

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Marketing

Tesis

**Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de
la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024**

Maribel Thaylu Leonardo Quispe
Nury Vaneza Antallaca Noa

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración y Marketing

Huancayo, 2025

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



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

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa
DE : Eduardo Michael Párraga Baquerizo
Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 1 de Julio de 2025

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024

Autores:

1. Maribel Thaylu Leonardo Quispe – EAP. Administración y Marketing
2. Nury Vaneza Antallaca Noa – EAP. Administración y Marketing

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 20 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores
Nº de palabras excluidas (en caso de elegir "SI"): 20 SI NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original
(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

Asesor

Ma. Eduardo Michael Párraga Baquerizo

Dedicatoria

A nuestro creador, Dios.

A mis queridos padres Lurdes y Jaime

Nury.

A nuestro padre celestial, Dios.

A mi apreciada Madre Isaura.

A mi hermana Cyntia.

Maribel.

Agradecimientos

A nuestro creador, Dios, quien fue la guía en esta dirección, gracias por proporcionarnos los recursos que necesitamos para conseguir este objetivo.

Agradecemos profundamente al Mg. Eduardo Michael Parraga Baquerizo por su inestimable dirección y ayuda durante el desarrollo de esta tesis.

A cada uno de nuestros familiares.

Las autoras.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	v
Agradecimientos	vi
Índice de contenidos	vii
Lista de Tablas	xi
Lista de Figuras.....	xiv
Resumen.....	xv
Abstract.....	xvi
Introducción	xvii
Capítulo I Planteamiento del Estudio	18
1.1. Delimitación de la Investigación	18
1.1.1. Territorial.	18
1.1.2. Temporal.	18
1.1.3. Conceptual.....	18
1.2. Planteamiento del Problema	18
1.3. Formulación del Problema	21
1.3.1. Problema General.....	21
1.3.2. Problemas Específicos.	21
1.4. Objetivos de la Investigación	21
1.4.1. Objetivo General.	21

1.4.2. Objetivos Específicos.....	22
1.5. Justificación de la Investigación.....	22
1.5.1. Justificación Teórica.....	22
1.5.2. Justificación Práctica.....	22
1.5.3. Justificación metodológica.....	22
Capítulo II Marco Teórico	24
2.1. Antecedentes de Investigación	24
2.1.1. Artículos Científicos.....	24
2.1.2. Tesis Internacionales.....	26
2.1.3. Tesis Nacionales.....	27
2.2. Bases Teóricas	29
2.2.1. Variable calidad de servicio	29
2.2.2. Dimensiones.....	30
2.2.3. Importancia	30
2.2.4. Variable satisfacción del cliente	31
2.3. Definición de Términos Básicos	32
Capítulo III Hipótesis y Variables	34
3.1. Hipótesis.....	34
3.1.1. Hipótesis General.....	34
3.1.2. Hipótesis Específicas	34

3.2. Variables.....	35
3.2.1. Variable: Calidad de servicio	35
3.2.2. Variable: Satisfacción del cliente.....	35
3.3. Operacionalización de las Variables	36
Capítulo IV Metodología	37
4.1. Enfoque de la Investigación	37
4.2. Tipo de Investigación	37
4.3. Nivel de Investigación.....	37
4.4. Métodos de Investigación.....	38
4.5. Diseño de Investigación	38
4.6. Población y Muestra	38
4.6.1. Población.....	38
4.6.2. Muestra.....	38
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección De datos.....	39
4.7.1. Técnicas.....	39
4.7.2. Instrumentos.....	39
Capítulo V Resultados	41
5.1. Descripción del trabajo de campo	41
5.2. Presentación de resultados.....	42
5.1.2. Análisis por dimensiones	63

5.1. Verificación de Resultados.....	70
5.1.1. Prueba de Normalidad.....	70
5.1.2. Prueba de hipótesis general.....	71
5.1.3. Resultado hipótesis específica 1.....	72
5.1.4. Resultado hipótesis específica 2.....	73
5.1.5. Resultado hipótesis específica 3.....	73
5.1.6. Resultado hipótesis específica 4.....	74
5.1.7. Resultado hipótesis específica 5.....	74
5.2. Discusión de resultados	75
Conclusiones.....	77
Recomendaciones	79
Referencias Bibliográficas	81
Apéndices.....	87

Lista de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	36
Tabla 2. Alfa de Cronbach	39
Tabla 3. Validación de expertos.....	40
Tabla 4. Pregunta 1	42
Tabla 5. Pregunta 2	42
Tabla 6. Pregunta 3	43
Tabla 7. Pregunta 4	43
Tabla 8. Pregunta 5	44
Tabla 9. Pregunta 6	44
Tabla 10. Pregunta 7	45
Tabla 11. Pregunta 8	45
Tabla 12. Pregunta 9	46
Tabla 13. Pregunta 10	46
Tabla 14. Pregunta 11	47
Tabla 15. Pregunta 12	47
Tabla 16. Pregunta 13	48
Tabla 17. Pregunta 14	48
Tabla 18. Pregunta 15	49
Tabla 19. Pregunta 16	49

Tabla 20. Pregunta 17	50
Tabla 21. Pregunta 18	50
Tabla 22. Pregunta 19	51
Tabla 23. Pregunta 20	51
Tabla 24. Pregunta 21	52
Tabla 25. Pregunta 22	52
Tabla 26. Pregunta 23	53
Tabla 27. Pregunta 24	53
Tabla 28. Pregunta 25	54
Tabla 29. Pregunta 26	55
Tabla 30. Pregunta 27	55
Tabla 31. Pregunta 28	56
Tabla 32. Pregunta 29	56
Tabla 33. Pregunta 30	57
Tabla 34. Pregunta 31	57
Tabla 35. Pregunta 32	58
Tabla 36. Pregunta 33	58
Tabla 37. Pregunta 34	59
Tabla 38. Pregunta 35	59
Tabla 39. Pregunta 36	60

Tabla 40. Pregunta 37	61
Tabla 41. Pregunta 38	61
Tabla 42. Pregunta 39	62
Tabla 43. Estadísticos dimensión confiabilidad.....	63
Tabla 44. Estadísticos dimensión capacidad de respuesta	63
Tabla 45. Estadísticos dimensión seguridad	64
Tabla 46. Estadísticos dimensión empatía	65
Tabla 47. Estadísticos dimensión elementos tangibles	66
Tabla 48. Estadísticos dimensión expectativa del servicio	66
Tabla 49. Estadísticos dimensión tiempo.....	67
Tabla 50. Estadísticos aspectos tangibles	68
Tabla 51. Estadísticos dimensión calidad	68
Tabla 52. Prueba de normalidad de variables	70
Tabla 53. Correlación de variables	72
Tabla 54. Correlación dimensión confiabilidad y satisfacción del cliente	72
Tabla 55. Correlación dimensión capacidad de respuesta y satisfacción del cliente	73
Tabla 56. Correlación dimensión seguridad y satisfacción del cliente	73
Tabla 57. Correlación dimensión empatía y satisfacción del cliente	74
Tabla 58. Correlación dimensión elementos tangibles y satisfacción del cliente	74

Lista de Figuras

Figura 1. Dimensión confiabilidad	63
Figura 2. Dimensión capacidad de respuesta.....	64
Figura 3. Dimensión seguridad.....	64
Figura 4. Dimensión empatía.....	65
Figura 5. Dimensión elementos tangibles.....	66
Figura 6. Dimensión expectativa del servicio.....	67
Figura 7. Dimensión tiempo	67
Figura 8. Dimensión aspectos tangibles	68
Figura 9. Dimensión calidad.....	69
Figura 10. Histograma calidad de servicio	70
Figura 11. Histograma satisfacción del cliente.....	70
Figura 12. Interpretación tabla Spearman.....	71

Resumen

Esta tesis tuvo como objetivo general , determinar cuál es la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los pacientes en la clínica odontológica NIURDENT de Puno durante el año 2024, adoptando un enfoque cuantitativo, aplicado, nivel correlacional y diseño no experimental. En el presente estudio, la población de estudio consistió en 156 pacientes atendidos mensualmente. La obtención de datos se dio con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario. Se utilizó el software estadístico SPSS v. 27, que facilitó la determinación de la correlación. Para el análisis de confiabilidad, se empleó el estadístico α de Cronbach (0.970) para la evaluación de normalidad, se utilizó Kolmogorov-Smirnov. Dado que la muestra fue superior a 50 datos, el presente este estudio es no paramétrico, razón por la cual se recurrió al estadístico Rho de Spearman. Se concluye una correlación positiva Rho de Spearman $r = 0,728$.

Palabras clave: calidad, elementos tangibles, satisfacción del cliente, confiabilidad, seguridad.

Abstract

The general objective of this thesis was to determine the relationship between quality of service and patient satisfaction at the NIURDENT dental clinic in Puno during the year 2024, adopting a quantitative, applied, correlational approach and a non-experimental design. In the present study, the study population consisted of 156 patients attended monthly. Data were obtained using the survey technique and the questionnaire instrument. SPSS v. 27 statistical software was used, which facilitated the determination of correlation. For the reliability analysis, Cronbach's α statistic (0.970) was used for the evaluation of normality, Kolmogorov-Smirnov was used. Given that the sample presents a sample of more than 50 data, the present study is nonparametric, which is why Spearman's Rho statistic was used. We conclude a positive correlation Spearman's Rho $r = 0.728$.

Key words: quality, tangible elements, customer satisfaction, reliability, safety.

Introducción

Esta tesis está organizada en capítulos, cada uno de ellos destinado a dilucidar el contexto en el que opera la organización investigada. El Capítulo I delinea la metodología, incluyendo la descripción del problema, los objetivos, las limitaciones y justificación. El Capítulo II se encuentra basado en su mayor parte en artículos científicos, marco teórico, tesis de nivel nacional e internacional. De esta manera se garantizó que los conceptos utilizados estén respaldados conceptualmente por la bibliografía pertinente. El Capítulo III analiza las teorías y su operacionalización. El Capítulo IV destaca el marco metodológico, incluidos el tipo, el nivel, los procedimientos y los diseños de estudio utilizados. El Capítulo V presenta los resultados, derivados de la muestra. Para evaluar de manera secuencial la normalidad, corroborar las hipótesis formuladas, debatir los hallazgos y, finalmente, presentar las conclusiones y sugerencias de esta tesis.

Capítulo I

Planteamiento del Estudio

1.1. Delimitación de la Investigación

1.1.1. Territorial.

La delimitación espacial se desarrolló en la clínica Niurdent, la cual se dedica a brindar servicios de salud bucal en la población. A través de una sólida formación médica, diagnóstica y trata a los pacientes sobre afectaciones relacionadas con los dientes, las encías, el tejido periodontal, los maxilares o las articulaciones implicadas. Este establecimiento se ubica en el Jirón 29 de junio N° 150.

1.1.2. Temporal.

Abarcó un periodo de tiempo comprendido entre los meses de setiembre a diciembre del periodo 2024

1.1.3. Conceptual.

El estudio identificó dos características principales; calidad del servicio y la satisfacción de los pacientes, que concuerdan con muchas teorías relativas a estas variables.

1.2. Planteamiento del Problema

Según Cruells (2022) el efecto beneficioso del cliente se deriva de la mejora de servicio que ofrecen los canales externos, supeditada a la ejecución eficaz de sus procedimientos a

través de una plataforma estable y fiable. La eficacia y fiabilidad de los canales externos de conexión con el consumidor son cruciales para lograr la influencia deseada en la fidelidad del cliente y el compromiso con la marca.

Según Timaná (2022) debido al corte masivo de la red de agua potable en Paita, la EPS Grau informa a los usuarios del lugar, que un total de 33 metros fueron robados en diferentes puntos de la ciudad por personas sin escrúpulos. Estas acciones ilegales provocaron grandes fugas de agua potable en las viviendas involucradas, así como en la vía pública. Ante esta situación, representantes de la Coordinación Comercial hacen un llamado a la Policía Nacional del Perú (PNP) a condenar estas actividades ilícitas; asimismo, cuando ocurran estos robos, deberán ser denunciados de inmediato a través de los canales oficiales de la EPS Grau; para que el personal responsable pueda intervenir lo antes posible y prevenir la situación de emergencia.

De acuerdo con el Economista (2020) El informe Value of Virtual Agent Technology , indica que la utilización de la inteligencia artificial (IA) para mejorar las operaciones empresariales, como el servicio de atención al cliente, supone un aumento medio de los ingresos del 3% para las empresas. El análisis, en el que se encuestó a 1.210 organizaciones de 13 sectores y 34 países que utilizaron asistentes virtuales durante un periodo de entre seis meses y cuatro años, reveló que el 99% informó de una mejora en la satisfacción del cliente tras el uso de la IA.

Para el peruano (2021) César Piscoya, Gerente de Experiencia de Cliente de VALTX, cuanto mejor sea la experiencia, más satisfechos están los usuarios, más probable es que generen nuevos leads y compren más boletos. Al comprender primero lo que significa esta relación, pasa de crear interacciones simples a crear una conexión emocional con su marca. Ese es el desafío. Es importante entender las necesidades de nuestros clientes y saber qué nuevas

ideas quieren ofrecer. Desarrollamos una conexión emocional con nuestros productos y servicios y analizamos qué acciones se deben tomar para que sean realmente necesarios.

Gestión (2021) sostiene que, la epidemia ha obligado a las organizaciones a restablecer los lazos con sus clientes, mantener la comunicación y priorizar su bienestar en la nueva normalidad. Entre los 15 sectores evaluados, sólo las aplicaciones de pago y transferencia de dinero lograron situarse en la categoría más alta. Una evaluación global de 2.000 casos señala que las percepciones positivas de los clientes abarcan aspectos como la "rapidez" y la "facilidad de uso". En las plataformas de pago, las percepciones de confianza y seguridad también representan elementos de considerable relevancia. Se ha llevado a cabo una comparativa entre plataformas de pago (Yape, Plin, entre otras) y servicios bancarios por Internet (Banco de crédito del Perú, Interbank y Scotiabank,). En este caso, la tendencia se invierte.

Actualmente vivimos una época de transformación caracterizada por una intensa competencia; La irrupción de nuevos operadores en el mercado ha aumentado las expectativas de los consumidores, que ahora no sólo desean calidad de los productos, también relaciones humanas superiores. Esto exige reconocer la importancia del servicio al cliente y posicionar la calidad como un valor esencial que cumpla satisfactoriamente sus expectativas. En la actualidad, la mayoría de las organizaciones mundiales se esfuerzan por ofrecer un servicio ejemplar al tiempo que se enfrentan al problema de satisfacer las expectativas de los clientes.

Los consumidores contemporáneos no sólo exigen productos de alta calidad a precios competitivos, sino también una interacción empática y una relación sólida con la empresa. Es esencial que se escuche a los clientes, atendiendo sus preocupaciones y asegurándose de que se sienten valorados, al tiempo que se les presta un servicio que cumple o supera sus expectativas.

La clínica Niurdent experimenta actualmente conflictos derivados de una calidad de servicio inadecuada, como el incumplimiento de las citas dentales programadas, los retrasos en

la resolución de problemas tras el tratamiento, la falta de cordialidad hacia los clientes y los problemas de comunicación con la dirección. Estos factores han culminado en frecuentes quejas de clientes insatisfechos, lo que ha provocado una importante pérdida de clientela en los últimos tiempos. Por consiguiente, la clínica Niurdent debe reconocer la importancia de satisfacer las expectativas de los clientes y las ventajas que obtiene la organización al evitar una mayor pérdida de clientela.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General.

¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?

1.3.2. Problemas Específicos.

- ¿Cuál es relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?
- ¿Cuál es relación que existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?
- ¿Cuál es relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?
- ¿Cuál es relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?
- ¿Cuál es relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General.

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Analizar la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024.
- Identificar la relación que existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024.
- Establecer la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024.
- Estimar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024.
- Comprender la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024.

1.5. Justificación de la Investigación

1.5.1. Justificación Teórica.

Actualmente, son escasos los estudios en la zona de Puno relativos, tanto a la calidad del servicio como la satisfacción por ello, se realizó este estudio debido a la amplia base teórica que lo sustenta. Este proyecto pretende mejorar la teoría actual y apoyar, con esto se procederá a la generación de una nueva base de datos sustentada en los datos recopilados, lo que podría beneficiar a las partes interesadas y servir de base para futuras investigaciones sobre ambos temas.

1.5.2. Justificación Práctica.

Se observó la correlación entre las variables, dado que actualmente la información existente indica que las organizaciones necesitan mejorar la calidad del servicio para mantener o aumentar las ventas. Este método permitió examinar el perfil del cliente existente para identificar los factores que afectan a su fidelidad.

1.5.3. Justificación metodológica

Este estudio validó los instrumentos utilizados para evaluar la calidad del servicio y los factores de satisfacción del cliente en la presente investigación. Los instrumentos se han sometido a evaluaciones de validez de contenido, de criterio y de constructo, además de la prueba alfa de Cronbach para determinar su fiabilidad, y sean accesibles para uso público.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de Investigación

2.1.1. Artículos Científicos.

Podestá et, al. (2022) en su investigación tuvo como objetivo principal evaluar la asociación de la calidad y la satisfacción en una red de clínicas dentales. Siguió un diseño descriptivo, cuantitativo utilizando el cuestionario SERVPERF administrado a una muestra de 150 clientes. Los resultados indicaron que el 91,00% de los encuestados reconocieron una calidad excelente, mientras que el 4,15% se manifestaron en desacuerdo lo que los categorizó como que experimentaban un bajo nivel de calidad. Se observó que el 97,18% (138) de los pacientes encuestados expresaron satisfacción con los servicios prestados por la cadena de clínicas dentales; el 4,12% no lo hicieron. El estudio determinó un coeficiente de correlación de $r = 0,358$.

Araya et, al. (2022) desarrollaron un artículo con el objetivo principal de evaluar la calidad de los servicios odontológicos. La metodología empleada fue un abordaje cuantitativo, caracterizado como básica, diseño no experimental y nivel descriptivo correlacional como cuestionario SERVPERF, dirigido a una población de clientes, comprendiendo una muestra total de 405. Se asignó una nota de 6,84 al sistema de recogida de datos, mientras que se

atribuyó una puntuación de 4,91 a los demás miembros de la consulta dental. Los dentistas que prestaban el servicio recibieron una puntuación de 5,79. El criterio Empatía obtuvo la media más baja y fue significativamente diferente de todos los demás criterios ($p < 0,004$). La investigación concluyó con un valor de correlación Rho $r = 0,925$.

Revoredo & Shapiama (2023) buscaron en su estudio la asociación entre la calidad de atención y la satisfacción Creadent. La metodología empleada utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo básico, diseño no experimental y nivel correlacional, empleando el instrumento SERVQUAL; por lo tanto, una mejora en la calidad del servicio se correlaciona con un aumento en la satisfacción del cliente, y viceversa; en consecuencia, es esencial implementar prácticas eficaces para aumentar la calidad. Se determinó Rho = 0,868.

Bustamante & Cabrera (2022) desarrollaron un artículo científico cuyo objetivo principal fue evaluar el nivel de satisfacción de los pacientes que reciben atención odontológica. El enfoque utilizado fue un diseño descriptivo transversal, caracterizado como investigación aplicada y de naturaleza no experimental, utilizando un cuestionario como instrumento, con una población muestral total de 200 clientes. En la variable «Satisfacción», los consumidores indicaron un 93,50% de «satisfacción» y un 6,50% de «insatisfacción». Las cualidades con mayor proporción de respuestas «satisfechos» e «insatisfechos» fueron la Empatía, con un 96,40%, y la Capacidad de Respuesta, con un 10,75%, respectivamente. No se observaron cambios estadísticamente significativos. La investigación concluyó Rho $r = 0,720$.

Lara et, al. (2020) tuvieron como objetivo principal de su artículo científico, evaluar la satisfacción de los pacientes que recibieron atención en un hospital de Lima. La técnica utilizada fue un enfoque cuantitativo, observacional, transversal y descriptivo, utilizando el instrumento SERVQUAL, con una población que incluyó 702 pacientes como muestra. La proporción de pacientes insatisfechos fue de 88,6%, con 622 de 702 ($p=0,000$). La

insatisfacción fue notablemente elevada entre los pacientes de 35 a 51 años un 31,3% y con un 32,1%, observándose significación estadística en ambos casos. La investigación concluyó con un valor de correlación $r = 0,645$.

2.1.2. Tesis Internacionales.

Lucas (2021) desarrolló un estudio, con el objetivo de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción en la industria ferretera. empleó un enfoque cualitativo, tipo básica, con un diseño transversal a nivel descriptivo; utilizando el cuestionario SERVQUAL, con un tamaño muestral de 372. El resultado primario indicó que las percepciones de los clientes fueron insatisfactorias, mientras que sus expectativas fueron satisfechas; adicionalmente, se observó un crecimiento en el mercado meta. La investigación concluyó que, la industria ferretera en Puerto López se encuentra insatisfecha, de allí que es recomendable implementar actividades adecuadas de acuerdo a las características de la empresa

Moreno (2019) desarrolló su tesis con la finalidad de examinar la correlación de la calidad y la satisfacción en Alausí. La metodología empleada comprendió un enfoque cuantitativo, de tipo básico, diseño no experimental y nivel correlacional; utilizando el cuestionario SERVQUAL. La población incluyó establecimientos, turistas y visitantes, con un tamaño de muestra de 172 personas. El principal resultado indicó que el 27% de los turistas declararon que el servicio era deficiente, el 26% lo consideraron regular y el 18% lo calificaron de bueno. La investigación concluyó con un Rho de Spearman de 0,536.

Hidalgo (2019) desarrolló su tesis que tuvo como objetivo general, elaborar un plan para optimizar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sistema financiero. El enfoque metodológico adoptado fue de naturaleza básica y nivel correlacional, utilizando el cuestionario SERVQUAL con una muestra de 270 clientes, con un 99.62% de confiabilidad y un 90.65 % de satisfacción. Como conclusiones del estudio, se estableció teóricamente que

ambas variables mantienen una relación intrínseca, dado que un servicio de alta calidad proporciona una satisfacción de necesidades.

Rivera (2019) formuló su tesis con el objetivo de evaluar la calidad del servicio prestado a la clientela de la empresa Greenandes. El enfoque metodológico seleccionado fue cuantitativo, básico, no experimental, transversal y correlacional, utilizando el cuestionario SERVQUAL. La población de la investigación incluyó 180 clientes exportadores. La conclusión principal indicó negatividad -0,87 y -1,98, respectivamente. Esta validación sugiere que la percepción de los clientes no alcanza las expectativas fijadas previamente.

Villacrés (2020) desarrollo su tesis que tuvo como objetivo general, realizar una examinación de la calidad del servicio prestado y la satisfacción del cliente externo en la Fundación Santa Isabel. El estudio fue cuantitativo, de carácter fundamental, diseño no experimental, cuestionario SERVQUAL, la población se conformó de 286 pacientes atendidos, con un promedio de satisfacción general del 93,2%. Como hallazgo principal, se evidenció que ambas variables exhiben una alta fiabilidad.

2.1.3. Tesis Nacionales.

Pinto & Ticona (2024) desarrollaron su tesis que tuvo como objetivo discernir la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción en la clínica odontológica Chahuara, situada en Juliaca. El enfoque adoptado fue cuantitativo, de naturaleza básica, con diseño transversal y nivel correlacional, utilizando el cuestionario SERVQUAL. La población de estudio consistió en sus clientes, con una muestra de 240 clientes. Como conclusiones, se estableció la correlación de Spearman $r= 0.803$.

Apac (2023) realizó un estudio cuyo objetivo fue relacionar la calidad del servicio prestado y la satisfacción del paciente. Se implementó una metodología cuantitativa, tipo aplicada, diseño no experimental y de nivel correlacional, utilizando el cuestionario SERVQUAL. La población de estudio consistió en sus clientes, compuesta por una muestra de

50 pacientes. Se observa que un porcentaje significativo del 32% expresa desacuerdo, mientras que sólo el 14% expresa un acuerdo pleno. Es fundamental recordar que las solicitudes y reclamaciones de los clientes requieren una resolución inmediata para mantener su lealtad y prevenir comentarios negativos.

Ríos (2022) desarrolló su tesis con la finalidad de establecer la correlación de la calidad y la satisfacción. El enfoque metodológico adoptado fue el científico, cuantitativo, observacional, diseño no experimental, empleando el cuestionario SERVQUAL, cuya población se conformó de sus clientes, con una muestra de 108 pacientes. Los hallazgos primordiales indicaron Spearman de (0.672), (0.642), (0.413), (0.774), (0.668), (0.487). con un Spearman de 0.682.

Ramírez (2021) desarrolló su tesis con la finalidad de relacionar la calidad y la satisfacción. Adopto el nivel correlacional, utilizando el cuestionario SERVQUAL. La población de estudio consistió en sus clientes, compuesta por una muestra de 57 usuarios. Los resultados obtenidos destacaron una calidad de atención deficiente, así como una satisfacción del usuario baja, ambas con un 37% respectivamente. Concluyendo, se estableció correlación positiva, resultando $r= 0.798$

García (2021) realizó su estudio cuyo objetivo general fue establecer una correlación en el establecimiento odontológico Flores. La metodología adoptada incluyó un enfoque cuantitativo, nivel correlacional, utilizando el cuestionario SERVQUAL. La población de estudio consistió en sus clientes, con una muestra de 21 clientes, que constituyen el 26.3% del total. Además, el 66.3% de los pacientes encuestados manifiesta una percepción de alta calidad, lo que implica que los profesionales odontológicos otorgan prioridad a la salud de los individuos mediante procedimientos de atención óptimos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Variable calidad de servicio

Parasumaran et al. (1985) sugiere que cuando una organización formula la visión organizacional, esta adquiere una relevancia significativa. Con base en la calidad del servicio que proporciona, es primordial comprender que un servicio es, antes que nada, un servicio prestado. La calidad se caracteriza cuando alcanza su objetivo primordial: satisfacer las necesidades de los clientes, en el contexto actual y futuro. También hace referencia que:

Este procedimiento demanda una valoración de la calidad del servicio que comienza con un análisis de la valoración que el cliente realiza de los servicios ofrecidos. Los consumidores argumentan que los proveedores de servicios deben tener conocimiento de su perspectiva en relación con los resultados alcanzados (p. 25)

Cabrera (2021) alude a la satisfacción de las expectativas a través de un servicio particular y exclusivamente puede ser evaluada mediante las percepciones y evaluaciones de los consumidores fieles.

Por su parte Parasumaran et al. (1984), define las siguientes dimensiones:

Mediante sus cinco dimensiones, facilita la obtención de un resultado relativo a la estructura de la entidad, este modelo busca mejorar la satisfacción. Además, es posible identificar los parámetros en los que la organización evidencia debilidad y presenta vulnerabilidad. asistir en la optimización de estrategias a través de una propuesta destinada a incrementar la participación de los participantes. Satisface a los clientes en el lugar proporcionando servicios de alta calidad". (p. 24).

2.2.2. Dimensiones

2.2.2.1. Dimensión elementos tangibles.

Parasuraman et al. (1988) denota todos los elementos materiales vinculados con el servicio. Los elementos necesarios comprenden maquinaria, infraestructura estéticamente atractiva, personal cualificado y materiales de atractivo visual.

2.2.2.2. Dimensión empatía.

Parasuraman et al. (1988) denota el compromiso mostrado y la atención personalizada prestada por cada empresa a sus clientes, concretamente una atención que refleja el compromiso de abordar los problemas de los clientes y comprender sus necesidades.

2.2.2.3. Dimensión seguridad.

Parasuraman et al. (1988) denota la habilidad para fomentar y materializar la confianza y la credibilidad, en particular, la habilidad de la organización para asegurar la calidad, promoviendo la sensación segura a lo largo de la experiencia.

2.2.2.4. Dimensión capacidad de respuesta.

Parasuraman et al. (1988) sostiene que esta dimensión hace hincapié en ofrecer soluciones rápidas al consumidor, mantener la comunicación a lo largo de todo el proceso y demostrar disposición a responder a todas sus preguntas.

2.2.2.5. Dimensión confiabilidad.

Parasuraman et al. (1988) denota idoneidad en prestar experiencias con coherencia y precisión, cumpliendo el compromiso de servicio desde el principio, lo que ayuda a mitigar los fallos.

2.2.3. Importancia

Según Vergara et al. (2012) facilita a las organizaciones la formulación de estrategias orientadas a la retención del cliente y a la promoción de la intención de compra. Además, hay

que tener en cuenta la complejidad intrínseca de este proceso, debido al carácter intangible del servicio, la falta de uniformidad en los procedimientos.

Agrega Silva et al. (2021) que es imperativo que las empresas de pequeña y mediana escala proporcionen servicios de superior calidad en comparación con las corporaciones de gran envergadura para obtener el reconocimiento de los consumidores. En el contexto de la economía mundializada contemporánea, las organizaciones requieren optimizar la eficiencia que son estrategias esenciales con el objetivo de alcanzar las preferencias del cliente. Dentro del contexto contemporáneo, la calidad del servicio emerge como una opción viable que posibilita a las entidades adquirir una ventaja perdurable.

2.2.4. Variable satisfacción del cliente

2.2.4.1. Definición

Kotler & Armstrong (2013) asume que, la satisfacción se deriva de un análisis subsiguiente a la adquisición de un producto, fundamentado en las expectativas generadas previamente a dicha adquisición. Se define como el grado de satisfacción cuando se compara el rendimiento percibido de un servicio con sus expectativas.

Según Hoffman & Bateson (2012) "representa una métrica de corto plazo, particularmente vinculada a la transacción, mientras que la calidad de los servicios Representa una perspectiva de largo alcance, derivada de la evaluación global de un rendimiento."

Kotler y Keller (2012) mencionan que, la satisfacción con un producto o servicio, es definida como la evaluación que el consumidor realiza respecto a su adecuación a sus requerimientos y expectativas. Las emociones pueden afectar profundamente a su satisfacción con los productos y servicios; estos sentimientos pueden ser duraderos.

2.2.4.2. Dimensiones

Sotelo (2016) sostiene que, la satisfacción del consumidor constituye un factor determinante. Para una entidad que ha obtenido la certificación ISO 9001:2008, la existencia

de una herramienta que mejore la comprensión de las percepciones, de acuerdo con las responsabilidades estipuladas, la norma es un determinante crucial de la calidad del servicio. La capacidad del análisis para proporcionar una retroalimentación constructiva en cada uno de los procedimientos pertinentes.

Dimensiones:

- Expectativas respecto al servicio
- Tiempo
- Elementos tangibles
- Calidad

2.3. Definición de Términos Básicos

2.3.1. Fiabilidad.

Según Kotler & Armstrong (2013) es la habilidad de la organización para ofrecer el servicio comprometido de manera fiable y exacta. Esto abarca elementos tales como el cumplimiento de los plazos pactados, la prestación de un servicio sin errores y la satisfacción de las expectativas del cliente.

2.3.2. Calidad de servicio.

De acuerdo a Parasumaran et al. (1985) se trata de un compendio de tácticas y medidas orientadas a optimizar la atención al cliente, así como la interacción entre el consumidor y la marca. El fundamento para dicho apoyo radica en la formación de relaciones sólidas y un entorno positivo, proactivo y cordial, que asegure que los clientes se desplacen con una impresión favorable.

2.3.3. Clientes.

Parasumaran et al. (1985) sugiere que un cliente se define como el individuo que adquiere los bienes o servicios proporcionados por una entidad comercial. En consecuencia, se

considera un consumidor desde la perspectiva corporativa. Puede ser un cliente habitual que efectúa compras de manera regular, o un cliente de única ocasión.

2.3.4. Empatía.

Parasumaran et al. (1985) la define como la habilidad de la organización para discernir las necesidades y expectativas del consumidor, y ofrecer un servicio a medida y personalizado. Esto implica manifestar un interés auténtico hacia los clientes, atender sus preocupaciones y abordarlos de manera individualizada.

2.3.5. Capacidad de respuesta.

De acuerdo a Parasumaran et al. (1985) es prestar asistencia a los consumidores y proporcionar un servicio puntual. Involucra la habilidad de los trabajadores para responder con prontitud a las demandas del cliente, proporcionar asistencia y exhibir una postura proactiva.

2.3.6. Seguridad.

Parasumaran et al. (1985) sostiene que es la posesión del personal para vehicular confianza y credibilidad hacia los clientes.

2.3.7. Elementos tangibles.

Según Parasumaran et al. (1985) es la apariencia física e infraestructura, incluyendo equipos, materiales y personal.

2.3.8. Modelo SERVQUAL.

Parasumaran et al. (1985) sugiere que es el enfoque primordialmente utilizado en la investigación y evaluación para cuantificar la calidad del servicio, proporcionando así datos relevantes para optimizar la satisfacción del cliente.

Capítulo III

Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

Si existe relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024

3.1.2. Hipótesis Específicas

Si existe relación que existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024

Si existe relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024

Si existe relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024

Si existe relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024

Si existe relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024

3.2. Variables

3.2.1. Variable: Calidad de servicio

Según Parasuraman et al., (1988) está caracterizada por la discrepancia en las expectativas y aspiraciones de un comprador respecto a la seguridad, la capacidad de respuesta, la empatía y la confiabilidad y elementos tangibles.

3.2.2. Variable: Satisfacción del cliente

Para Kotler & Armstrong (2013) se obtiene a partir de una evaluación posterior a la adquisición de un producto, basada en las expectativas generadas previamente a dicha adquisición se define como el grado de satisfacción.

3.3. Operacionalización de las Variables

Tabla 1.

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Variable Independiente: Calidad de servicio	Parasuraman et al., (1988) El modelo SERVQUAL se refiere al grado de divergencia en las expectativas y aspiraciones de un comprador respecto a la seguridad, la capacidad de respuesta, la empatía y la confiabilidad, lo que se considera la calidad del servicio.	Se refiere al grado en que la organización trasciende las expectativas y expectativas del cliente. Las cinco dimensiones pertinentes para la investigación de un estudio pueden ser identificadas. A través de una encuesta estructurada, las dimensiones facilitarán la cuantificación de la divergencia entre la percepción y la anticipación.	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Servicio rápido Cuidado Registros 	ORDINAL Escala likert
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> Información Atención Entendimiento 	
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Promesa Interés 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Confianza Transacciones Cortesía Conocimiento 	
			Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Apariencia física Equipos Instalaciones Materiales 	
Variable Dependiente: Satisfacción del cliente	Kotler & Armstrong (2013) La satisfacción del cliente se deriva de una evaluación posterior a la adquisición de un producto, basada en las expectativas generadas previamente a dicha adquisición. De este modo, se define la satisfacción del cliente como el grado de satisfacción de un individuo que se deriva de la comparación entre el desempeño percibido de un producto o servicio y sus expectativas.	En caso de que se manifiesten circunstancias de insatisfacción, el indicador deberá detallar las medidas implementadas para su erradicación. La evaluación debe ser explícita y fundamentada en una retroalimentación inmediata del cliente, que puede ser verbal, escrita o telefónica.	Expectativa del servicio	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento Adaptabilidad Capacitación Estímulos Externos 	Totalmente de acuerdo (5)
			Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> Rapidez Espera 	De acuerdo (4)
			Aspectos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Tecnología de servicio Estilo 	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)
			Calidad	<ul style="list-style-type: none"> Atención Comunicación Mejora 	En desacuerdo (2)

Capítulo IV

Metodología

4.1. Enfoque de la Investigación

El estudio fue cuantitativo. Al respecto Hernández et al. (2014) menciona que se centra en la adquisición de información por su valor intrínseco, desprovista de utilidad práctica inmediata. Su objetivo es ampliar el conocimiento científico, comprender los fenómenos naturales y formular ideas, más que abordar cuestiones concretas.

4.2. Tipo de Investigación

La investigación fue básica. El investigador Ñaupas et al. (2018) afirma que, se centra a la adquisición de información por su valor intrínseco, desprovista de utilidad práctica inmediata. Su objetivo es ampliar el conocimiento científico, comprender los fenómenos naturales y formular ideas, más que abordar cuestiones concretas.

4.3. Nivel de Investigación

El estudio fue correlacional. Para Hernández & Mendoza (2018) estas investigaciones tienen como objetivo comprender la relación o la correlación existente entre ambas.

4.4. Métodos de Investigación

Fue el método científico. Según Tamayo (2004) Es un conjunto de metodologías que facilitan el desarrollo de indagaciones científicas, la valoración de hipótesis y la evaluación de los instrumentos de investigación utilizados.

4.5. Diseño de Investigación

El diseño del estudio fue no experimental. De acuerdo con Hernández & Mendoza (2018) No se origina ninguna circunstancia, sino que se detectan situaciones preexistentes no provocadas intencionadamente por el investigador en el estudio. En la investigación no experimental, las variables independientes son observables y su modificación es impracticable

4.6. Población y Muestra

4.6.1. Población.

“Se refiere como conjunto de elementos con características análogas y que son objeto de investigación” (Hernández & Mendoza, 2014, p. 180). Este estudio tuvo como población a todos los clientes que cuentan con la atención durante el mes, dando una población total de 260 pacientes, este fue el número utilizado para la presente investigación.

4.6.2. Muestra.

A. *Unidad de Análisis.*

Estuvo compuesto por el conjunto de personas que acuden a la clínica odontológica Niurdent Puno – 2024.

B. *Tamaño de la Muestra.*

Se realizó empleando la fórmula de población finita. Este estudio se basó en un muestreo probabilístico aleatorio simple, dado que se tiene conocimiento del total de la población mensual atendida en el centro.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 260 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (260) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 156$$

4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección De datos

4.7.1. Técnicas.

Este estudio empleó encuestas, dado que facilitaron la recopilación de datos a través de un instrumento.

4.7.2. Instrumentos.

A. *Unidad de Análisis.*

El presente estudio, seleccionó un conjunto total de 156 pacientes para la recolección de datos.

B. *Confiabilidad.*

La fiabilidad se evaluó mediante la utilización del α de Cronbach, el cual ofrece datos sobre la comprensión de las interrogantes del modelo SERVQUAL por los pacientes.

Tabla 2.

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,970	39

Nota. Elaboración propia

Con base en los datos presentados en la tabla 2, logramos determinar mediante el uso de SPSS v. 27 que nuestro coeficiente es 0,970, con un conjunto de 30 clientes seleccionados el cuestionario consta de un total de 39 preguntas.

C. Validez

La validez del modelo SERVQUAL para la adquisición de datos fue establecida a través de una evaluación realizada por expertos. En nuestro caso, la validación fue realizada por tres expertos en el campo correspondiente.

Tabla 3.

Validación de expertos

Nº	Profesionales	Puntuación
1	Mg. Amira Carpio Maraza	Muy Aceptable
2	Dra. Zoraima Laura Castillo	Muy Aceptable
3	Mg. Gilberto Jaen Baldarrago	Muy Aceptable

Capítulo V

Resultados

5.1. Descripción del trabajo de campo

La recopilación de datos se dio desde el 18 de noviembre al 13 de diciembre del año 2024.

Dada la complejidad inherente a la recopilación de datos de forma presencial por cada paciente, se decidió adoptar el uso de medios digitales. Para la adaptación virtual del cuestionario, se recurrió a la herramienta Google Forms. Con la asistencia de dispositivos móviles y tabletas, los clientes pudieron responder mediante el simple acceso a las opciones presentes en las pantallas, lo que aceleró la obtención de respuestas por cada cliente.

Cada paciente recibió una explicación específica sobre el propósito de la encuesta y cómo esta facilitaría a la organización la obtención de su percepción acerca de los servicios proporcionados.

5.2. Presentación de resultados

1.- *¿Cuándo la clínica odontológica Niurdent promete realizar un tratamiento dental en un plazo determinado lo cumple?*

Tabla 4.

Pregunta 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	4	2,6	2,6	3,8
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	11	7,1	7,1	10,9
De acuerdo	81	51,9	51,9	62,8
Totalmente de acuerdo	58	37,2	37,2	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 4 refieren que con una frecuencia de 139 pacientes y un porcentaje de (89.10) % que la clínica realiza la atención en un plazo determinado, Sin embargo, un porcentaje menor con 17 de frecuencia y un porcentaje (10.90) %.

2.- *¿Cuándo uno tiene algún problema en la clínica odontológica Niurdent muestra un interés para resolverlo?*

Tabla 5.

Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	2	1,3	1,3	3,2
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	7	4,5	4,5	7,7
De acuerdo	57	36,5	36,5	44,2
Totalmente de acuerdo	87	55,8	55,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 5 refieren que con una frecuencia de 144 pacientes y un porcentaje de (92.30) % plenamente confía que cumplen con un interés de abordar cualquier inconveniente que surja. No obstante, se observa una frecuencia reducida con un porcentaje de 12 y un porcentaje de 7.70%.

3.- *¿La clínica odontológica Niurdent realiza una atención efectiva desde la primera consulta?*

Tabla 6.

Pregunta 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	9	5,8	5,8	7,7
Ni de acuerdo, ni en	16	10,3	10,3	17,9
Válido desacuerdo				
De acuerdo	79	50,6	50,6	68,6
Totalmente de acuerdo	49	31,4	31,4	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 6 refieren que con una frecuencia de 128 pacientes y un porcentaje de (82.00) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la atención es afectiva desde el primer momento. Sin embargo, un porcentaje menor con 28 de frecuencia y un porcentaje (18.00) %.

4.- *¿La clínica odontológica Niurdent me atiende en promedio de 30 a más minutos?*

Tabla 7.

Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	3,2	3,2	3,2
En desacuerdo	1	,6	,6	3,8
Ni de acuerdo, ni en	20	12,8	12,8	16,7
Válido desacuerdo				
De acuerdo	72	46,2	46,2	62,8
Totalmente de acuerdo	58	37,2	37,2	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 7 refieren que con una frecuencia de 130 pacientes y un porcentaje de (83.40) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica atiende en un promedio de 30 minutos. Sin embargo, un porcentaje menor con 26 de frecuencia y un porcentaje (16.60) %.

5.- *¿La clínica odontológica Niurdent no comete errores al prestar sus servicios?*

Tabla 8.

Pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	2	1,3	1,3	3,2
Ni de acuerdo, ni en	24	15,4	15,4	18,6
Válido desacuerdo				
De acuerdo	76	48,7	48,7	67,3
Totalmente de acuerdo	51	32,7	32,7	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 8 refieren que con una frecuencia de 127 pacientes y un porcentaje de (81.40) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica no comete errores al momento de prestar su servicio. Sin embargo, un porcentaje menor con 29 de frecuencia y un porcentaje (18.60) %.

6.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le indican el tiempo de sus citas odontológicas?*

Tabla 9.

Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	2,6	2,6	2,6
En desacuerdo	1	,6	,6	3,2
Ni de acuerdo, ni en	19	12,2	12,2	15,4
Válido desacuerdo				
De acuerdo	82	52,6	52,6	67,9
Totalmente de acuerdo	50	32,1	32,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 9 refieren que con una frecuencia de 132 pacientes y un porcentaje de (84.70) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica muestra con precisión cuando se llevaran las citas. Sin embargo, un porcentaje menor con 24 de frecuencia y un porcentaje (15.40) %.

7.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le proporcionan un servicio rápido?*

Tabla 10.

Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	2	1,3	1,3	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	5,8	5,8	8,3
Válido De acuerdo	91	58,3	58,3	66,7
Totalmente de acuerdo	52	33,3	33,3	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 10 refieren que con una frecuencia de 143 pacientes y un porcentaje de (91.60) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, que la clínica proporciona un servicio rápido. Sin embargo, un porcentaje menor con 13 de frecuencia y un porcentaje (8.40) %.

8.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre lo ayudan?*

Tabla 11.

Pregunta 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	5	3,2	3,2	5,1
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	9,6	9,6	14,7
Válido De acuerdo	72	46,2	46,2	60,9
Totalmente de acuerdo	61	39,1	39,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 11 refieren que con una frecuencia de 133 pacientes y un porcentaje de (85.30) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica muestra su disposición para ayudarlos durante la atención. Sin embargo, un porcentaje menor con 23 de frecuencia y un porcentaje (8.40) %.

9.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre tienen tiempo para responder a sus preguntas?*

Tabla 12.

Pregunta 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,6	,6	,6
En desacuerdo	3	1,9	1,9	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	14,7	14,7	17,3
Válido De acuerdo	82	52,6	52,6	69,9
Totalmente de acuerdo	47	30,1	30,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 12 refieren que con una frecuencia de 129 pacientes y un porcentaje de (82.70) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica dispone de tiempo para responder a sus preguntas, Sin embargo, un porcentaje menor con 27 de frecuencia y un porcentaje (17.20) %.

10.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le trasmite confianza?*

Tabla 13.

Pregunta 10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	2,6	2,6	2,6
En desacuerdo	3	1,9	1,9	4,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	25	16,0	16,0	20,5
Válido De acuerdo	65	41,7	41,7	62,2
Totalmente de acuerdo	59	37,8	37,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 13 refieren que con una frecuencia de 124 pacientes y un porcentaje de (79.50) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica le transmite confianza. Sin embargo, un porcentaje menor con 32 de frecuencia y un porcentaje (20.50) %.

11.- *¿Se siente seguro realizando el pago mediante transacciones financieras en la clínica odontológica Niurdent?*

Tabla 14.

Pregunta 11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	3	1,9	1,9	3,2
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	25	16,0	16,0	19,2
De acuerdo	76	48,7	48,7	67,9
Totalmente de acuerdo	50	32,1	32,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 14 refieren que con una frecuencia de 126 pacientes y un porcentaje de (80.80) % Conducen plenamente en que la clínica promueve la confianza en las operaciones financieras. No obstante, se observa un porcentaje inferior con una frecuencia de 30 y un porcentaje del 19.20%.

12.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre son corteses con usted?*

Tabla 15.

Pregunta 12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	2	1,3	1,3	3,2
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	13	8,3	8,3	11,5
De acuerdo	72	46,2	46,2	57,7
Totalmente de acuerdo	66	42,3	42,3	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 15 refieren que con una frecuencia de 138 pacientes y un porcentaje de (88.50) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica siempre muestra cortesía en el proceso de atención. Sin embargo, un porcentaje menor con 18 de frecuencia y un porcentaje (11.50) %.

13.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent contestan sus preguntas?*

Tabla 16.

Pregunta 13

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	2	1,3	1,3	3,2
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	13	8,3	8,3	11,5
De acuerdo	81	51,9	51,9	63,5
Totalmente de acuerdo	57	36,5	36,5	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 16 refieren que con una frecuencia de 138 pacientes y un porcentaje de (88.40) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica tiene los conocimientos necesarios para contestar a sus interrogantes. Sin embargo, un porcentaje menor con 18 de frecuencia y un porcentaje (11.60) %.

14.- *¿La clínica odontológica Niurdent le ofrece una atención personalizada?*

Tabla 17.

Pregunta 14

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	4	2,6	2,6	4,5
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	14	9,0	9,0	13,5
De acuerdo	73	46,8	46,8	60,3
Totalmente de acuerdo	62	39,7	39,7	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 17 refieren que con una frecuencia de 135 pacientes y un porcentaje de (86.50) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica le ofrece una atención personalizada. Sin embargo, un porcentaje menor con 21 de frecuencia y un porcentaje (13.50) %.

15.- *¿La clínica odontológica Niurdent tiene horarios de atención convenientes para sus pacientes?*

Tabla 18.

Pregunta 15

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	1	,6	,6	1,9
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	6,4	6,4	8,3
Válido				
De acuerdo	88	56,4	56,4	64,7
Totalmente de acuerdo	55	35,3	35,3	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 18 refieren que con una frecuencia de 143 pacientes y un porcentaje de (91.70) % Concuerdan plenamente en que la clínica dispone de horarios de atención adecuados para sus pacientes. No obstante, se observa un porcentaje inferior con una frecuencia de 13 y un porcentaje de (8.30) %.

16.- *¿La clínica odontológica Niurdent tienen dentistas personalizados?*

Tabla 19.

Pregunta 16

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	4	2,6	2,6	3,8
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	5,8	5,8	9,6
Válido				
De acuerdo	78	50,0	50,0	59,6
Totalmente de acuerdo	63	40,4	40,4	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 19 refieren que con una frecuencia de 141 pacientes y un porcentaje de (90.40) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica cuenta con dentistas que le ofrecen una atención individualizada., Sin embargo, un porcentaje menor con 15 de frecuencia y un porcentaje (9.70) %.

17.- *¿La clínica odontológica Niurdent prioriza los intereses de sus pacientes?*

Tabla 20.

Pregunta 17

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	1	,6	,6	2,6
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	18	11,5	11,5	14,1
De acuerdo	77	49,4	49,4	63,5
Totalmente de acuerdo	57	36,5	36,5	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 20 refieren que con una frecuencia de 134 pacientes y un porcentaje de (85.90) % en que la clínica otorga prioridad de intereses de pacientes. Sin embargo, un porcentaje menor con 22 de frecuencia y un porcentaje (14.10) %.

18.- *¿Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre lo tratan de la mejor manera?*

Tabla 21.

Pregunta 18

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	4	2,6	2,6	4,5
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	24	15,4	15,4	19,9
De acuerdo	59	37,8	37,8	57,7
Totalmente de acuerdo	66	42,3	42,3	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 21 refieren que con una frecuencia de 125 pacientes y un porcentaje de (80.10) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica siempre lo tratan con amabilidad, respeto y paciencia. Sin embargo, un porcentaje menor con 31 de frecuencia y un porcentaje (19.90) %.

19.- *¿La clínica odontológica Niurdent tiene equipos modernos y tecnología actualizada?*

Tabla 22.

Pregunta 19

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	3	1,9	1,9	3,8
Ni de acuerdo, ni en	13	8,3	8,3	12,2
Válido desacuerdo				
De acuerdo	84	53,8	53,8	66,0
Totalmente de acuerdo	53	34,0	34,0	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 22 refieren que con una frecuencia de 137 pacientes y un porcentaje de (87.80) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica cuenta con equipos modernos y tecnología actualizada, Sin embargo, un porcentaje menor con 19 de frecuencia y un porcentaje (12.20) %.

20.- *¿La infraestructura de la clínica odontológica Niurdent es visualmente atractivas?*

Tabla 23.

Pregunta 20

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	7	4,5	4,5	6,4
Ni de acuerdo, ni en	27	17,3	17,3	23,7
Válido desacuerdo				
De acuerdo	71	45,5	45,5	69,2
Totalmente de acuerdo	48	30,8	30,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 23 refieren que con una frecuencia de 119 pacientes y un porcentaje de (76.30) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica tiene visualmente atractivas las instalaciones físicas. Sin embargo, un porcentaje menor con 37 de frecuencia y un porcentaje (23.70) %.

21.- *¿El personal que labora en la clínica odontológica Niurdent están correctamente uniformados?*

Tabla 24.

Pregunta 21

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	2,6	2,6	2,6
En desacuerdo	1	,6	,6	3,2
Ni de acuerdo, ni en	11	7,1	7,1	10,3
Válido desacuerdo				
De acuerdo	82	52,6	52,6	62,8
Totalmente de acuerdo	58	37,2	37,2	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 24 refieren que con una frecuencia de 140 pacientes y un porcentaje de (89.80) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica que atiende está correctamente uniformada. Sin embargo, un porcentaje menor con 16 de frecuencia y un porcentaje (10.30) %.

22.- *¿Los materiales asociados con el servicio (Folletos, normas de servicio, etc.) de la clínica odontológica Niurdent son informativos?*

Tabla 25.

Pregunta 22

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	2,6	2,6	2,6
En desacuerdo	2	1,3	1,3	3,8
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	13	8,3	8,3	12,2
De acuerdo	79	50,6	50,6	62,8
Totalmente de acuerdo	58	37,2	37,2	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 25 refieren que con una frecuencia de 137 pacientes y un porcentaje de (87.80) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica cuenta con los materiales asociados con los servicios. Sin embargo, un porcentaje menor con 19 de frecuencia y un porcentaje (12.20) %.

23.- *¿La clínica odontológica Niurdent se interesa en mis necesidades?*

Tabla 26.

Pregunta 23

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	5	3,2	3,2	4,5
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	14	9,0	9,0	13,5
De acuerdo	89	57,1	57,1	70,5
Totalmente de acuerdo	46	29,5	29,5	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 26 refieren que con una frecuencia de 135 pacientes y un porcentaje de (86.60) % concuerdo plenamente en que la clínica tiene conocimiento de mis intereses y requerimientos como paciente. No obstante, se observa un porcentaje inferior con una frecuencia de 21 y un porcentaje de 13.50%.

24.- *¿La clínica odontológica Niurdent se adapta a mis necesidades como paciente?*

Tabla 27.

Pregunta 24

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	2	1,3	1,3	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	18	11,5	11,5	14,1
Válido De acuerdo	84	53,8	53,8	67,9
Totalmente de acuerdo	50	32,1	32,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 27 refieren que con una frecuencia de 134 pacientes y un porcentaje de (85.90) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica se adapta a mis necesidades como paciente. Sin embargo, un porcentaje menor con 22 de frecuencia y un porcentaje (14.10) %.

25.- *¿Estoy satisfecho con los tratamientos que se realizan en la clínica odontológica Niurdent para el servicio que se me brinda?*

Tabla 28.

Pregunta 25

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	5,8	5,8	7,1
Válido De acuerdo	84	53,8	53,8	60,9
Totalmente de acuerdo	61	39,1	39,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 28 refieren que con una frecuencia de 145 pacientes y un porcentaje de (92.90) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica está de acuerdo con los tratamientos que se realizan en la clínica odontológica Niurdent para el servicio que se me brinda. Sin embargo, un porcentaje menor con 11 de frecuencia y un porcentaje (7.10) %.

26.- *¿El servicio otorgado por la clínica odontológica Niurdent, cumplió con mis necesidades y expectativas solicitadas?*

Tabla 29.

Pregunta 26

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	19	12,2	12,2	13,5
De acuerdo	82	52,6	52,6	66,0
Totalmente de acuerdo	53	34,0	34,0	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 29 refieren que con una frecuencia de 135 pacientes y un porcentaje de (86.60) % Concuerdan plenamente en que la clínica satisface mis requerimientos y expectativas solicitadas. No obstante, se observa un porcentaje inferior con una frecuencia de 21 y un porcentaje de 13.50%.

27.- *¿La clínica odontológica Niurdent cuenta con el personal requerido para cada atención?*

Tabla 30.

Pregunta 27

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	2,6	2,6	2,6
En desacuerdo	4	2,6	2,6	5,1
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	26	16,7	16,7	21,8
De acuerdo	63	40,4	40,4	62,2
Totalmente de acuerdo	59	37,8	37,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 30 refieren que con una frecuencia de 122 pacientes y un porcentaje de (78.20) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica ofrece

doctores especializados. Sin embargo, un porcentaje menor con 34 de frecuencia y un porcentaje (21.80) %.

28.- *¿Se me informó sobre el tiempo en que se realizará el tratamiento dental en la clínica odontológica Niurdent?*

Tabla 31.

Pregunta 28

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0,6	0,6	0,6
En desacuerdo	3	1,9	1,9	2,6
Ni de acuerdo, ni en	16	10,3	10,3	12,8
Válido desacuerdo				
De acuerdo	79	50,6	50,6	63,5
Totalmente de acuerdo	57	36,5	36,5	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 31 refieren que con una frecuencia de 136 pacientes y un porcentaje de (87.20) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica informó sobre el tiempo en que se realizará el tratamiento dental en la clínica odontológica. Sin embargo, un porcentaje menor con 20 de frecuencia y un porcentaje (12.80) %.

29.- *¿El tratamiento dental solicitado se realizó dentro del plazo establecido por la clínica odontológica Niurdent?*

Tabla 32.

Pregunta 29

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	8	5,1	5,1	7,1
Ni de acuerdo, ni en	17	10,9	10,9	17,9
Válido desacuerdo				
De acuerdo	81	51,9	51,9	69,9
Totalmente de acuerdo	47	30,1	30,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 32 refieren que con una frecuencia de 128 pacientes y un porcentaje de (82.00) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica el tratamiento dental solicitado se realizó dentro del plazo establecido. Sin embargo, un porcentaje menor con 28 de frecuencia y un porcentaje (18.00) %.

30.- *¿El tiempo de realización del tratamiento dental es el adecuado en la clínica odontológica Niurdent?*

Tabla 33.

Pregunta 30

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	4	2,6	2,6	4,5
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	16	10,3	10,3	14,7
De acuerdo	80	51,3	51,3	66,0
Totalmente de acuerdo	53	34,0	34,0	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 33 refieren que con una frecuencia de 133 pacientes y un porcentaje de (85.30) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica El tiempo de realización del tratamiento dental es el adecuado. Sin embargo, un porcentaje menor con 23 de frecuencia y un porcentaje (14.70) %.

31.- *¿El personal de la clínica odontológica Niurdent cuenta con herramientas necesarias?*

Tabla 34.

Pregunta 31

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	4	2,6	2,6	4,5
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	16	10,3	10,3	14,7
De acuerdo	80	51,3	51,3	66,0
Totalmente de acuerdo	53	34,0	34,0	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 34 refieren que con una frecuencia de 139 pacientes y un porcentaje de (89.10) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica cuenta con las herramientas necesarias. Sin embargo, un porcentaje menor con 17 de frecuencia y un porcentaje (10.90) %.

32.- *¿El proceso de atención que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent es eficiente?*

Tabla 35.

Pregunta 32

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	4	2,6	2,6	3,8
Ni de acuerdo, ni en	16	10,3	10,3	14,1
Válido desacuerdo				
De acuerdo	84	53,8	53,8	67,9
Totalmente de acuerdo	50	32,1	32,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 35 refieren que con una frecuencia de 134 pacientes y un porcentaje de (85.90) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica el proceso es eficiente. Sin embargo, un porcentaje menor con 22 de frecuencia y un porcentaje (14.10) %.

33.- *¿El personal de la clínica odontológica Niurdent dispone de tics?*

Tabla 36.

Pregunta 33

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	4	2,6	2,6	3,8
Ni de acuerdo, ni en	12	7,7	7,7	11,5
Válido desacuerdo				
De acuerdo	79	50,6	50,6	62,2
Totalmente de acuerdo	59	37,8	37,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 36 refieren que con una frecuencia de 138 pacientes y un porcentaje de (88.40) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica dispone de tics. Sin embargo, un porcentaje menor con 18 de frecuencia y un porcentaje (11.60) %.

34.- *¿Existe suficientes recursos en la clínica odontológica Niurdent para llevar a cabo el proceso de atención que se me brinda?*

Tabla 37.

Pregunta 34

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	2	1,3	1,3	3,2
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	16	10,3	10,3	13,5
De acuerdo	83	53,2	53,2	66,7
Totalmente de acuerdo	52	33,3	33,3	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 37 refieren que con una frecuencia de 135 pacientes y un porcentaje de (86.50) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica Existe suficientes recursos en la clínica odontológica Niurdent para llevar a cabo el proceso de atención que se me brinda. Sin embargo, un porcentaje menor con 21 de frecuencia y un porcentaje (13.50) %.

35.- *¿La atención dental que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent satisface mis necesidades?*

Tabla 38.

Pregunta 35

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	1	,6	,6	1,9
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	10,3	10,3	12,2
Válido				
De acuerdo	76	48,7	48,7	60,9
Totalmente de acuerdo	61	39,1	39,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 38 refieren que con una frecuencia de 137 pacientes y un porcentaje de (87.80) % La atención dental que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent satisface mis necesidades. Sin embargo, un porcentaje menor con 19 de frecuencia y un porcentaje (12.20) %.

36.- *¿La comunicación entre el odontólogo y el paciente de la clínica odontológica Niurdent es asertiva?*

Tabla 39.

Pregunta 36

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	1	,6	,6	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	4,5	4,5	7,1
Válido				
De acuerdo	97	62,2	62,2	69,2
Totalmente de acuerdo	48	30,8	30,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 39 refieren que con una frecuencia de 145 pacientes y un porcentaje de (93.00) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica La comunicación entre el odontólogo y el paciente de la clínica odontológica Niurdent es asertiva. Sin embargo, un porcentaje menor con 11 de frecuencia y un porcentaje (7.00) %.

37.- *¿La disposición del personal de la clínica odontológica Niurdent que me brinda el servicio es adecuada?*

Tabla 40.*Pregunta 37*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	7,7	7,7	9,6
De acuerdo	77	49,4	49,4	59,0
Totalmente de acuerdo	64	41,0	41,0	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 40 refieren que con una frecuencia de 141 pacientes y un porcentaje de (90.40) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica La disposición del personal de la clínica odontológica Niurdent que me brinda el servicio es adecuada. Sin embargo, un porcentaje menor con 15 de frecuencia y un porcentaje (9.60) %.

38.- ¿En general, considero que el servicio de atención que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent es un servicio de calidad?

Tabla 41.*Pregunta 38*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	1	,6	,6	2,6
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	19	12,2	12,2	14,7
De acuerdo	77	49,4	49,4	64,1
Totalmente de acuerdo	56	35,9	35,9	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 41 refieren que con una frecuencia de 133 pacientes y un porcentaje de (85.30) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica considero

que el servicio de atención que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent es un servicio de calidad, Sin embargo, un porcentaje menor con 23 de frecuencia y un porcentaje (14.70) %.

39.- *¿Al finalizar cada consulta, se invita al paciente a compartir sugerencias o comentarios para mejorar los servicios y productos ofrecidos en la clínica odontológica Niurden?*

Tabla 42.

Pregunta 39

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	3	1,9	1,9	3,2
Ni de acuerdo, ni en Válido desacuerdo	14	9,0	9,0	12,2
De acuerdo	84	53,8	53,8	66,0
Totalmente de acuerdo	53	34,0	34,0	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Los resultados de la tabla 42 refieren que con una frecuencia de 137 pacientes y un porcentaje de (87.80) % están de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la clínica Al finalizar cada consulta se invita al paciente a compartir sugerencias o comentarios para mejorar los servicios y productos. Sin embargo, un porcentaje menor con 19 de frecuencia y un porcentaje (12.20) %.

5.1.2. Análisis por dimensiones

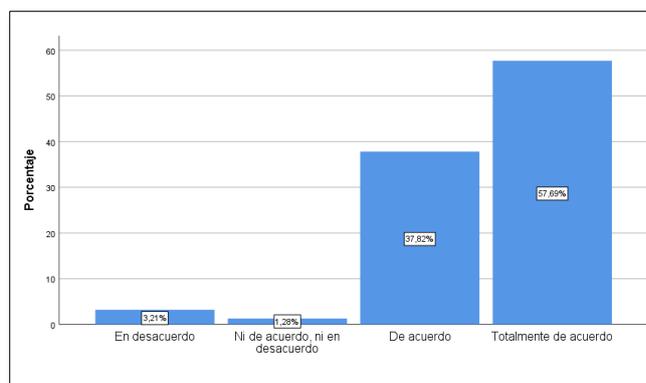
Tabla 43.

Estadísticos dimensión confiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Confiabilidad	En desacuerdo	5	3,2	3,2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	1,3	4,5
	De acuerdo	59	37,8	42,3
	Totalmente de acuerdo	90	57,7	100,0
	Total	156	100,0	100,0

Figura 1.

Dimensión confiabilidad

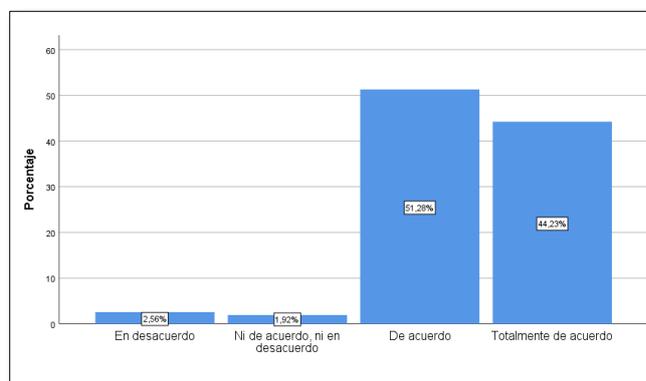


En relación con la tabla 43 y la figura 1, dimensiones de confiabilidad, se constata que el 95,51 % expresa su total concordancia y aceptación con respecto al servicio rápido, cuidadoso y registros.

Tabla 44.

Estadísticos dimensión capacidad de respuesta

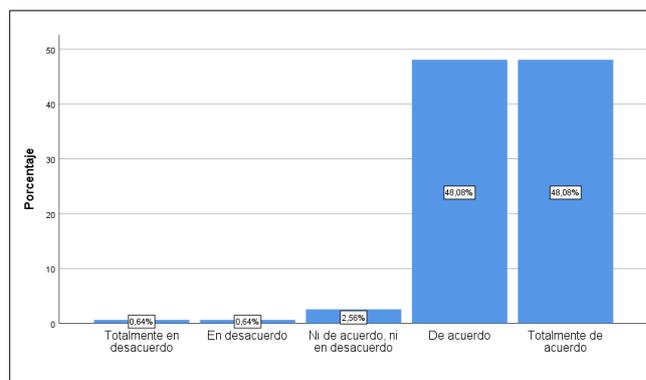
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Dedicación	En desacuerdo	4	2,6	2,6
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	1,9	4,5
	De acuerdo	80	51,3	55,8
	Totalmente de acuerdo	69	44,2	100,0
	Total	156	100,0	100,0

Figura 2.*Dimensión capacidad de respuesta*

En relación con la tabla 44 y la figura 2, dimensión capacidad, se constata que el 95,51 % expresa su total conformidad con la información, la atención, la comprensión y la celeridad de respuesta.

Tabla 45.*Estadísticos dimensión seguridad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,6	,6	,6
En desacuerdo	1	,6	,6	1,3
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	2,6	2,6	3,8
Válido de acuerdo	75	48,1	48,1	51,9
Totalmente de acuerdo	75	48,1	48,1	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Figura 3.*Dimensión seguridad*

En relación con la tabla 45 y la figura 3 de la dimensión seguridad, se constata que el 96,16% expresa su total concordancia y acuerdo con las temáticas de confianza, transacciones, cortesías y conocimientos.

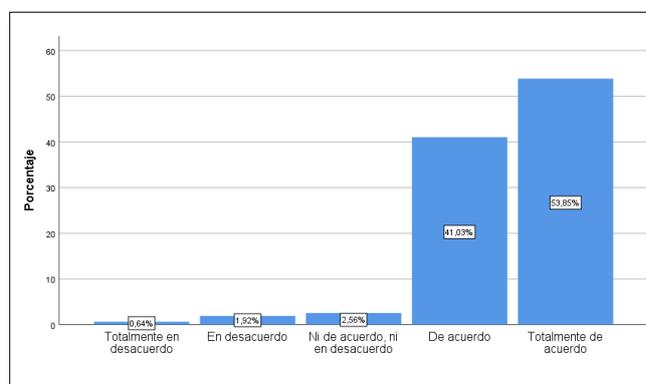
Tabla 46.

Estadísticos dimensión empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,6	,6	,6
En desacuerdo	3	1,9	1,9	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	2,6	2,6	5,1
Válido				
desacuerdo				
De acuerdo	64	41,0	41,0	46,2
Totalmente de acuerdo	84	53,8	53,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Figura 4.

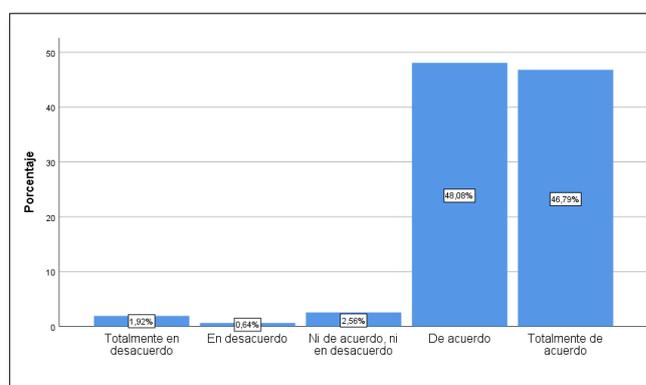
Dimensión empatía



En relación con la tabla 46 y la figura 4, dimensión empatía, se constata que el 94,88 % de los participantes expresa su total concordancia y comprensión con la información, la atención y la comprensión proporcionada.

Tabla 47.*Estadísticos dimensión elementos tangibles*

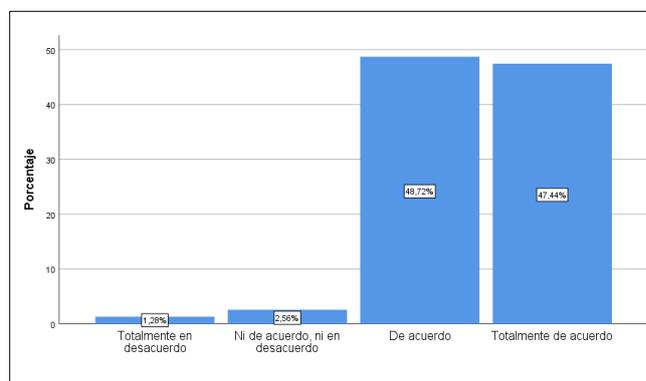
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,9	1,9	1,9
En desacuerdo	1	,6	,6	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	2,6	2,6	5,1
Válido				
De acuerdo	75	48,1	48,1	53,2
Totalmente de acuerdo	73	46,8	46,8	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Figura 5.*Dimensión elementos tangibles*

En relación con la tabla 47 y la figura 5, dimensión atributos, se constata que el 94,87 % de los participantes expresa su total conformidad con la apariencia física, los equipos, las instalaciones y los materiales.

Tabla 48.*Estadísticos dimensión expectativa del servicio*

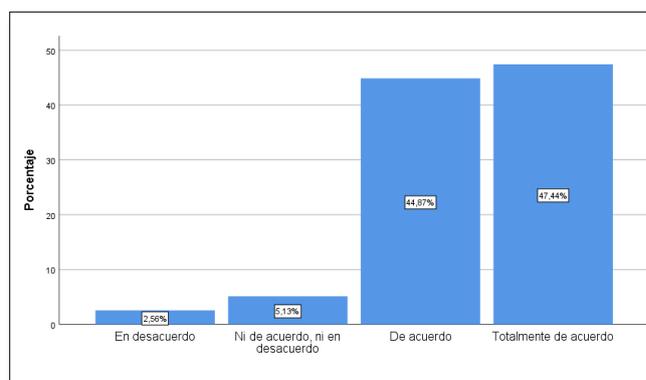
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	2,6	2,6	3,8
Válido				
De acuerdo	76	48,7	48,7	52,6
Totalmente de acuerdo	74	47,4	47,4	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Figura 6.*Dimensión expectativa del servicio*

En relación con la tabla 48 y la figura 6, dimensiones de la expectativa del servicio, se constata que el 96,16% expresa su total concordancia con respecto al conocimiento, adaptabilidad, formación y estímulos externos.

Tabla 49.*Estadísticos dimensión tiempo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	4	2,6	2,6	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	5,1	5,1	7,7
De acuerdo	70	44,9	44,9	52,6
Totalmente de acuerdo	74	47,4	47,4	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Figura 7.*Dimensión tiempo*

En relación con la tabla 49 y la Figura 6, dimensión tiempo, se constata que el 92,31% expresa su total concordancia y satisfacción con la rapidez de atención y el tiempo de espera.

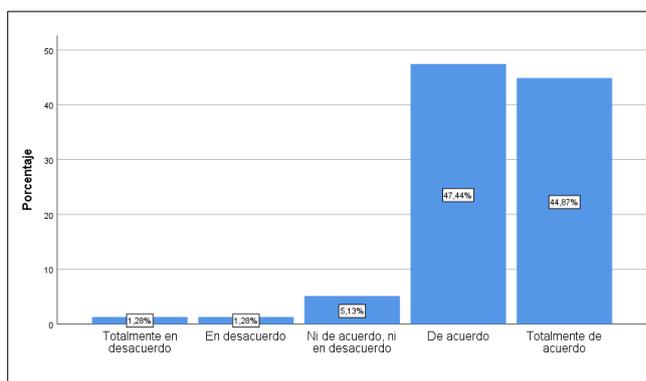
Tabla 50.

Estadísticos aspectos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	2	1,3	1,3	2,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	5,1	5,1	7,7
De acuerdo	74	47,4	47,4	55,1
Totalmente de acuerdo	70	44,9	44,9	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Figura 8.

Dimensión aspectos tangibles

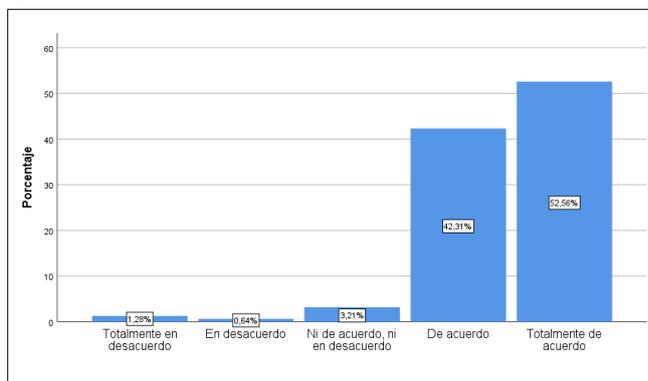


En relación con la tabla 50 y la figura 6, dimensión aspectos tangibles, se constata que el 92,31% expresa su total concordancia y aceptación con la tecnología de servicio y los estilos.

Tabla 51.

Estadísticos dimensión calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	1	,6	,6	1,9
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	3,2	3,2	5,1
De acuerdo	66	42,3	42,3	47,4
Totalmente de acuerdo	82	52,6	52,6	100,0
Total	156	100,0	100,0	

Figura 9.*Dimensión calidad*

En relación con la tabla 51 y la figura 6, dimensión calidad, se constata que el 94,87 % de los participantes expresa su total conformidad con la atención, la comunicación y la mejora.

5.3. Verificación de Resultados

5.3.1. Prueba de Normalidad.

Nuestra muestra es superior a 50, para hallar la normalidad se aplicó la prueba Kolmogorov-Smirnov.

Tabla 52.

Prueba de normalidad de variables

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	0,331	156	0,000
Satisfacción del cliente	0,337	156	0,000

Figura 10.

Histograma calidad de servicio

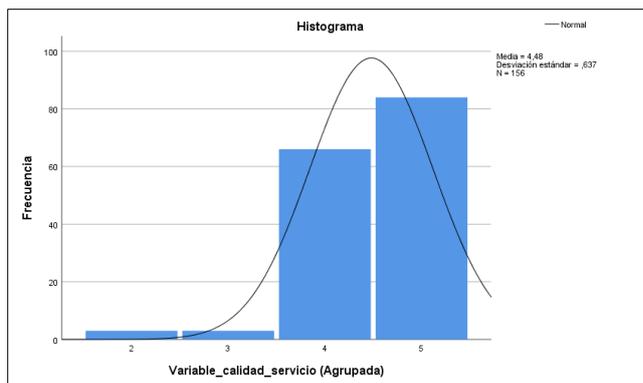
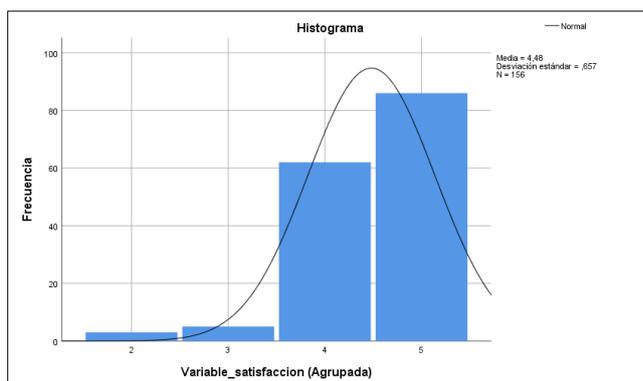


Figura 11.

Histograma satisfacción del cliente



La tabla 52, que proporciona un nivel de significancia de 0,000, y las figuras 10 y 11, en las que ambos histogramas exhiben un sesgo orientado La desviación hacia la derecha refiera una distribución no paramétrica.

5.3.2. Prueba de hipótesis general

A. Verificación de hipótesis general

H_0 : Si existe relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024

H_1 : No existe relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024

Figura 12.

Interpretación tabla Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a ,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Tomado de Martínez & Campos (2015).

Tabla 53.*Correlación de variables*

			Calidad de servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	0,728**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	0,728**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

Según la tabla 53 y el análisis ilustrado en la Figura 12. Se obtiene un coeficiente de Rho Spearman de 0,728 y un nivel de significancia de 0,000, lo que evidencia una correlación positiva significativa.

5.3.3. Resultado hipótesis específica 1

A. Verificación de hipótesis específica 1

Tabla 54.*Correlación dimensión confiabilidad y satisfacción del cliente*

			Confiabilidad	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	0,572**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	0,572**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

La tabla 54 y el análisis de la figura 12 arrojan un coeficiente Rho de Spearman de 0,572 y un nivel de significación de 0,000, lo que indica una asociación positiva de grado medio.

5.3.4. Resultado hipótesis específica 2

Tabla 55.

Correlación dimensión capacidad de respuesta y satisfacción del cliente

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	0,689**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	0,689**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156

****.** *La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

La tabla 55 y el análisis de la figura 12 arrojan un coeficiente Rho de Spearman de 0,689 y un nivel de significación de 0,000, lo que indica una asociación positiva de grado medio.

5.3.5. Resultado hipótesis específica 3

Tabla 56.

Correlación dimensión seguridad y satisfacción del cliente

			Seguridad	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	0,718**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	0,718**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156

****.** *La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

La tabla 56 y el análisis de la figura 12 arrojan un coeficiente Rho de Spearman de 0,718 y un nivel de significación de 0,000, lo que indica una asociación positiva sustancial.

5.3.6. Resultado hipótesis específica 4

Tabla 57.

Correlación dimensión empatía y satisfacción del cliente

			Empatía	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	0,688**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	0,688**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156

***.* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 57 y el análisis de la figura 12 arrojan un coeficiente Rho de Spearman de 0,688 y un nivel de significación de 0,000, lo que indica una asociación positiva sustancial.

5.3.7. Resultado hipótesis específica 5

Tabla 58.

Correlación dimensión elementos tangibles y satisfacción del cliente

			Elementos tangibles	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	0,760**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	0,760**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000
		N	156	156

***.* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 58 y el análisis de la figura 12 arrojan un coeficiente Rho de Spearman de 0,760 y un nivel de significación de 0,000, lo que indica una asociación positiva sustancial.

5.4. Discusión de resultados

En términos generales, los hallazgos expuestos en esta sección proporcionan un sólido respaldo a la validez de la afirmación de una conexión positiva moderada en las variables, tales como la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Estos hallazgos son corroborados por los artículos científicos subsiguientes. Revoredo & Shapiama (2023) detectaron una correlación positiva moderada, resultando $Rho = 0.868$. Podestá et al. (2019) establecieron una correlación reducida Rho de Spearman $r = 0.358$, mientras que, Araya et al. (2022) determinaron $Rho = 0.925$. Sin embargo, Bustamante & Cabrera (2022) detectaron una correlación significativa entre ambas variables Rho de Spearman $r = 0.720$. Adicionalmente, Lara y colaboradores (2020) detectaron una correlación moderadamente positiva Rho de Spearman $r = 0.645$

Dentro del contexto de las investigaciones internacionales, Lucas (2021) estableció que el sector ferretero de la ciudad de Puerto López presenta insatisfacción. Por lo tanto, se aconseja que se implementen las medidas necesarias en consonancia con las características específicas de la empresa. En consecuencia, Moreno (2019) determinó una correlación directa $Rho = 0,536$ con una correlación altamente positiva. Por lo tanto, Hidalgo (2019) estableció teóricamente una relación intrínseca entre ambas variables, argumentando que esto genera una satisfacción de sus necesidades. Rivera (2019) también estableció que ambas variables, ejercen influencia sobre la satisfacción de clientes exportadores. En última instancia, Villacrés (2020) obtuvo el 93,2% como conclusiones del estudio.

Dentro del contexto de las tesis nacionales, Pinto & Ticona (2024) concluyeron estableciendo correlación positiva entre ambas variables, resultando en $Rho = 0.803$. Por lo tanto, Ríos (2022) estableció correlación positiva y buena, resultando $Rho = 0.682$. Ramírez (2021) documentó una calidad de atención deficiente, junto con una satisfacción del usuario reducida, ambas con un índice del 37%. Se llegó a la conclusión de correlación positiva

resultando $Rho = 0.798$. En conclusión, García (2021) se destaca como el principal resultado, constituyendo un 26.3% del total. Además, el 66.3% de los pacientes consultados manifiesta una percepción de calidad excepcionalmente alta.

Conclusiones

Se determino para las variables en estudio, que la correlación Rho $r = 0,728$ evidencia una alta correlación positiva. Esto implica que un incremento en la calidad del servicio de igual manera incrementará la satisfacción en los pacientes. Dado el caso que, el centro odontológico aspire a conservar la lealtad de sus clientes y potenciar sus beneficios, debe considerar la atención del servicio proporcionado a cada cliente.

Se analizó la correlación $r = 0,572$ que para confiabilidad y satisfacción del paciente evidencia correlación positiva moderada. La dimensión está directamente vinculada a la variable. La organización debe mantener un constante enfoque en la innovación y mejoramiento de sus infraestructuras físicas, así como en la percepción visual del cliente. Esto contribuirá a la satisfacción de las demandas de los pacientes.

Se identificó que, la correlación $r = 0,689$ para capacidad de respuesta y satisfacción del paciente evidencia correlación positiva moderada. Se postula que un incremento en la capacidad de respuesta conllevará un incremento en la satisfacción de los usuarios de la organización, así como un incremento en sus beneficios económicos. Es imperativo intensificar las medidas para preservar el valor adquirido con la clientela.

Se estableció que, la correlación $r = 0,719$ entre seguridad y satisfacción del paciente evidencia una alta correlación positiva. La dimensión está directamente vinculada a la variable. Es imperativo considerar una seguridad adecuada durante los procesos de pago entre los clientes, con el objetivo de garantizar la seguridad en sus procesos de pago.

Se estimó que, la correlación $r = 0,688$ entre empatía y satisfacción del paciente evidencia una correlación positiva moderada, evidenciando una correlación directa entre la dimensión y la variable. Es imprescindible tener una percepción individual de cada cliente para superar sus expectativas vinculadas al servicio de atención.

Se comprendió que, la correlación $r = 0,760$ entre elementos tangibles y satisfacción del paciente evidencia alta correlación positiva. Es imperativo considerar los intereses de los clientes y entender sus requerimientos, con el fin de proporcionar atención personalizada e individualizada.

Recomendaciones

Se recomienda a la clínica Niurdent, considerar la elevada correlación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente, así como las dimensiones de ambas, dado que, pueden generar un impacto adverso en la organización. Es esencial perfeccionar el ambiente laboral para lograr un rendimiento superior a través de la implementación de programas de formación, incentivos económicos y logros personales, todo ello con la finalidad de estimular la motivación laboral. Es esencial comprender que, al cuidar de nuestros colaboradores, también garantizaremos el cuidado de nuestros consumidores.

Se recomienda a la clínica Niurdent, a partir de los hallazgos obtenidos, mejorar la dimensión de confiabilidad con el propósito de preservar y procurar un incremento en el valor de correlación positivamente elevado. La instauración de programas de capacitación para los miembros del equipo es fundamental para alcanzar un equipo robusto y satisfecho con su desempeño laboral. Es imperativo resaltar igualmente las diversas categorías de trabajadores, el retraso de atención a los pacientes y la administración eficaz del tiempo de citas para el cliente.

Se recomienda a la clínica Niurdent, a partir de los hallazgos obtenidos, mejorar la dimensión empatía con el propósito de preservar y procurar un incremento en el valor de correlación positiva elevada. La expansión del capital humano propiciaría un intereses más individualizado, además de permitir la planificación de citas de atención, prestando atención meticulosa a sus deseos e interrogantes, para suministrar una información adecuada.

Se recomienda a la clínica Niurdent, a partir de los hallazgos obtenidos, optimizar la dimensión capacidad de respuesta para preservar y procurar un incremento en el valor de correlación positiva elevada. La integración de un mayor número de colaboradores facilitaría la aceleración del servicio. Además, se propone instaurar una comunicación eficiente y transparente con los clientes en lo que respecta al tiempo de atención, inquietudes y

proporcionar información exhaustiva sobre el tratamiento que recibirá y el tiempo de atención, con el objetivo de brindar una atención adecuada a los clientes.

Se recomienda a la clínica Niurdent, a partir de los hallazgos obtenidos, mejorar la dimensión de seguridad con el objetivo de mantener y procurar incrementar el valor de correlación positiva elevada. Es imperativo infundir confianza en el cliente desde el comienzo del servicio, así como desarrollar programas de capacitación para nuestros colaboradores en lo que respecta a los métodos de pago, contar con POS certificados para asegurar la seguridad en el proceso de pago por parte del cliente.

Se recomienda a la clínica Niurdent, a partir de los hallazgos obtenidos, mantener los elementos tangibles, considerando que la correlación vigente es moderada. Es esencial tener en cuenta la innovación continua en el equipamiento contemporáneo, los componentes visuales, la estética, la presentación de los colaboradores durante la prestación del servicio y la actualización continua de los materiales visuales, tales como la infografía de los diferentes tratamientos, letreros publicitarios y precios de cada atención, con el propósito de potenciar la satisfacción del consumidor.

Referencias Bibliográficas

- Apac, A. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción del paciente en el Centro Odontológico Sonrisas Dent, distrito de Amarilis, provincia y región Huánuco - Perú – 2022*. Recuperado el 10 de octubre de 2024, de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/33840>
- Araya, C., Bustos, A., Castillo, F., Oliva, P., & Araya, J. (2022). Determinación de la Calidad del Servicio Odontológico de un Centro de Salud Pública Basado en Intangibles. *international journal of odontostomatology*, 6(3), 349-354. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-381X2012000300018>
- Bustamante, C., & Cabrera, G. (2022). Satisfacción de los pacientes que reciben servicio odontológico mediante SERVQUAL. *revista de la escuela profesional de odontología*, 6(2). doi:<https://doi.org/10.33326/26644649.2022.6.2.1573>
- Cabrera, C. (2021). *Dirección nacional de la dirección del asegurado de saludpol –calidad de servicio ISO 9001:2015*. (Trabajo de suficiencia profesional), Lima. Recuperado el 15 de 01 de 2024, de https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/4121/ADM-T030_42770910_T%20%20%20CABRERA%20CCALLO%20CESAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cruells, G. (20 de Octubre de 2022). La satisfacción de clientes se juega en la transformación digital. *infobae*.
- García, C. (2021). *Nivel de satisfacción y calidad de atención odontológica en pacientes atendidos del centro odontológico flores de Morrope, 2021*. Pimentel. Recuperado el 10 de octubre de 2024, de

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10954/Garcia%20Reyes%2c%20Carolay%20Brillid.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44. Recuperado el 15 de 01 de 2024

Hernández , R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw-Hill educación. Recuperado el 23 de junio de 2023, de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Hernández , R., Fernández , C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6a ed.). México: Mc Graw-Hill. Recuperado el 15 de 01 de 2024, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hidalgo, M. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato*. (tesis máestría), Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas, Ambato. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/30033>

Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Fundamentos de marketing de servicios : conceptos, estrategias y casos*. México: Cengage Learning. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <https://www.worldcat.org/es/title/fundamentos-de-marketing-de-servicios-conceptos-estrategias-y-casos/oclc/436100207>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fudamentos del marketing*. México: Pearson education. Recuperado el 27 de marzo de 2024, de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *DIRECCIÓN DE MARKETING*. México: Pearson.
- Lara, J., Hermoza, R., & Arellano, C. (2020). Satisfacción de los pacientes ante la atención odontológica recibida en un hospital en Lima. *Revista estomatológica*, 30(3), 145-152. doi:<https://doi.org/10.20453/reh.v30i3.3817>
- Lucas, A. (2021). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ*. (Tesis de licenciatura), Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Economicas, Manabí. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3404>
- Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores*, 36(3), 181-190. doi:[dx.doi.org/10.174888/RMIB.36.3.4](https://doi.org/10.174888/RMIB.36.3.4)
- Moreno, P. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón Alausí*. (Tesis de licenciatura), Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Riobamba. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6125>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* (Vol. 5a. Edición). Bogotá: Ediciones de la U. Recuperado el 15 de 01 de 2024, de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf

Parasumaran, T., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(41-50). Recuperado el 15 de 01 de 2024

Parasumaran, T., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40. Recuperado el 15 de 01 de 2024

peruano, E. (28 de 09 de 2021). Genere una experiencia exitosa a sus clientes. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/130014-genere-una-experiencia-exitosa-a-sus-clientes>

Pinto, L., & Ticona , R. (2024). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Clínica Odontológica Chahuara Salas del distrito de Juliaca, 2023*. (tesis licenciatura), Universidad Continental, Facultad de ciencias de la empresa, Juliaca. Obtenido de <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/15083>

Pixabay. (09 de noviembre de 2021). Apps de pagos superan a banca tradicional en satisfacción al cliente. *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/apps-de-pagos-superan-a-banca-tradicional-en-satisfaccion-al-cliente-noticia/>

Podestá, L., Ruiz, R., & Fabian , A. (2022). Calidad de atención y satisfacción del paciente atendido en una cadena de clínicas odontológicas. Lima-Perú, 2019-2020. *Horizonte médico*, 22(1). doi:<http://dx.doi.org/10.24265/horizmed.2022.v22n1.02>

Ramirez, E. (2021). *Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio Odontológico del Centro de Salud Húsares del Perú - Pucallpa, 2021*. Lima. Recuperado el 10 de octubre de 2024, de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70267/Ram%c3%adrez_PEG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Revoredo , J., & Shapiama, J. (2023). Calidad de Servicio y Satisfacción en los Clientes del Centro Odontológico Creadent, Lima 2019. *Impulso revista en administración*, 3(4), 10 - 24. doi:10.59659/impulso.v.3i4.17

Rios, J. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la clinica dental Firenze, 2021*. Recuperado el 10 de octubre de 2024, de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11617/2/IV_PG_MBA_TE_Rios_Prieto_2022.pdf

Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. (Tesis de maestría), Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Sistema de Posgrado, Guayaquil. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>

Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado , J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2), 85-101. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <https://revistaciencia.uat.edu.mx/index.php/CienciaUAT/article/view/1369>

Sotelo , J. (2016). Instrumento para medir la satisfacción de los usuarios en bases a la ISO 9001:2008. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el desarrollo educativo*, 7(13).

- Tamayo , M. (2004). *El proceso de la investigación científica incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. Limusa Noriega , México. Recuperado el 23 de junio de 2023
- Timaná , L. (08 de 09 de 2022). Personas inescrupulosas hurtan más de 30 medidores de agua en Paita. *Correo*. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/edicion/piura/situacion-afecta-la-calidad-del-servicio-y-abastecimiento-de-agua-a-las-viviendas-noticia/>
- Vergara, J., Quesada , V., & Blanco, I. (2012). Factores clave para la valoración de la calidad del servicio y satisfacción del cliente: modelos. *Catolica del norte*, 35, 380-400. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194224362020.pdf>
- Villacrés, A. (2020). *La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor*. (Tesis de maestría), Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Sistema de Posgrado. Recuperado el 02 de junio de 2023, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14704>

Apéndices

Apéndice 1. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Metodología
¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Si existe relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Variable independiente: Calidad de servicio	Tangibilidad	Enfoque: Cuantitativo. Tipo de investigación: Básica Nivel de investigación: correlacional Diseño de investigación: No experimental Población: 260 pacientes atendidos mensualmente Muestra: n = 156 Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Confiabilidad	
¿Cuál es relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?	Analizar la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Si existe relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024		Capacidad de respuesta	
¿Cuál es relación que existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?	Identificar la relación que existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Si existe relación que existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024		Seguridad	
¿Cuál es relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?	Establecer la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Si existe relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024		Empatía	
¿Cuál es relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?	Estimar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Si existe relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Variable dependiente: Satisfacción del cliente	Expectativa del servicio	
¿Cuál es relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024?	Comprender la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024	Si existe relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la clínica odontológica Niurdent Puno - 2024		Tiempo	
				Aspectos tangibles	
				Calidad	

Apéndice 2. Estadísticas del total de elementos

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- Cuando la clínica odontológica Niurdent promete realizar un tratamiento dental en un plazo determinado lo cumple.	173,50	242,466	,561	,969
2.- Cuando uno tiene algún problema en la clínica odontológica Niurdent muestra un interés para resolverlo.	173,43	242,875	,677	,969
3.- La clínica odontológica Niurdent realiza una atención efectiva desde la primera consulta	173,60	242,662	,657	,969
4.- La clínica odontológica Niurdent me atiende en promedio de 30 a más minutos	173,60	247,145	,402	,970
5.- La clínica odontológica Niurdent no comete errores al prestar sus servicios	173,80	233,338	,704	,969
6.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le comunican con precisión cuando se llevarán a cabo las citas odontológicas.	173,57	244,392	,634	,969
7.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le proporcionan un servicio rápido.	173,63	239,689	,690	,969
8.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent se muestran siempre dispuestos a ayudarlo.	173,40	243,559	,651	,969

9.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre tienen tiempo para responder a sus preguntas.	173,53	239,016	,726	,969
10.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le transmite confianza.	173,43	246,392	,467	,970
11.- Se siente seguro realizando el pago mediante transacciones financieras en la clínica odontológica Niurdent.	173,63	239,826	,683	,969
12.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre son corteses con usted.	173,40	243,007	,791	,969
13.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus interrogantes.	173,40	243,007	,685	,969
14.- La clínica odontológica Niurdent le ofrece una atención personalizada	173,57	240,254	,721	,969
15.- La clínica odontológica Niurdent tiene horarios de atención convenientes para sus pacientes.	173,60	243,352	,558	,969
16.- La clínica odontológica Niurdent cuenta con dentistas que le ofrecen una atención individualizada.	173,43	244,047	,607	,969
17.- La clínica odontológica Niurdent prioriza los intereses de sus pacientes.	173,60	239,214	,775	,968
18.- Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre lo tratan con amabilidad, respeto y paciencia	173,50	241,983	,708	,969

19.- La clínica odontológica Niurdent tiene equipos modernos y tecnología actualizada.	173,60	237,834	,679	,969
20.- Las instalaciones físicas de la clínica odontológica Niurdent son visualmente atractivas.	173,70	238,010	,781	,968
21.- El personal que labora en la clínica odontológica Niurdent están correctamente uniformados	173,50	242,948	,652	,969
22.- Los materiales asociados con el servicio (Folletos, Normas de servicio, etc.) de la clínica odontológica Niurdent son informativos.	173,73	240,892	,597	,969
23.- La clínica odontológica Niurdent conoce mis intereses y necesidades como paciente.	173,67	238,368	,758	,968
24.- El servicio que se me brinda la clínica odontológica Niurdent se adapta a mis necesidades como paciente.	173,67	238,920	,796	,968
25.- Estoy satisfecho con los tratamientos que se realizan en la clínica odontológica Niurdent para el servicio que se me brinda.	173,43	243,357	,744	,969
26.- El servicio otorgado por la clínica odontológica Niurdent, cumplió con mis necesidades y expectativas solicitadas.	173,50	242,603	,764	,969
27.- La clínica odontológica Niurdent cuenta con el personal capacitados para prestar el servicio que se me brinda.	173,60	240,800	,590	,969

28.- Se me informó sobre el tiempo en que se realizará el tratamiento dental en la clínica odontológica Niurdent	173,43	243,702	,720	,969
29.- El tratamiento dental solicitado se realizó dentro del plazo establecido por la clínica odontológica Niurdent.	173,50	242,810	,660	,969
30.- El tiempo de realización del tratamiento dental es el adecuado en la clínica odontológica Niurdent	173,43	244,392	,673	,969
31.- El personal de la clínica odontológica Niurdent cuenta con recursos suficientes para llevar a cabo su trabajo.	173,47	242,326	,698	,969
32.- El proceso de atención que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent es eficiente.	173,37	244,240	,731	,969
33.- El personal de la clínica odontológica Niurdent dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo (equipamiento, material dental y de otro tipo).	173,37	244,309	,726	,969
34.- Existe suficientes recursos en la clínica odontológica Niurdent para llevar a cabo el proceso de atención que se me brinda.	173,63	241,344	,610	,969
35.- La atención dental que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent satisface mis necesidades.	173,47	245,016	,539	,969
36.- La comunicación entre el odontólogo y el paciente de la clínica odontológica Niurdent es asertiva.	173,43	242,254	,819	,968

37.- La disposición del personal de la clínica odontológica Niurdent que me brinda el servicio es adecuada.	173,67	242,161	,624	,969
38.- En general, considero que el servicio de atención que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent es un servicio de calidad.	173,43	244,392	,673	,969
39.- Al finalizar cada consulta, se invita al paciente a compartir sugerencias o comentarios para mejorar los servicios y productos ofrecidos en la clínica odontológica Niurdent	173,57	241,564	,722	,969

Apéndice 3. Cuestionarios calidad de servicio



CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIO

Estimado paciente, este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre la calidad de servicio de la clínica Niurdent

La información que nos proporcione será tratada de forma confidencial y anónima.

Se agradece su colaboración.

Indicaciones: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder marcando con una (X) la respuesta que considere correcta.

N°	Descripción	Valoración				
		1	2	3	4	5
Confiabilidad						
01	Cuando la clínica odontológica Niurdent promete realizar un tratamiento dental en un plazo determinado lo cumple.					
02	Cuando uno tiene algún problema en la clínica odontológica Niurdent muestra un interés para resolverlo.					
03	La clínica odontológica Niurdent realiza una atención efectiva desde la primera consulta					
04	La clínica odontológica Niurdent me atiende en promedio de 30 a más minutos					
05	La clínica odontológica Niurdent no comete errores al prestar sus servicios					
Capacidad de respuesta						
06	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le comunican con precisión cuando se llevarán a cabo las citas odontológicas.					
07	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le proporcionan un servicio rápido.					
08	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent se muestran siempre dispuestos a ayudarlo.					
09	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre tienen tiempo para responder a sus preguntas.					
Seguridad						
10	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent le trasmite confianza.					
11	Se siente seguro realizando el pago mediante transacciones financieras en la clínica odontológica Niurdent.					
12	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre son corteses con usted.					
13	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus interrogantes.					
Empatía						
14	La clínica odontológica Niurdent le ofrece una atención personalizada.					
15	La clínica odontológica Niurdent tiene horarios de atención convenientes para sus pacientes.					
16	La clínica odontológica Niurdent cuenta con dentistas que le ofrecen una atención individualizada.					
17	La clínica odontológica Niurdent prioriza los intereses de sus pacientes.					
18	Los odontólogos de la clínica odontológica Niurdent siempre lo tratan con amabilidad, respeto y paciencia					
Elementos tangibles						
19	La clínica odontológica Niurdent tiene equipos modernos y tecnología actualizada.					
20	Las instalaciones físicas de la clínica odontológica Niurdent son visualmente atractivas.					
21	El personal que labora en la clínica odontológica Niurdent están correctamente uniformados					
22	Los materiales asociados con el servicio (Folletos, Normas de servicio, etc.) de la clínica odontológica Niurdent son informativos.					

CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estimado cliente, este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre la satisfacción del cliente de la clínica Niurdent

La información que nos proporcione será tratada de forma confidencial y anónima.

Se agradece su colaboración.

Indicaciones: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder marcando con una (X) la respuesta que considere correcta.

N°	Descripción	Valoración				
		1	2	3	4	5
Expectativa del servicio						
01	La clínica odontológica Niurdent conoce mis intereses y necesidades como paciente.					
02	El servicio que se me brinda la clínica odontológica Niurdent se adapta a mis necesidades como paciente.					
03	Estoy satisfecho con los tratamientos que se realizan en la clínica odontológica Niurdent para el servicio que se me brinda.					
04	El servicio otorgado por la clínica odontológica Niurdent, cumplió con mis necesidades y expectativas solicitadas.					
05	La clínica odontológica Niurdent cuenta con el personal capacitados para prestar el servicio que se me brinda.					
Tiempo						
06	Se me informó sobre el tiempo en que se realizará el tratamiento dental en la clínica odontológica Niurdent					
07	El tratamiento dental solicitado se realizó dentro del plazo establecido por la clínica odontológica Niurdent.					
08	El tiempo de realización del tratamiento dental es el adecuado en la clínica odontológica Niurdent					
09	El personal de la clínica odontológica Niurdent cuenta con recursos suficientes para llevar a cabo su trabajo.					
Aspectos Tangibles						
10	El proceso de atención que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent es eficiente.					
11	El personal de la clínica odontológica Niurdent dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo (equipamiento, material dental y de otro tipo).					
12	Existe suficientes recursos en la clínica odontológica Niurdent para llevar a cabo el proceso de atención que se me brinda.					
Calidad						
13	La atención dental que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent satisface mis necesidades.					
14	La comunicación entre el odontólogo y el paciente de la clínica odontológica Niurdent es asertiva.					
15	La disposición del personal de la clínica odontológica Niurdent que me brinda el servicio es adecuada.					
16	En general, considero que el servicio de atención que se me brinda en la clínica odontológica Niurdent es un servicio de calidad.					
17	Al finalizar cada consulta, se invita al paciente a compartir sugerencias o comentarios para mejorar los servicios y productos ofrecidos en la clínica odontológica Niurdent					

Apéndice 4. Ficha de validación de expertos



FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.- Instrumento de evaluación: Cuestionario de la variable "Calidad de servicio"
- 2.- Título de la investigación: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA NIURDENT PUNO – 2024
- 3.- Autor del instrumento: Maribel Thaylu Leonardo Quispe, Nury Vaneza Antallaca Noa
- 4.- Nombre del juez/experto: Amira Carpio Maraza
- 5.- N° DNI: 44730674
- 6.- Área de acción laboral: Docente Investigador
- 7.- título profesional: Licenciado en Administración
- 8.- Grado académico: Magister Sc. Administración y Finanzas

II. ASPECTOS A EVALUAR:

CRITERIOS		VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	✓		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables	✓		
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la etecla pedagógica	✓		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	✓		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.	✓		
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	✓		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científico	✓		
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.	✓		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición	✓		
10. SIGNIFICATIVAD	Es útil y adecuado para la investigación	✓		

- III. CRITERIO DE VALORACIÓN DEL JUEZ: - Procede su aplicación (✓)
- No procede su aplicación ()



Puno, 04/11./2024.

FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO
OPINIÓN DE EXPERTOS

IV. DATOS GENERALES:

- 1.- **Instrumento de evaluación:** Cuestionario de la variable "Satisfacción de los clientes"
- 2.- **Título de la investigación:** CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA NIURDENT PUNO – 2024
- 3.- **Autor del instrumento:** Maribel Thaylu Leonardo Quispe, Nury Vaneza Antallaca Noa
- 4.- **Nombre del juez/experto:** Amira Carpio Maraza
- 5.- **N ° DNI:** 44730674
- 6.- **Área de acción laboral:** Docente investigador
- 7.- **título profesional:** Licenciado en Administración
- 8.- **Grado académico:** Magister Sc: Administración y Finanzas

V. ASPECTOS A EVALUAR:

CRITERIOS		VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	✓		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables	✓		
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica	✓		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	✓		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.	✓		
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	✓		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científico	✓		
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.	✓		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición	✓		
10. SIGNIFICATIVAD	Es útil y adccuado para la investigación	✓		

- VI. CRITERIO DE VALORACIÓN DEL JUEZ:** - Procede su aplicación (✓)
 - No procede su aplicación ()



 Lic. Amira Carpio Maraza
 Registrada en el Colegio No. 8325
 COLIAR PUNO

Puno, 04/..11./ 2024.

**FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO
OPINIÓN DE EXPERTOS**

I. DATOS GENERALES:

- 1.- **Instrumento de evaluación:** Cuestionario de la variable "Calidad de servicio"
 2.- **Título de la investigación:** CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA NIURDENT PUNO – 2024
 3.- **Autor del instrumento:** Maribel Thaylu Leonardo Quispe, Nury Vaneza Antallaca Noa
 4.- **Nombre del juez/experto:** ZORAIMA LAURA CASTILLO
 5.- **N° DNI:** 41607703
 6.- **Área de acción laboral:** DOCENTE INVESTIGADOR
 7.- **título profesional:** LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 8.- **Grado académico:** DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

II. ASPECTOS A EVALUAR:

CRITERIOS		VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	✓		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables	✓		
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica	✓		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	✓		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad	✓		
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	✓		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científico	✓		
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.	✓		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición	✓		
10. SIGNIFICATIVAD	Es útil y adecuado para la investigación	✓		

- III. **CRITERIO DE VALORACIÓN DEL JUEZ:** - Procede su aplicación (✓)
 - No procede su aplicación ()



Puno, 04/11/2024

**FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO
OPINIÓN DE EXPERTOS**

IV. DATOS GENERALES:

- 1.- **Instrumento de evaluación:** Cuestionario de la variable "Satisfacción de los clientes"
 2.- **Título de la investigación:** CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA NIURDENT PUNO – 2024
 3.- **Autor del instrumento:** Maribel Thaylu Leonardo Quispe, Nury Vaneza Antallaca Noa
 4.- **Nombre del juez/experto:** ZORAIMA LAURA CASTILLO
 5.- **N° DNI:** 41604703
 6.- **Área de acción laboral:** DOCENTE INVESTIGADOR
 7.- **título profesional:** LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 8.- **Grado académico:** DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

V. ASPECTOS A EVALUAR:

CRITERIOS		VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	✓		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables	✓		
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica	✓		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	✓		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.	✓		
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	✓		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científico	✓		
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.	✓		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición	✓		
10. SIGNIFICATIVAD	Es útil y adecuado para la investigación	✓		

- VI. **CRITERIO DE VALORACIÓN DEL JUEZ:** Procede su aplicación (✓)
 - No procede su aplicación ()



Puno, 04/11/2024.

**FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO
OPINIÓN DE EXPERTOS**

IV. DATOS GENERALES:

- 1.- **Instrumento de evaluación:** Cuestionario de la variable "Satisfacción de los clientes"
- 2.- **Título de la investigación:** CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA NIURDENT PUNO – 2024
- 3.- **Autor del instrumento:** Maribel Thaylu Leonardo Quispe, Nury Vaneza Antallaca Noa
- 4.- **Nombre del juez/experto:** GILBERTO JAEN BALDARRAJO
- 5.- **N° DNI:** 01203859
- 6.- **Área de acción laboral:** DIRECTOR DEL ÁREA FUNCIONAL DE GESTIÓN DE CALIDAD EN SALUD
- 7.- **título profesional:** LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
- 8.- **Grado académico:** Mg. MARKETING Y FINANZAS

V. ASPECTOS A EVALUAR:

CRITERIOS		VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	✓		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables	✓		
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica	✓		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	✓		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.	✓		
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	✓		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científico	✓		
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.	✓		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición	✓		
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación	✓		

- VI. **CRITERIO DE VALORACIÓN DEL JUEZ:** - Procede su aplicación (✓)
 - No procede su aplicación ()



 Mg. Gilberto Jaen Baldarrajo
 EXPERTO - UREA PUNO

Puno, 06/11/2024.