiende con cortesía?					
----	---	--	--	--	--	--

Cuestionario de Satisfacción del usuario Externo

Confidencialidad: El presente cuestionario es anónimo y la información proporcionada será empleada para fines académicos, su contenido será tratado de forma confidencial.

Instrucciones: Lea cada pregunta, seleccionar una alternativa y marque con un X. Este cuestionario está estructurado por ítems con una escala de Likert, que son las siguientes:

1: Totalmente insatisfecho, **2:** insatisfecho, **3:** Ni satisfecho ni insatisfecho, **4:** Satisfecho, **5:** Totalmente Satisfecho.

SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
		1	2	3	4	5
18	¿El servicio que brinda la clínica dental cumplió con sus expectativas?					
19	¿Me siento conforme con el trato del dentista que me ha atendido?					
20	¿Cree que el servicio que recibió esta acorde con el pago?					

21	Si piensa en los servicios odontológicos previos que recio en otras clínicas dentales. Está de acuerdo que somos la mejor opción?					
22	¿Cree que resolvimos el problema que fue motivo de su visita?					
23	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por la clínica dental?					
24	¿Regresaría por una nueva atención dental?					
25	¿Recomendaría nuestro servicio dental a sus parientes, amigos o conocidos?					

Gracias por su colaboración