



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018”

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS-MBA**

AUTOR:

Br. Garcy Joao Hidalgo Pezo

ASESOR:

Mg. Ivo Martín Encomenderos Bacallán

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

TARAPOTO – PERÚ

2019

ESCUELA DE POSGRADO

DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

El bachiller **Hidalgo Pezo, Garcy Joao**, para obtener el Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios, ha sustentado la tesis titulada:

"Calidad del Servicio y su Relación con la Satisfacción en Clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C, Tarapoto, 2018"

El Jurado evaluador emitió el dictamen de

Aprobado por unanimidad (16)

Habiendo hecho las recomendaciones siguientes:

MBA. Jhon Bautista Fasabi

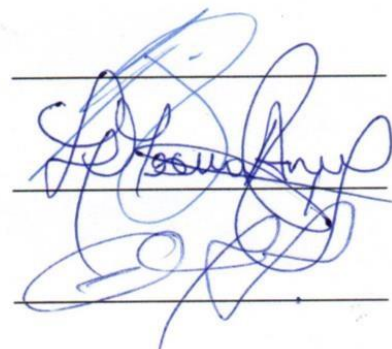
-Presidente

MBA. Lizeth Erly Mescua Ampuero

- Secretario/a

Mg. Ivo Encomenderos Bancallán

-Vocal



Tarapoto 18 de enero 2019

Dedicatoria

A Juana y Gumercindo, mis queridos padres, por su confianza y su dedicación, a Catherine, por quererme y apoyarme siempre, por todo el cariño brindado y por ser los motores de mi vida.

Garcy Joao

Agradecimiento

A los profesores de la Maestría en Administración de Negocios que durante este periodo en las aulas me brindaron nuevos conocimientos y ampliaron mi visión profesional, a la Gerencia y personal de la Clínica Estomatológico del Oriente S.A.C. por su apoyo desinteresado en el desarrollo y aplicación del presente trabajo.

EL AUTOR

Declaratoria de Autenticidad

Yo **Garcy Joao Hidalgo Pezo**, identificada con DNI N° 42664953, estudiante del programa de **Maestría en Administración de Negocios** de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada: **“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018”**;

Declaro bajo juramento que:

La Tesis es de mi autoría

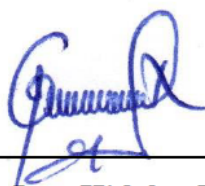
He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

La tesis no ha sido auto plagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 19 de diciembre de 2018



Garcy Joao Hidalgo Pezo

DNI: 42664953

Presentación

Señores miembros del jurado calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grado y títulos de la Universidad César Vallejo; pongo a vuestra consideración la presente investigación titulada “**Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018**”, con la finalidad de optar el grado académico de Maestro en Administración de Negocios.

La investigación está dividida en siete capítulos:

I. INTRODUCCIÓN. Se considera la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

II. MÉTODO. Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y métodos de análisis de datos.

III. RESULTADOS. En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información.

IV. DISCUSIÓN. Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados en la tesis.

V. CONCLUSIONES. Se considera en enunciados cortos, teniendo en cuenta los objetivos planteados.

VI. RECOMENDACIONES. Se precisa en base a los hallazgos encontrados.

VII. REFERENCIAS. Se consigna todos los autores de la investigación.

Índice

| | |
|--|-----|
| Dictamen de la sustentación de tesis | ii |
| Dedicatoria..... | iii |
| Agradecimiento | iv |
| Declaratoria de Autenticidad..... | v |
| Presentación..... | vi |
| Índice | vii |
| Índice de tablas | ix |
| Índice de figuras | x |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT | xii |
| I. INTRODUCCIÓN | 13 |
| 1.1. Realidad problemática | 13 |
| 1.2. Trabajos previos..... | 14 |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema..... | 18 |
| 1.4. Formulación del problema..... | 29 |
| 1.5. Justificación del estudio..... | 29 |
| 1.6. Hipótesis | 30 |
| 1.7. Objetivos..... | 30 |
| II. MÉTODO..... | 31 |
| 2.1. Tipo y Diseño de estudio | 31 |
| 2.2. Variables – Operacionalización..... | 31 |
| 2.3. Población y muestra..... | 33 |
| 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 33 |

| | |
|---|----|
| 2.5. Métodos de análisis de datos | 36 |
| 2.6. Aspectos éticos | 36 |
| III. RESULTADOS..... | 38 |
| IV. DISCUSIÓN | 49 |
| V. CONCLUSIONES | 52 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 53 |
| VII. REFERENCIAS | 54 |
| ANEXOS | |
| Matriz de consistencia | |
| Instrumentos de recolección de datos | |
| Validación de instrumentos | |
| Índice de confiabilidad | |
| Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación | |
| Autorización para la publicación electrónica de las tesis | |
| Informe de originalidad | |
| Acta de aprobación de originalidad de tesis | |
| Autorización de la versión final del Trabajo de Investigación | |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Dimensión admisión - informes | 38 |
| Tabla 2. Dimensión sala de espera | 39 |
| Tabla 3. Dimensión procedimientos odontológicos | 40 |
| Tabla 4. Calidad de servicio | 41 |
| Tabla 5. Dimensión capacidad de respuesta..... | 42 |
| Tabla 6. Dimensión fiabilidad | 43 |
| Tabla 7. Dimensión seguridad..... | 44 |
| Tabla 8. Dimensión empatía..... | 45 |
| Tabla 9. Dimensión elementos intangibles..... | 46 |
| Tabla 10. Satisfacción en los clientes..... | 47 |
| Tabla 11. Relación entre Calidad de servicio*Satisfacción en clientes | 48 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| <i>Figura 1.</i> Resultados de la dimensión admisión - informes..... | 38 |
| <i>Figura 2.</i> Resultados de la dimensión sala de espera | 39 |
| <i>Figura 3.</i> Resultados de la dimensión sala de espera | 40 |
| <i>Figura 4.</i> Resultados del nivel de calidad del servicio..... | 41 |
| <i>Figura 5.</i> Resultados de la dimensión capacidad de respuesta..... | 42 |
| <i>Figura 6.</i> Resultados de la dimensión fiabilidad..... | 43 |
| <i>Figura 7.</i> Resultados de la dimensión seguridad..... | 44 |
| <i>Figura 8.</i> Resultados de la dimensión empatía..... | 45 |
| <i>Figura 9.</i> Resultados de la dimensión elementos intangibles | 46 |
| <i>Figura 10.</i> Resultados del nivel de satisfacción en los clientes | 47 |

RESUMEN

La investigación presento como título: Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018, de cual se planteó como objetivo principal establecer la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto, 2018. Además de la hipótesis general: existe relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. – Tarapoto, 2018. Por otro lado en lo que respecta al método de la investigación el tipo fue no experimental y con un diseño correlacional, asimismo la muestra se determinó por un muestreo estadístico debido a que la cantidad de la población era un número amplio por abordar en la investigación, por lo que se llegó a determinar que la muestra lo conformaron 134 clientes a quienes se les aplicó cuestionarios uno por cada variable con el fin de conocer su percepción. A partir de todo ello se pudo identificar los niveles de calidad de servicio y satisfacción de los clientes donde los resultados evidenciaron que la calidad del servicio es calificado como baja por el 53% de los clientes que fueron encuestados, sin embargo el 33% señalo que es media y solo el 14% de los clientes afirmo que es alta, mientras que la satisfacción en clientes es calificado como baja por el 58% de los encuestados, aunque también se observa que un 24% presenta una satisfacción media y el 18% restante muestra una satisfacción alta. Finalmente, el valor de sig. bilateral fue igual a 0,000. Al finalizar el estudio se acepta la hipótesis de investigación que se hizo mención en líneas anteriores.

Palabras claves: calidad de servicio, satisfacción en clientes

ABSTRACT

The research presented as a title: Quality of service and its relationship with customer satisfaction at the Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018, of which the main objective was to establish the relationship between Quality of service and customer satisfaction at the Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto, 2018. In addition to the general hypothesis: there is a relationship between Quality of service and customer satisfaction of the Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto, 2018. On the other hand, with respect to the research method, the type was non-experimental and with a correlational design, the sample was also determined by a statistical sampling because the quantity of the population was a large number per address in the investigation, so it was determined that the sample consisted of 134 clients who were applied questionnaires one for each variable in order to know their perception. From all this it was possible to identify the levels of service quality and customer satisfaction where the results showed that the quality of the service is qualified as low by 53% of the clients that were surveyed, however 33% indicated that it is medium and only 14% of clients say it is high, while customer satisfaction is rated as low by 58% of respondents, although it is also observed that 24% presents average satisfaction and the remaining 18% It shows a high satisfaction. Finally the value of sig. bilateral was equal to 0.000. At the end of the study, the research hypothesis that was mentioned in previous lines is accepted.

Keywords: quality of service, customer satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La calidad de la atención en salud es un tema que adquiere cada vez más relevancia debido a la libertad con que opinan los usuarios acerca de los diferentes servicios recibidos por las instituciones proveedoras de los mismos. Durante los últimos años el mundo ha evolucionado a gran velocidad, los retos y las oportunidades en calidad, tecnología y administración se han incrementado con el transcurso del tiempo. Todas las organizaciones enfrentan la necesidad de mejorar la calidad ya sea en su producto o servicio y es por eso que el sector salud por ser una empresa y organización que proporciona servicio se encuentra cada vez más preocupado en desarrollar estrategias que permitan mejorar la calidad en el servicio a los usuarios que son los pacientes y den como resultado la garantía de un servicio óptimo y a vez la satisfacción del usuario; por ende que superen las expectativas del usuario

Por ejemplo, en Bolivia se han realizado esfuerzos para garantizar la satisfacción del usuario desde 1990, con este objetivo el gobierno creó un Proyecto Nacional de Calidad en Salud, con una propuesta de transformación que exigía contemplar aspectos relacionados con la evaluación y garantía de calidad.

En el Perú, en las clínicas odontológicas se ha dejado de lado la satisfacción del usuario y más se toma énfasis en la ganancia monetaria, es por ello que el gobierno, el colegio odontológico y las municipalidades buscan que se cumpla ciertos requisitos para el funcionamiento de locales que brinden atención odontológica de calidad donde el cliente sea el eje principal del negocio y evitar la proliferación de establecimientos que no cumplan con los requisitos necesarios para una atención segura.

El Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. identificada con RUC: 20542296748, funciona en el mercado de Tarapoto con el nombre de Centro De Estética Oral, en Av. El Ejercito Nro. 231, y actualmente se encuentra a cargo del sr. Gabriel Arévalo Ramírez. Esta empresa que desde hace algunos años viene brindado servicios odontológicos a la población, se encuentra afrontando

actualmente con algunos inconvenientes con sus pacientes, y es que, gran parte de estos no le son leales, ya que suelen ir a otros centros odontológicos diferentes a este. Se considera que existe un bajo nivel de satisfacción del paciente, lo que lo conlleva a buscar otra empresa que brinde un mejor servicio, y es que, pese a que el administrador siempre busca mejorar la calidad en la atención del paciente en los servicios odontológicos, aun se siguen presentando problemas que, a la larga, el cliente palpa. Algunos de estos problemas se encuentran relacionados con el poco espacio en la zona de espera, poca disponibilidad del personal para poder brindar información a los pacientes, así como la entrega de recetas e instrucciones poco entendibles para estos. Todos estos problemas estarían disminuyendo la calidad del servicio y a su vez mermando la satisfacción de los pacientes, por lo que resulta imperativo poder realizar esta investigación a fin de poder entregarle una solución que beneficie tanto al centro odontológico, como a los usuarios.

1.2. Trabajos previos

Internacional

Ávila, T. (2016). Tesis de maestría denominada “Calidad en la atención de los servicios de salud desde la óptica del usuario en el centro San Vicente de Paúl de la ciudad de Esmeraldas”. Tipo de investigación a utilizar fue descriptivo, el cual permitió conocer de manera clara los niveles de satisfacción de los usuarios de los servicios y desde luego los distintos aspectos que han influido en la calidad de atención de dicho establecimiento, superando así la atención que se brinda en hospitales estatales. La muestra estuvo compuesta por 204 personas que se atienden en dicho centro de salud. En esta investigación se analizó la calidad de los servicios de salud desde la óptica de los pacientes en el establecimiento de salud San Vicente de Paul de la ciudad de Esmeraldas. Para ello fue necesario elaborar un cuestionario. En el cuestionario se consultó sobre los servicios de salud que brindan a sus usuarios, los procesos que llevan a cabo, los pasos a seguir para cumplir la atención al cliente, entre otros. De esta manera se obtuvo como resultados una alta satisfacción de los usuarios en cuanto a los servicios recibidos de parte del centro, aun cuando se muestra también carencias como falta de presupuesto y recursos para

alcanzar a cabalidad con los servicios de atención. Se concluyó, que a pesar que existan carencias en la oferta del centro, los servicios más requeridos por los usuarios fueron: medicina general, pediatría, atención posparto, tamizaje neonatal y laboratorio, se evidenció un alto nivel de satisfacción de la población, constituyendo así las principales fortalezas y debilidades de un centro de salud.

Mercado, K. (2016). Tesis de maestría titulada “Calidad de Servicios que brinda el Centro Odontológico Odontomed a los pacientes”, la investigación fue descriptiva, el objetivo fue diagnosticar la calidad de servicio que brinda el Centro Odontológico a los pacientes de la ciudad de Esmeraldas, la muestra fue de 384 personas. El instrumento que se empleó como recolección de información fue la técnica de la encuesta y entrevista compuesta por un cuestionario de preguntas. Los resultados más relevantes fueron que dieron positivos para la satisfacción de los usuarios. Para ello se necesitó reducir los tiempos de espera, que promueven el trabajo en equipo, limpieza de consultorio, de este modo se detecta las debilidades e ineficiencias de los procesos de atención al paciente, mejorar la infraestructura del centro odontológico, ambientando la sala de espera, además de los consultorios. La conclusión principal es que si bien el centro no cuenta como procesos definidos para ningún parámetro, de lo que se trata es de un agrupación de profesionales que crearon empresa para realizarse como tales; sin embargo, las falencias son varias, por ejemplo en el manejo administrativa, se hace de modo empírico, además la carga laboral que tienen los empleados es demasiado, teniendo en cuenta que es exigente por la alta demanda; por otro lado, se evidenció que el nivel de satisfacción fue medio, ello indica que debe darse mayor importancia al posicionamiento en el mercado, tomando acciones correctivas para reducir las amenazas y fortaleciendo las debilidades.

Aragadvay, S. (2017), tesis de maestría denominada “Satisfacción del usuario externo del hospital básico moderno de Riobamba”. La investigación es de diseño descriptivo, el objetivo fue establecer el nivel de satisfacción por parte del usuario externo del hospital mencionado, tuvo como muestra a 123 usuarios externos, se utilizó como instrumento el cuestionario en base al modelo SERVQUAL. Los

resultados más relevantes indican que se tiene la mayor frecuencia de usuarios fue del sexo femenino con un 54% y usuarios del sexo masculino con 46%, con edad promedio de 23 años en el grupo de 20 a 39 años. La conclusión principal es que los usuarios externos distinguen una mala calidad de atención respecto al servicio de consulta externa, a causa de que las expectativas no se cumplieron o atendieron totalmente.

Nacional

Jesús, F. (2017). Tesis de maestría denominada “Satisfacción de los usuarios externos y calidad de atención odontológica en un centro de salud”, la investigación fue cuantitativa, de nivel correlacional y diseño no experimental, el objetivo fue determinar la relación que existe entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológico en un centro de salud. Tuvo como muestra a 110 usuarios del servicio, se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes evidenciaron que las dos variables son estadísticamente significativas, donde se obtuvo una frecuencia más elevada de 42.7% de la satisfacción por parte de los usuarios, correspondiente a 47 personas encuestadas. La conclusión principal que existe relación entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológico en el centro de salud y por tanto es necesario que la gestión pública en salud debe darle mayor importancia al tema de la calidad de atención en los centros de salud del distrito de Chorrillos, implementando estrategias como capacitación al personal, sensibilización a la población y promover un área exclusiva para las futuras investigaciones. es que los factores significantes como calidad de servicio, aspectos tangibles, la sensibilidad, seguridad y empatía, influyen significativamente con respecto a la percepción y satisfacción del cliente con un nivel de significancia de 0.05.

Ninamango, V. (2014). Tesis denominada “Percepción de la calidad de servicio de los usuarios en el consultorio externo de medicina interna del Hospital Nacional Arzobispo Loayza”; la investigación fue cualitativo, descriptivo observacional de corte transversal, el objetivo fue determinar las perspectivas de los usuarios acerca de la calidad de los servicios brindados por el área en estudio. Tuvo

como muestra a 230 pacientes, se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes demuestran que existe insatisfacción global expresado en un 83,9 %. Por otro lado tenemos las siguientes dimensiones; capacidad de respuesta, expresado en un 81,7 %; confiabilidad con el 78,3%; elementos tangibles con el 72,6 %; la empatía con el 99.6 %, y por último la seguridad con el 63,2 %. La conclusión principal fue que en los servicios de medicina existe una gran insatisfacción por parte de los usuarios que se atienden en este hospital nacional.

Gutiérrez, M. (2015), Tesis denominada “Satisfacción del Usuario del Centro del Adulto Mayor – Lima, 2015”. La investigación fue de diseño no experimental y de enfoque transversal, el objetivo central fue especificar el grado de satisfacción que presentan los usuarios del Centro del adulto mayor en la ciudad de Lima, período 2015. Tuvo como muestra 100 usuarios, se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes fueron que el 50 % de los encuestados percibe una satisfacción baja y el 50% del resto, indica que percibe un grado de satisfacción medio. La conclusión principal es que, al no poder hablar de una satisfacción plena, o en su defecto una insatisfacción, el Centro de Salud puede mejorar sus servicios de promoción, de prevención y atención a personas mayores que son usuarios de su servicio.

Regional

Alejandría, M. y Campos, E. (2017), Tesis denominada “Evaluación de la gestión del marketing interno y la satisfacción de los clientes de rústica de la ciudad de Tarapoto, durante el primer semestre del 2015”. La investigación fue de tipo descriptivo correlacional y un diseño no experimental, el objetivo central fue establecer cuál es la relación entre la variable marketing interno y la variable satisfacción de los clientes de Rústica en la ciudad de Tarapoto, en el período del primer semestre 2015. Tuvo como muestra a 67 clientes del restaurante Rústica, se utilizó como instrumentos al cuestionario y la guía de fichaje para la recolección de la información. Los resultados más relevantes fueron que de acuerdo a las encuestas que se realizaron las dimensiones en su mayoría tuvieron una calificación de regular,

siendo las más trascendentales las dimensiones como los elementos tangibles con los que cuenta la empresa, la confiabilidad que brinda a sus usuarios, la capacidad de respuesta en la atención, la seguridad que brinda y la empatía que se genera de colaborador a cliente. La conclusión principal es que la gestión que tiene la empresa sobre su endomarketing es regular, esto porque no hay una motivación debidamente desarrollada en los empleados y no consideran que los factores como capacitaciones, remuneración laboral sean los adecuados; además la satisfacción de los clientes también obtuvo una calificación de regular, por lo que se entiende que existe una relación directa entre las variables aceptándose la hipótesis general de la investigación.

Chinchay, E. (2014). Tesis de maestría titulado “Percepción de la Calidad de atención y Grado de Satisfacción del usuario en estancia intrahospitalaria del Hospital II-1 Rioja, periodo 2014”. La investigación fue de tipo descriptivo – cuantitativo, el objetivo central fue determinar la relación entre calidad de atención y grado de satisfacción del usuario en estancia intrahospitalaria del Hospital II-1 Rioja, Periodo 2014. Tuvo como muestra a 312 usuarios que se encontraron hospitalizados en los servicios (medicina, cirugía, ginecología y obstetricia) del hospital II-1 Rioja. Se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes expresan que la calidad de atención en los servicios de hospitalización el 89.7 % es buena, el 10.3% es mala. Quedando satisfechos el 85.3 % y el 14.7 % quedó insatisfecho por la atención recibida. La conclusión principal es que la calidad de atención y grado de satisfacción de los usuarios durante su estancia intrahospitalaria es buena y agradable.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Calidad de servicio

La calidad del servicio está ligada a lo que es la satisfacción del cliente, este término se aplica a cualquier producto o servicio que se comercialice en cualquier mercado, en la definición propuesta por Poll y Boekhorst, la satisfacción al cliente es una medida por medio de la cual se valora el servicio

en función de su meta principal, esto es, si ofrece servicios de calidad que satisfagan a sus usuarios (Gonzales, 2009, citado por Orlandini & Ramos, 2017).

La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferenciación entre el servicio que espera el cliente y el que recibe de la empresa (Nishizawa, 2014)

La calidad del servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización (López, 2013)

Según Pizzo (2013), la calidad en el servicio es la costumbre desarrollada por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, incluso bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la empresa.

Evaluación de la calidad del servicio

En base a la definición proporcionada por Pizzo (2013), se establecen las siguientes dimensiones e indicadores que se deberán de tomar en cuenta para la evaluación de la variable:

Admisión – Informes. Es la unidad responsable de tomar los datos de los pacientes, y de entregar la información necesaria de los servicios con los que se cuenta. Es la unidad con el cual el paciente tiene el primer encuentro. Lo indicadores a tener en cuenta son:

- **Recepción adecuada y personal suficiente.** Hacen referencia a la cordialidad y trato que el personal de esta unidad, así como la capacidad de poder abastecerse para los pacientes que llegan de forma diaria.
- **Cumplimiento de horarios.** Hace referencia a la capacidad de ser consecuentes respecto a los horarios de apertura para recepcionar las citas e informar de los servicios.

Sala de Espera. Como su nombre lo indica, es el espacio en el que las personas esperan su turno para poder ser atendidos por el médico correspondiente.

- **Accesibilidad y espacio adecuado.** Hace referencia a la distribución del espacio en el que se debe de esperar, este debe de reunir requisitos como el de poder transitar sin encontrar algún elemento que impida el libre paso.
- **Señalética apropiada.** Dentro de la sala de espera se debe de contar con señales que permitan identificar hacia donde debe dirigirse la persona cuando ingresa, o cuando lo llaman para su respectiva cita.
- **Climatización y sanitarios.** Hace referencia al acondicionamiento del ambiente para los pacientes, en otras palabras, la sensación térmica. De igual manera, alude a la limpieza fundamentalmente en los sanitarios.

Procedimientos odontológicos. Constituyen el conjunto de servicios y las acciones que se encuentran dentro de estos. En tal sentido, se considera que el paciente se encontrará satisfecho cuando se cumpla con los siguientes indicadores:

- **Instrucciones adecuadas y por escrito.** Capacidad del personal para entregarle instrucciones precisas que deberá de seguir el paciente.

- **Diagnóstico.** Consiste en la entrega de una respuesta frente a un problema que le ha entregado el paciente al especialista.
- **Tratamientos eficaces.** Es la entrega de tratamientos que deberá de seguir el paciente, posterior a la atención brindada.

Cabe indicar que dichas dimensiones e indicadores fueron generados para la realidad de la empresa en estudio, y que el autor empleado solo sirve para la teoría, pues, es este el que se afianza más a la necesidad de la investigación.

1.3.2. Satisfacción de los usuarios

Valdivia (2015) expone que, satisfacción, viene a ser la actitud o disposición emocional en un momento determinado que expone el usuario, luego de adquirir un bien o servicio. Por lo tanto, es significativo lograr plantear un sistema para medir la satisfacción del usuario, con la finalidad de mejorar permanentemente el servicio, por eso es usual ver a grandes compañías para la medición de la satisfacción del usuario realizar cuestionarios, libro de reclamaciones, entrevistas con el fin de conocer las carencias que manifiesta la organización, y el objetivo de optimizar la satisfacción de los usuarios dentro de un plazo corto.

Según Ávila, Roji y Gutiérrez (2014) mencionan que la satisfacción es esencia de la identidad del usuario. Por lo cual se toma en cuenta que la conformación de la identidad se construye a través de las necesidades, el dinamismo y de la misma identidad, en tal sentido todos estos factores establecen la identidad de la persona, su satisfacción o disgusto de lo mencionado. Por otra parte, a las necesidades se las considera que se encuentran unidas por los dinamismos, o sea, la satisfacción de igual manera está ligado a las necesidades fisiológicas, relajación, deporte y demás, que se considera como auto-satisfacción. A finales de la década de 1970 comienza a aparecer la frase “satisfacción de los usuarios”, y desde allí se ha ido abriendo paso hasta llegar a ser interpretada como una de las maneras básicas de la evaluación general de las unidades de información. En la próxima década de

1970, White (2011) destaca ya la gran importancia de la satisfacción, pues señala como propósito fundamental de la evaluación a la maximización del uso de la información, le da relevancia al sujeto dentro de todo el proceso de la evaluación de los procesos. Hernández (2016).

Griffiths, Johnson y Hartley (2007) proponen las siguientes definiciones a la satisfacción de los usuarios:

- Es un estado que experimenta el usuario dentro de su cabeza, una respuesta que puede ser tanto intelectual como emocional.
- Estado de la mente que representa la mezcla de las respuestas materiales y emocionales del usuario hacia el contexto de búsqueda de información.
- El cumplimiento completo de una necesidad o deseo; el logro de un fin deseado.
- Entonces podemos reproducir el concepto de la satisfacción de los usuarios de la información como un estado mental del usuario para representar sus inclinaciones intelectuales, materiales y emocionales ante el cumplimiento de una necesidad. Hernández (2016).

Necesidades del cliente

García (2011) mantiene que las necesidades de los clientes deben ser evaluadas profundamente con el propósito de conseguir toda la información que se pueda sobre aquello que incentiva a todos los clientes en su vida y de qué manera puede, con todos sus servicios y prestaciones, complacer las necesidades. Entonces, la satisfacción del usuario, atienden de manera especial a la pirámide de las necesidades elaborada por Abraham H. Maslow. Acorde a Maslow, mismo que diferencia cinco tipos de necesidades, las cuales ordenadas de manera jerárquica, vienen a ser estas:

- **Necesidades básicas o fundamentales:** vienen a ser todas las necesidades que están vinculadas a la supervivencia de los seres humanos. Dentro de este epígrafe cabe la posibilidad de agregar acciones como son la alimentación, reposo, vestimenta, viviendo o el traslado.

- **Necesidades de seguridad:** pueden ser definidas como el grupo de necesidades vinculadas con el resguardo físico de las personas, preservación y orden. Este viene a ser el nivel que persigue a las necesidades que son básicas.
- **Necesidades sociales o de pertenencia:** se generalizan bajo este epígrafe aquellas necesidades que posee la persona de llegar a sentirse admitido y amado por todos los grupos a los cuales pertenece. Dicho tipo de necesidad nos conducen a encontrar calor humano, cariño, vínculo con el resto y el afecto.
- **Necesidades de estima:** son las necesidades que poseemos los seres humanos de sentirnos totalmente valorados y queridas por el resto. Las necesidades de este tipo vendrían a ser: originar respeto, conseguir prestigio como también poder y generar admiración.
- **Necesidades de autorrealización:** este nivel viene a ser un poco distinto. Son aquellas necesidades que son muy elevadas, se encuentran en la cima de toda la jerarquía, y mediante su complacencia, se logra encontrar un sentido a la vida a través del avance potencial de alguna actividad. Se consigue llegar a esta cuando todos aquellos niveles pasados fueron alcanzados y totalmente completados, o hasta determinado punto. La autorrealización involucra, para cada uno, complacer las aspiraciones máximas que son personales, acorde con el sistema de los valores para encontrarse tranquilo con el mismo (p. 175).

Evaluación de la satisfacción

Abellon (2014, pp. 16-19) expresa que la complacencia del cliente se encuentra vinculada al punto de vista que posee el usuario dentro de una transacción en específico. De igual manera, indican que para calcular los puntos de vista existe la posibilidad de desarrollar el modelo SERVPERF, el cual se encuentra basado en las cinco dimensiones que el modelo SERVQUAL, sin embargo solamente se toma en cuenta las percepciones con

respecto al servicio, y las expectativas ya no. Se manifiesta como aquella sensación que experimenta algún usuario luego de obtener un producto o una prestación.

- **Capacidad de respuesta:** hace representación a la disposición de apoyar a los usuarios y de proporcionarles un servicio veloz. Se basa en la disposición para brindar un servicio veloz: rapidez, exactitud, oportunidad. En otras palabras, no es suficiente contar con medios para ofrecer un servicio, sino debe ser posible brindarlo cuando el cliente lo demanda. El servicio retrasado no es posible plantearse en una parte grande de las actividades inmediatamente en ser responsable de la demanda y en la velocidad y/o puntualidad de la respectiva solución.
- **Tiempo de respuesta:** se refiere a la cantidad del tiempo que pasa desde que se ha percibido algo hasta el momento que se brinda una respuesta. Mientras tanto, viene a ser la capacidad para detectar, para procesar y brindar respuesta a cierto estímulo. Tanto que, el tiempo de la respuesta tiene dependencia de diversos factores como son la percepción, proceso y la respuesta.
- **Rapidez:** se refiere a la rapidez del personal que trabaja en una organización, para brindar respuesta de prestación a los huéspedes que llegan a asistir. De manera que, para ofrecer un excelente servicio al usuario, no es suficiente captarlo con amabilidad, sino también es importante atenderlo con velocidad. Asimismo, hacer que el clientes espere de más puede ser un motivo bastante suficiente para que ya no sea un cliente y se pase a la competencia.
- **Puntualidad:** realiza mención sobre el compromiso y el valor que se le pueda dar al tiempo y tiempo del otro, por eso es importante saber ciertos puntos que explican el porqué es fundamental la puntualidad: lo primero es porque convierte disciplinario, lo segundo contribuye orden, lo tercero es tener respeto por el tiempo del otro y lo cuarto es

un amanaera de crear confianza. En tal sentido el tiempo que brinda el usuario es importante, debido a que marcará un antes y también un después del usuario y más que todo el que quede complacido con el servicio que se le ha brindado.

- **Oportunidad:** menciona que el servicio al usuario tiene que ser adecuado, En otras palabras, ninguna persona se va sentir complacido si usted o su organización demoran tres días en pasar la información que se ha solicitado o en responder a un mensaje.

- **Fiabilidad:** involucra la destreza que posee la empresa para desarrollar el servicio que se ha comprometido de manera correcta y seguida. Es decir, es la destreza para llevar a cabo el servicio que ha sido acordado de manera fiable y con cuidado: prudencia y precisión; sin errores. El presente atributo está basado en el punto de vista del usuario acerca de la capacidad que posee para desarrollar el servicio que se ha acordado en la manera y en los plazos que se han determinado. La fiabilidad es la representación de la capacidad de organización y de recursos disponibles para realizar la prestación de manera eficaz y sin errores que impidan o lo dañen. Para complacer dicho criterio es importantes procesos ya experimentados y personales que esté capacitado para desarrollarlos. En momentos donde la fiabilidad es baja, hay peligros severos de pérdida de la confianza de los usuarios (también puede ser la pérdida del usuario) y costes elevados para la reparación (conocidos como costes de la “no calidad”).

- **Precisión de las respuestas:** aparte de ser veloces, las respuestas de los servicios al usuario tienen que ser, correctas. Es decir, la precisión de estas es lo mínimo que los usuarios piensan recibir. De manera que la precisión va a incrementar la complacencia del usuario. De tal manera, es primordial utilizar técnicas de entrevista de actitudes con la finalidad de escoger a los candidatos que se encuentren ya dispuestos a brindar un servicio al usuario que es excepcional.

- **Disponibilidad:** En la actualidad es fundamental que todos los servicios posean un índice alto de total disponibilidad. El propósito general de dicha disponibilidad de la prestación es garantizar que las prestaciones se encuentren disponibles cada vez que sean solicitados. Por lo cual, para que un usuario puede encontrarse complacido con la prestación brindada, es necesario que lo consuma; y para que logre consumirlo, debe obtener acceso a ello. De esa manera, una condición para lograr brindar calidad al usuario (captada como su complacencia recurrente), es que la prestación se encuentre a disposición de él. En otras palabras, no se podrá ofrecer una buena calidad al usuario si se mantiene en un nivel, pero es fundamental tenerlo porque si hiciera falta, todos los esfuerzos que se desarrollen en otros niveles se convertirán en esfuerzos en vano.
- **Peticiones atendidas:** menciona que tiene que escucharse y dar atención al usuario dentro de su petición, cabe resaltar que algo es escuchar y otro es oír.
- **Seguridad:** Entiéndase que se puede definir como un conjunto de conocimientos, así como la atención que denotan los colaboradores en relación al servicio que se encuentran otorgando, también se refiere a la habilidad de ser amables y generadores de confianza. La confianza es un elemento clave dado que el usuario de un servicio precisa de este en su percepción que crea acerca del servicio, así pueda sentirse tranquilo de estar realizando lo adecuado con la Organización o Unidad Organizativa adecuada. De esta manera en la medida que el personal inspire confianza en el contacto que tiene con el usuario, ahí se verá su profesionalismo, como conjunto de habilidades y destreza en el desarrollo del servicio que está atendiendo. Potenciar ese atributo dependerá de encontrar el equilibrio entre los procesos y sus resultados.
- **Profesionalidad:** Conocida también como competencia técnica, se trata del conjunto de destrezas que se requieren y tener el

conocimiento necesario para el manejo del servicio que se está prestando. En otras palabras, hablamos de lo competentes que deben ser los colaboradores, el conocimiento que deben tener acerca del trabajo y la habilidad de solucionar los problemas que se les presenten.

- **Cortesía:** Es el grupo de características tales como la atención, la consideración que se tiene con el cliente, el trato con respeto y la amabilidad que se le puede ofrecer.
- **Credibilidad:** Son la unión de conceptos tales como la veracidad, el valor de la honestidad y la creencia que se tiene del servicio que se está ofreciendo.
- **Empatía:** Considerado como el nivel en el que las empresas brindan una atención personalizada a sus clientes. Se tiene como servicio a la relación que se crea entre las personas, se debe tener en cuenta además que la calidad de un servicio no se basa solamente en un a cortesía profesional, sino más bien en la medida que una empresa entiende y comprende las necesidades de por qué los clientes consumen cierto servicio. Por ende, se necesita tener informados a los que usan un servicio a través de todo el proceso, y contando con información que él mismo considere necesaria.
- **Accesibilidad:** Se trata de contar con un servicio que sea accesible, que tenga una manera de contacto sencilla y por ende de señalización.
- **Comunicación:** Es la difusión de la información hacia los usuarios teniendo en cuenta que la empresa deba expresarse en un lenguaje entendible, también se trata de la capacidad de escucha hacia los clientes, así como de la capacidad de poder explicar los sucesos. Contar con información clara y de calidad.
- **Comprensión del cliente:** Comprende a la manera en que las empresas buscan la manera de conocer al cliente, saber de sus

necesidades. Mostrar flexibilidad, transparencia en sus mensajes y brindar apoyo a los clientes o huéspedes.

- **Elementos Tangibles:** Lo conforman todas las características tanto físicas como de apariencia que tiene el proveedor, en otras palabras, por enumerarlas hablamos de las instalaciones del local, los equipos que ocupan los espacios, el personal capacitado, amén de otros elementos con los que el usuario o cliente mantiene contacto durante el consumo de un servicio. También lo conforman los aspectos que estos elementos tengan. Al ser una parte visible de la empresa y de las prestaciones del servicio, son determinantes al momento de crear una percepción buena o mala en el cliente, como condición de imagen acerca de la empresa.
- **Apariencia física de los empleados:** Se define como la imagen que se crea una persona o institución, esta deriva de la percepción de las personas que interactúan con la empresa o el personal, entendiéndose aquello como la sensación interior que se crea de la impresión captada por los sentidos. Los estímulos verbales o no verbales son los que generan estímulos que terminan convirtiéndose en una percepción.
- **Condiciones ambientales (limpieza, iluminación):** Se basa en relación a la periodicidad con la que se realizan actividades de limpieza en los locales sin constituir un peligro en sí mismas, así como mantenimiento de las instalaciones. Ciertas condiciones adecuadas deben encontrarse ligadas al lugar en donde se brindan los servicios, teniendo en cuenta tanto limpieza como iluminación, para que el cliente se sienta a gusto y satisfecho con el servicio que está contratando.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿Existe relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto?

Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018?
- b) ¿Cuál es el nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018?

1.5. Justificación del estudio

Conveniencia

Resultó conveniente analizar el servicio que se entrega al paciente, ya que se considera que este es un factor detonante para que estos sigan las indicaciones que se les entregan y mejoren de esta manera su calidad bucal. De igual manera resultó conveniente para el centro, pues les permitió fidelizar a sus pacientes.

Relevancia social

La investigación permitió aspectos relacionados con la entrega del servicio odontológico a los pacientes del centro en estudio, incrementando de esta manera su satisfacción.

Valor teórica

La investigación tiene un valor teórico, debido a que se emplearon diversos autores que ayudaron a describir y brindarnos más información sobre las variables de estudio, además permitieron realizar la evaluación de la misma con el fin de obtener los resultados esperados, tal es el caso que para la variable calidad de servicio se tomó en consideración a la teoría de Pizzo (2013), mientras que para la variable satisfacción del cliente se tuvo en cuenta a Abellon (2014) en función al modelo SERVQUAL.

Implicancia práctica

En la investigación también tiene implicancia práctica por el mismo hecho que el investigador empleara sus conocimientos para plantear posibles soluciones que permitan afrontar el problema y que contribuya también a incentivar otros investigadores a realizar estudios que aporten a la sociedad científica.

Utilidad metodológica

Se justificó de manera metodológica porque el recojo de información correspondió a la manipulación de datos que fueron la clave para el desarrollo del estudio. Por otro lado, también tuvo utilidad metodológica porque la investigación generó instrumentos que pueden ser utilizados por otras investigaciones similares.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. – Tarapoto, 2018.

Hipótesis específicas

H₁: El nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018, es baja.

H₂: El nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018, baja.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Establecer la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto, 2018.

Objetivos específicos

- a) Determinar el nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018.
- b) Determinar el nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de estudio

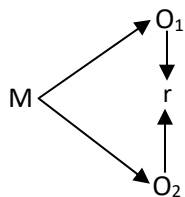
Tipo de investigación

El tipo de investigación será no experimental, debido al hecho de que, para la consecución de los resultados, no se efectuará alteración alguna del comportamiento de las variables, limitándose solo a estudiar los hechos tal y como se presentan en la actualidad.

Diseño de investigación

El diseño de la investigación será de carácter correlacional, debido a que se busca identificar si existe o no relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C., permitiéndoles a los responsables tomar las mejores decisiones frente a los resultados a encontrar.

Su esquema puede representarse de la siguiente manera:



Dónde:

M : Usuarios del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

O₁ : Calidad de servicio

O₂ : Satisfacción de los usuarios

r : Relación

2.2. Variables – Operacionalización

Identificación de las variables

Variable I : Calidad de servicio

Variable II : Satisfacción de los usuarios

Operacionalización

| VARIABLES | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|------------------------------|---|---|---|---|--------------------|
| Calidad de servicio | Es la costumbre desarrollada por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, incluso bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la empresa (Pizzo, 2013). | Por medio de la aplicación de un cuestionario construido a partir de las dimensiones e indicadores proporcionados por Pizzo, mismo que será dirigido a los pacientes, se responderá a la variable en estudio. | Admisión - Informes Sala de espera Procedimientos odontológicos | Recepción adecuada y personal suficiente Cumplimiento de horarios Accesibilidad y espacio adecuado Señalética apropiada Climatización y sanitarios Instrucciones adecuadas y por escrito Diagnóstico Tratamiento eficaces | Ordinal |
| Satisfacción de los usuarios | Abellon (2014, pp.16-19) mencionan que la satisfacción del cliente está relacionada a la percepción que tiene el cliente en una transacción específica. Así mismo, también señalan que para medir las percepciones es posible aplicar el modelo SERVPERF, que se basa en las mismas cinco dimensiones que el modelo SERVQUAL, pero únicamente considera las percepciones de la prestación del servicio, y no las expectativas. Se define como la sensación que experimenta un cliente después de recibir un producto o servicio. | Por medio de la aplicación de un cuestionario construido a partir de las dimensiones e indicadores proporcionados por Abellon, mismo que será dirigido a los pacientes, se responderá a la variable en estudio. | Capacidad de respuesta Fiabilidad Seguridad Empatía Elementos intangibles | Tiempo de respuesta Rapidez Puntualidad Oportunidad Precisión de las respuestas Disponibilidad Petición atendidas Profesionalismo Cortesía Credibilidad Seguridad Accesibilidad Comunicación Comprensión del cliente Apariencia física de los empleados Condiciones ambientales (limpieza e iluminación) | Ordinal |

Fuente: marco teórico variable

2.3. Población y muestra

Población

La población estará conformada por un total de 3800 pacientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

Muestra

Debido a que la población es elevada, se requiere aplicar la siguiente fórmula estadística para el cálculo de la muestra:

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

95%

| | | |
|-----|-------------------------|------|
| Z = | Nivel de confianza | 1.96 |
| E = | Precisión | 0.05 |
| p = | Probabilidad de éxito | 0.9 |
| q = | Probabilidad de fracaso | 0.1 |
| N = | Tamaño de la población | 3800 |

$$n = \frac{3.8416 * 0.09 * 3800}{0.0025 * 3799 + 0.3457}$$

$$n = \frac{1313.8272}{9.8432} = 134$$

De esta manera, la muestra estará conformada por 134 pacientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

En la presente investigación, se empleará la técnica la encuesta; siendo los instrumentos el cuestionario para cada una de las variables, con el propósito de

establecer la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto, 2018.

El instrumento empleado en la variable calidad de servicio, presento como objetivo determinar el nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018.

El instrumento estuvo conformado por 3 dimensiones; Admisión - informes, sala de espera y Procedimientos odontológicos; las dimensiones estuvieron conformadas por 3 ítems para la primera dimensión y las dos siguientes con 6 cada dimensión, haciendo un total de 15 ítems a ser evaluados en el instrumento aplicado.

El nivel de calidad de servicio, fue valorada en base a ítems, con puntajes entre 1 a 5 puntos, donde el puntaje 1 tenía un calificativo de muy inadecuado, puntaje 2 calificativo de inadecuado, puntaje 3 con calificativo de regular, puntaje de 4 con calificativo de adecuado y puntaje de 5 con calificativo de muy adecuado.

| Escala | Intervalo |
|--------|-----------|
| Baja | 15-34 |
| Media | 35-54 |
| Alta | 55-75 |

| Dimensiones | Ítems | Valoración |
|------------------------------|--------------|--|
| Admisión - Informes | Del 01 al 03 | Puntaje 1 calificativo muy inadecuado. Puntaje 5 calificativo Muy adecuado. |
| Sala de Espera | Del 04 al 09 | |
| Procedimientos odontológicos | Del 10 al 15 | |

El instrumento empleado en la variable satisfacción en los clientes, presento como objetivo determinar el nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018

El instrumento estuvo conformado por 5 dimensiones; capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad, empatía y elementos intangibles; las dimensiones estuvieron

conformadas por 4 ítems para la primera dimensión, 3 ítems tanto para la segunda dimensión como para la tercera dimensión y la cuarta dimensión y finalmente 2 ítems la quinta dimensión, haciendo un total de 15 ítems a ser evaluados en el instrumento aplicado.

El nivel de calidad de servicio, fue valorada en base a ítems, con puntajes entre 1 a 5 puntos, donde el puntaje 1 tenía un calificativo de muy inadecuado, puntaje 2 calificativo de inadecuado, puntaje 3 con calificativo de regular, puntaje de 4 con calificativo de adecuado y puntaje de 5 con calificativo de muy adecuado.

| Escala | Intervalo |
|--------|-----------|
| Baja | 15-34 |
| Media | 35-54 |
| Alta | 55-75 |

| Dimensiones | Ítems | Valoración |
|------------------------|--------------|--|
| Capacidad de respuesta | Del 01 al 04 | Puntaje 1 calificativo muy inadecuado. Puntaje 5 calificativo Muy adecuado. |
| Fiabilidad | Del 05 al 07 | |
| Seguridad | Del 08 al 10 | |
| Empatía | Del 11 al 13 | |
| Elementos intangibles | Del 14 al 15 | |

Validación

La validación de estos instrumentos, se realizará por medio de juicio de expertos, quienes tienen conocimiento de la teoría que abarca la investigación, de forma que cada uno de ellos se encargará de evaluar los ítems elaborados, con la intención de aprobar la coherencia de los mismos y la intención de medir las variables.

.....

Confiabilidad

Para la evaluación de la confiabilidad de cada uno de los instrumentos elaboradores en esta investigación, se empleará la prueba piloto, dado que por medio de la suma total, presentará el índice de aprobación. Un instrumento consistente, se evaluará mediante un análisis de la relación existente de cada uno de los ítems respecto a la suma total, la cual se denomina Alfa de Cronbach, siendo el más relevante en índices de fiabilidad de los instrumentos. En la cual se consideran los siguientes criterios:

| CRITERIO DE CONFIABILIDAD | VALORES |
|----------------------------------|----------------|
| No es confiable | -1 a 0 |
| Baja confiabilidad | 0.01 a 0.49 |
| Moderada confiabilidad | 0.5 a 0.75 |
| Fuerte confiabilidad | 0.76 a 0.89 |
| Alta confiabilidad | 0.9 a 1 |

2.5. Métodos de análisis de datos

Para la recopilación de datos, se realizara la técnica de encuesta y recopilación de información haciendo uso de estadística a través de programas computarizados como son Excel y el SPSS 22 para lograr validar las hipótesis planteadas y para así lograr la presentación de resultado en gráficos y tablas acordes al tipo de investigación.

2.6. Aspectos éticos

La información a recopilar por parte del investigador no será modificada para lograr la conclusión deseada, se tendrá en cuenta cada detalle de la fuente de información y se establecerán tal y como sean entregados.

De acuerdo a lo descrito por los autores Cruz, Olivares y Gonzáles (2014), los considerados como aspectos éticos se determinan por acciones que tienen que ver con las responsabilidades de los investigadores, estas por lo general son:

Discrecionalidad: Ya que las aplicaciones de los instrumentos fueron realizadas de manera anónima sin publicar los nombres de los encuestados, con la finalidad de poder generar mayor libertad en responder los cuestionarios.

Veracidad: La problemática aborda un caso real con información la cual es respetada, con teorías válidas que guardan relación coherente con lo abordado, los cuales fueron citados de acuerdo a la normativa APA, respetando la propiedad intelectual de quienes aportaron teorías a las que se encuentra sujeta el estudio.

Neutralidad: La posición del investigador en cuanto a la aplicación de los instrumentos planteados será neutra de manera que en todo momento el investigador no intervendrá ni manipulará datos para el beneficio propio, empleando datos fidedignos y confiables, que podrán dar respuesta a los objetivos planteados.

Confiabilidad: El estudio muestra confiabilidad, en cuanto a los aportes y análisis de los datos extraídos de la realidad, siendo estos verídicos.

III. RESULTADOS

3.1. Determinar el nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018.

Tabla 1.

Dimensión admisión - informes

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 3 | 7 | 83 | 62% |
| media | 8 | 12 | 50 | 37% |
| alta | 13 | 15 | 1 | 1% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

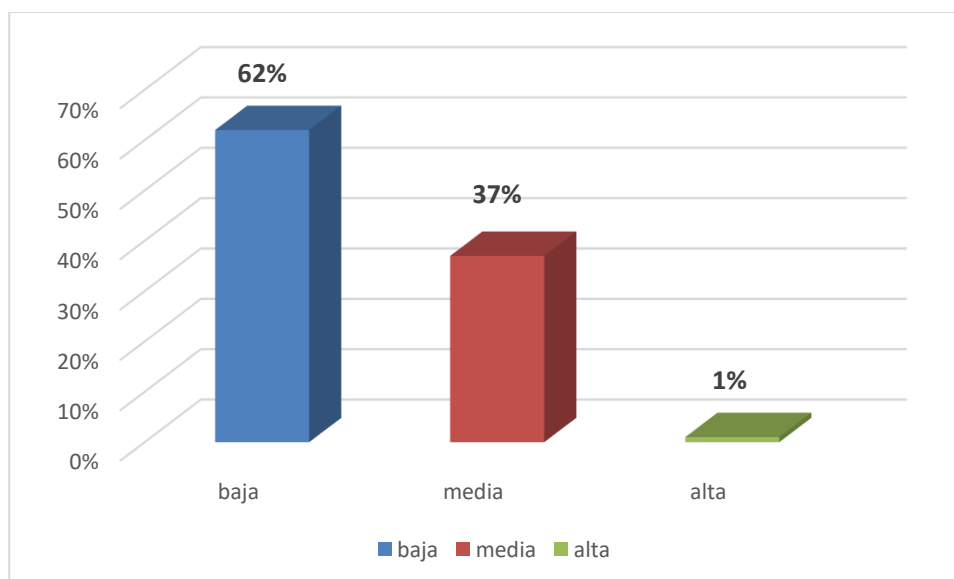


Figura 1. Resultados de la dimensión admisión - informes

Fuente: Tabla 1

Interpretación

En la tabla y figura 1 se puede observar que la dimensión admisión - informes tiene una calificación de baja por el 62% de los encuestados, mientras que el 37% considera que es media y solo el 1% percibe que es alta.

Tabla 2.

Dimensión sala de espera

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 6 | 14 | 73 | 54% |
| media | 15 | 23 | 43 | 32% |
| alta | 24 | 30 | 18 | 13% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

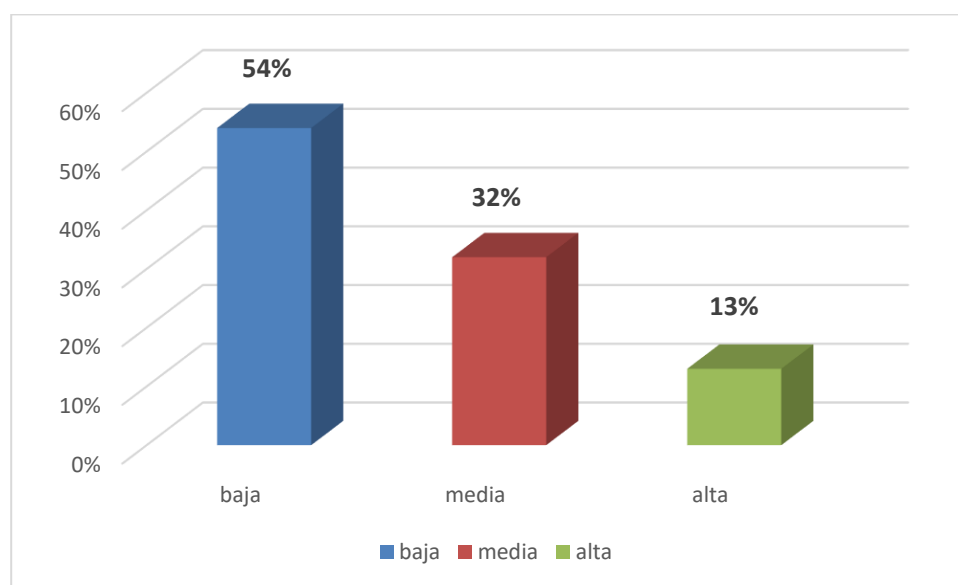


Figura 2. Resultados de la dimensión sala de espera

Fuente: Tabla 2

Interpretación

De acuerdo a la tabla y figura 2 se puede observar que la dimensión sala de espera tiene una calificación de baja por el 54% de los pacientes que fueron encuestados, aunque también el 32% resalto que está en nivel media y el 13% restante percibió que es alta.

Tabla 3.
Dimensión procedimientos odontológicos

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 6 | 14 | 78 | 58% |
| media | 15 | 23 | 54 | 40% |
| alta | 24 | 30 | 2 | 2% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

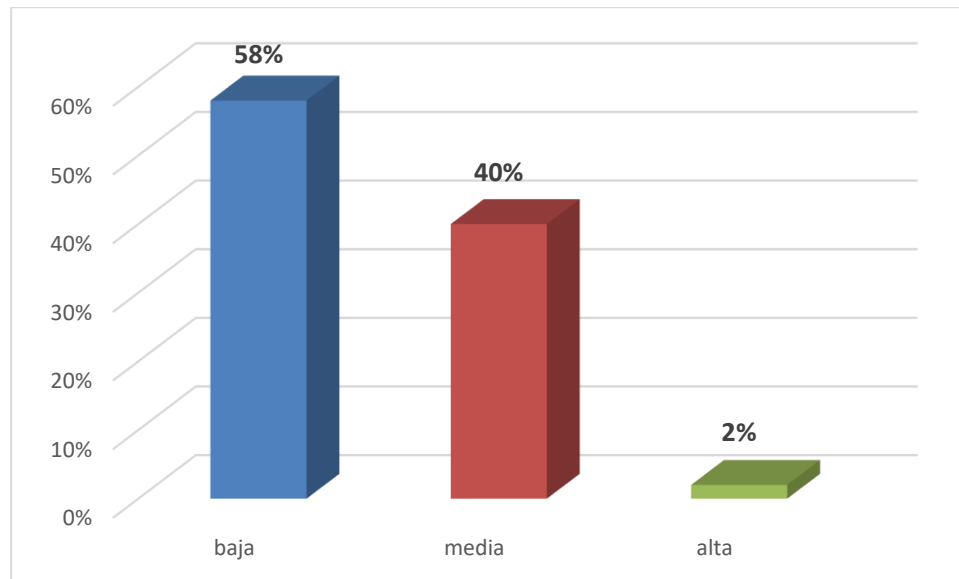


Figura 3. Resultados de la dimensión sala de espera

Fuente: Tabla 3

Interpretación

En la tabla y figura 3 se puede observar que la dimensión procedimientos odontológicos tiene una calificación de baja según el 58% de los encuestados, por otro lado el 40% expone que se ubica en nivel de media y únicamente el 2% de los pacientes calificó como alta.

Tabla 4.
Calidad de servicio

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| Baja | 15 | 34 | 71 | 53% |
| media | 35 | 54 | 44 | 33% |
| Alta | 55 | 75 | 19 | 14% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

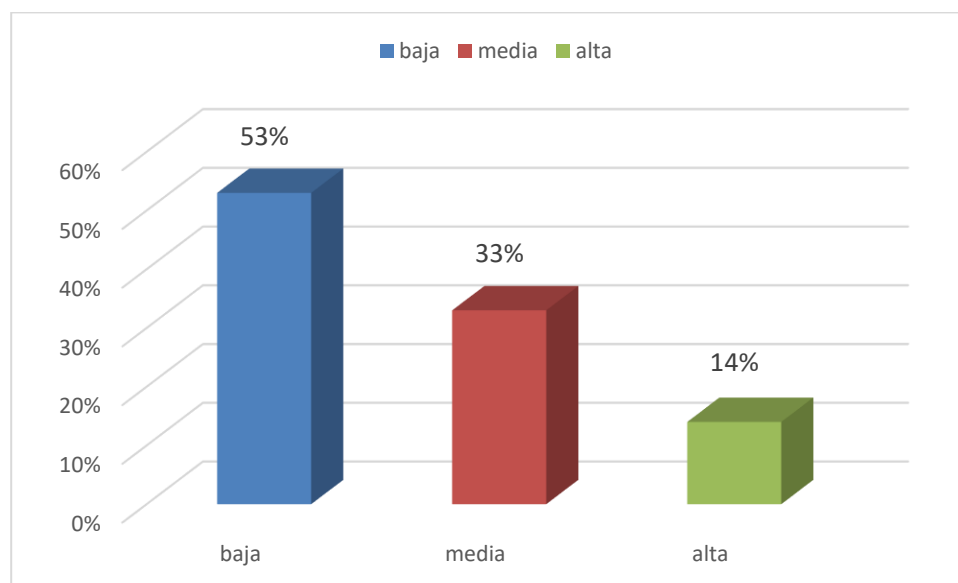


Figura 4. Resultados del nivel de calidad del servicio

Fuente: Tabla 4

Interpretación

En la tabla y figura 4, se puede evidenciar que la calidad del servicio es calificado como baja por el 53% de los pacientes que fueron encuestados, sin embargo el 33% señalo que es media y solo el 14% de los clientes afirmo que es alta, estos resultados se reflejaron debido a que la mayoría de los encuestados ratificaron en sus respuestas que el trato que recibe del personal desde el momento en el que usted llega a las instalaciones es inadecuado, asimismo expresaron que la sencillez de la explicación que le entrega el profesional a la hora de hacerle la consulta es inadecuado.

3.2. Determinar el nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018.

Tabla 5.

Dimensión capacidad de respuesta

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 4 | 9 | 77 | 57% |
| media | 10 | 15 | 41 | 31% |
| alta | 16 | 20 | 16 | 12% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

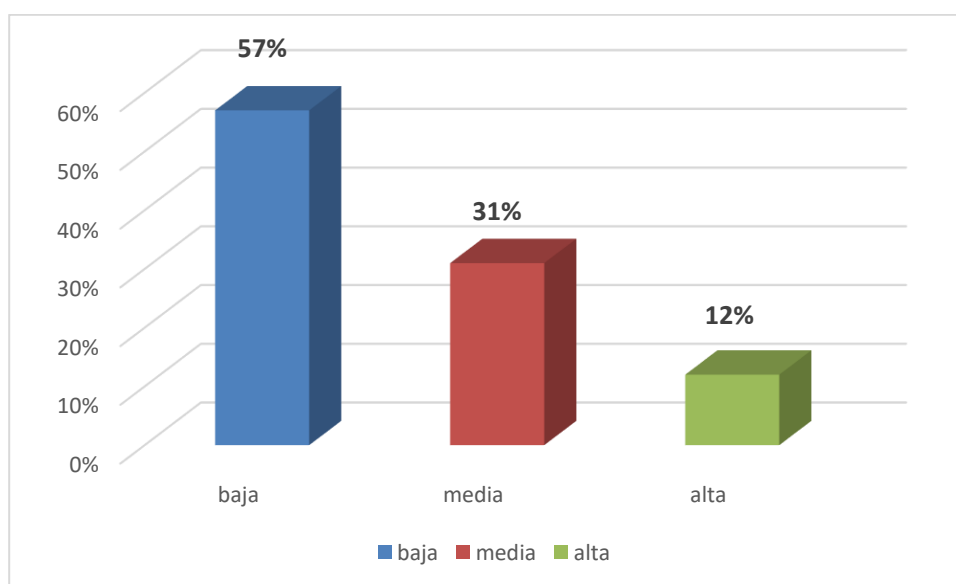


Figura 5. Resultados de la dimensión capacidad de respuesta

Fuente: Tabla 5

Interpretación

En la tabla y figura 5 se puede observar que la dimensión capacidad de respuesta obtuvo una calificación de baja por el 57% de los pacientes, aunque también los otros porcentajes muestran que el 31% ratifica que es media y el 12% señaló que es alta.

Tabla 6.
Dimensión fiabilidad

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 3 | 7 | 83 | 62% |
| media | 8 | 12 | 40 | 30% |
| alta | 13 | 15 | 11 | 8% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

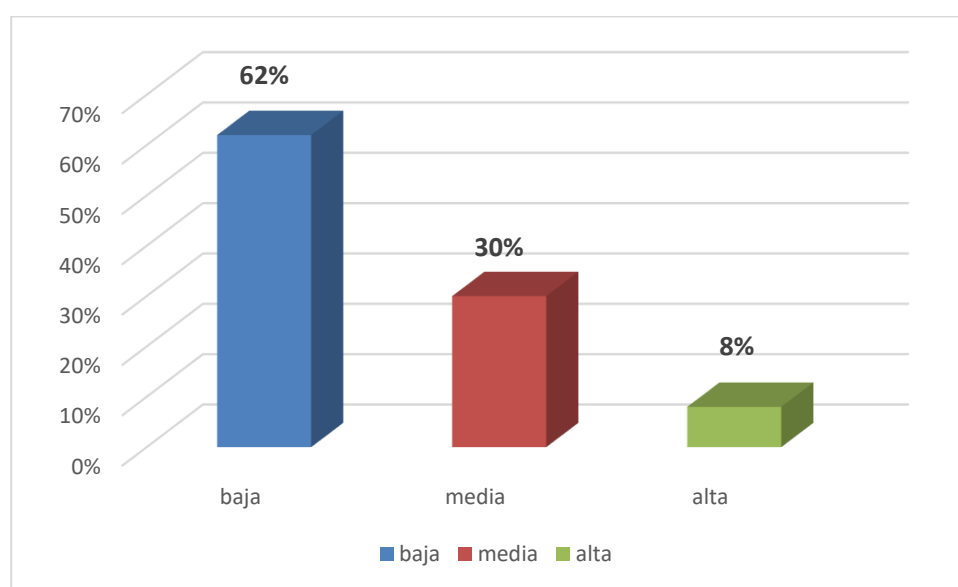


Figura 6. Resultados de la dimensión fiabilidad

Fuente: Tabla 6

Interpretación

En la tabla y figura 6 se puede observar que la dimensión fiabilidad tiene una calificación de baja según el 62% de los pacientes del centro odontológico, sin embargo el 30% asevera que se encuentra en un nivel de media y el 8% restante considera que es alta.

Tabla 7.
Dimensión seguridad

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 3 | 7 | 81 | 60% |
| media | 8 | 12 | 40 | 30% |
| alta | 13 | 15 | 13 | 10% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

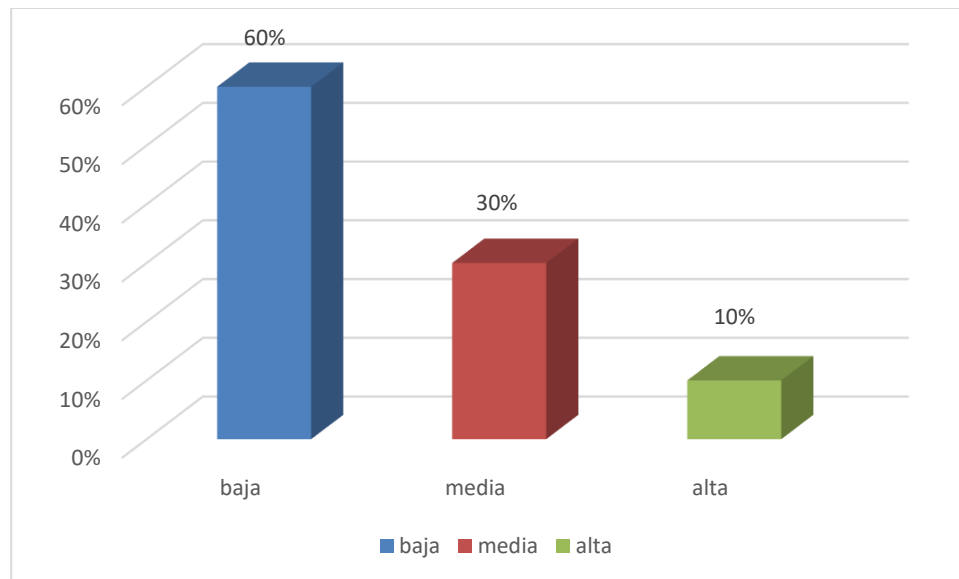


Figura 7. Resultados de la dimensión seguridad

Fuente: Tabla 7

Interpretación

En la tabla y figura 7 se puede observar que la dimensión seguridad fue calificada como baja según el 60% de los pacientes que fueron encuestados, aunque es preciso resalta que el 30% lo percibe con una calificación media y el 10% de los mismos afirma que es alta.

Tabla 8.
Dimensión empatía

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 3 | 7 | 85 | 63% |
| media | 8 | 12 | 39 | 29% |
| alta | 13 | 15 | 10 | 8% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

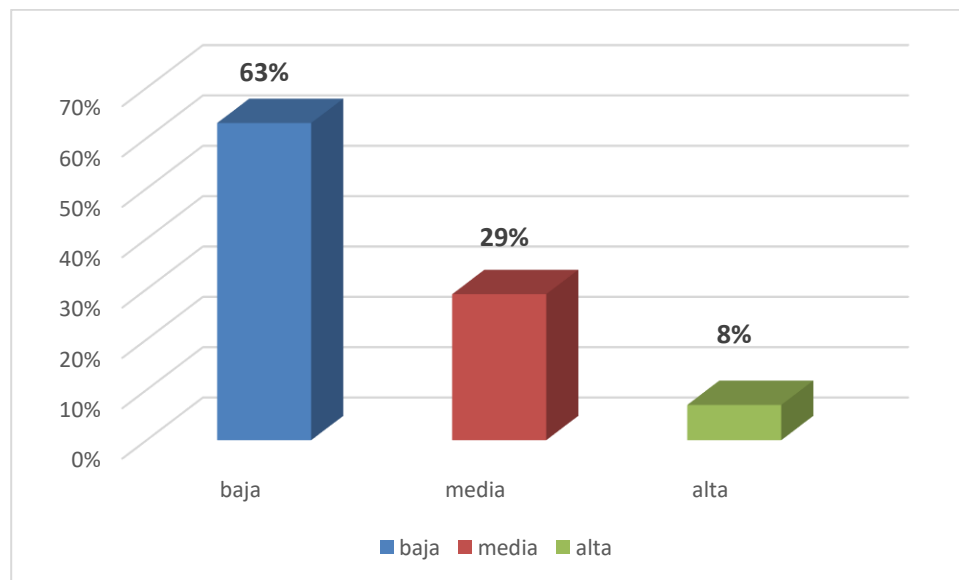


Figura 8. Resultados de la dimensión empatía

Fuente: Tabla 8

Interpretación

En la tabla y figura 8 se puede evidenciar los resultados de la dimensión empatía, el mismo que tiene una calificación de baja por el 63% de los pacientes, aunque el 29% de los encuestados percibió que está en nivel media y el 8% restante califica como alta.

Tabla 9.
Dimensión elementos intangibles

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 2 | 5 | 91 | 68% |
| media | 6 | 9 | 38 | 28% |
| alta | 10 | 10 | 5 | 4% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

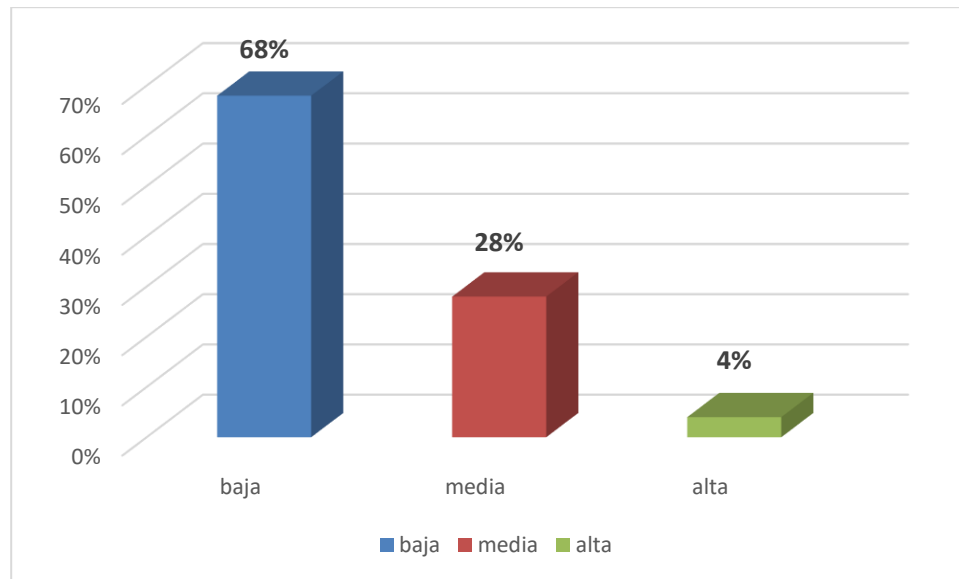


Figura 9. Resultados de la dimensión elementos intangibles

Fuente: Tabla 9

Interpretación

En la tabla y figura 9 se puede observar los resultados de la dimensión elementos intangibles, el mismo que tiene una calificación de baja por el 68% de los pacientes que fueron encuestados, sin embargo el 30% considera que es media y solo el 4% de los pacientes resalto que es alta.

Tabla 10.
Satisfacción en los clientes

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|------|
| | Desde | Hasta | | |
| baja | 15 | 34 | 78 | 58% |
| media | 35 | 54 | 32 | 24% |
| alta | 55 | 75 | 24 | 18% |
| Total | | | 134 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.

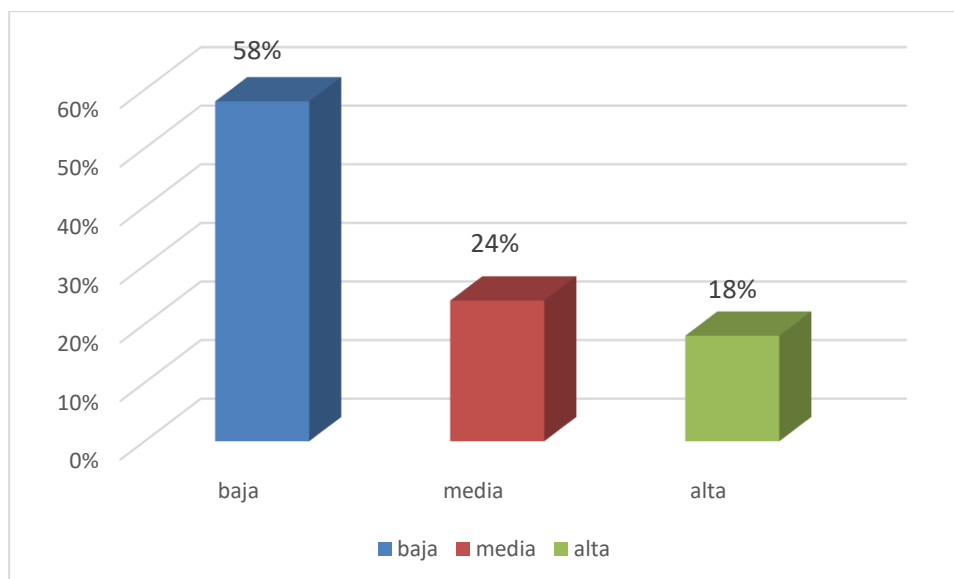


Figura 10. Resultados del nivel de satisfacción en los clientes

Fuente: Tabla 10

Interpretación

En la tabla y figura 10 se puede evidenciar que la satisfacción en clientes es calificada como baja por el 58% de los encuestados, aunque también se observa que un 24% presenta una satisfacción media y el 18% restante muestra una satisfacción alta, los resultados obtenidos se dieron porque la mayor parte de los clientes señalo que consideran que la disponibilidad y capacidad para responder a las preguntas por parte de los empleados es inadecuado. Además el conocimiento por parte del personal que labora en el centro odontológico es inadecuado y de igual manera resaltaron que el lenguaje de los empleados es inadecuado ya que no permite entender las necesidades específicas de sus clientes.

3.3. Establecer la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto, 2018.

Tabla 11.

*Relación entre Calidad de servicio*Satisfacción en clientes*

| | | | Calidad_de_s ervicio | Satisfacción_en_ cliente |
|-----------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Rho de Spearman | Calidad_de_s ervicio | Coefficiente de correlación | 1.000 | ,738** |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 134 | 134 |
| | Satisfacción_ en_cliente | Coefficiente de correlación | ,738** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | | N | 134 | 134 |

Fuente: Sistema SPSS v, 21.

Interpretación

De la tabla 3, se puede observar los resultados obtenidos producto de la aplicación de la prueba de Rho Spearman, donde el valor de sig. bilateral es igual a 0,000, permitiendo rechazar la hipótesis nula y al mismo tiempo se acepta la hipótesis de investigación, la cual hace mención a la existencia de relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. – Tarapoto, 2018. Por otro lado esta afirmación se refuerza con el valor de coeficiente de correlación, el mismo que resultado ,738. Esto demuestra que existe una relación positiva media entre la calidad del servicio y la satisfacción de clientes.

IV. DISCUSIÓN

Determinar el nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018

La calidad de servicio es una calificación que le otorga una persona, un cliente, un consumidor a la atención que recibe cuando adquiere un servicio por parte de una empresa. Al respecto el autor Pizzo (2013), señala también que la calidad en el servicio es la costumbre desarrollada por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, incluso bajo situaciones imprevistas o ante errores. Es así que para cumplir con el primer objetivo específico de la investigación, fue necesario aplicar un cuestionario dirigido a los clientes de la empresa en estudio. A partir de ello se logró determinar que la calidad del servicio fue calificado como baja por el 53% de los clientes que fueron encuestados, sin embargo el 33% señaló que es media y solo el 14% de los clientes afirmó que es alta, estos resultados se reflejaron debido a que la mayoría de los encuestados ratificaron en sus respuestas que el trato que recibe del personal desde el momento en el que usted llega a las instalaciones es inadecuado, asimismo expresaron que la sencillez de la explicación que le entrega el profesional a la hora de hacerle la consulta es inadecuado. Adicionalmente a esto los resultados por dimensiones, donde la dimensión admisión – informes, tuvo una calificación de baja por el 62% de los encuestados, mientras que el 37% considera que es media y solo el 1% percibe que es alta. Mientras que la dimensión sala de espera fue calificada como baja por el 54% de los pacientes que fueron encuestados, aunque también el 32% resalto que está en nivel media y el 13% restante percibió que es alta. Asimismo la dimensión procedimientos odontológicos fue percibida como baja según el 58% de los encuestados, por otro lado el 40% expone que se ubica en nivel de media y únicamente el 2% de los pacientes calificó como alta. Dichos resultados obtenidos tienen concordancia en cierto punto con la investigación de Mercado, K. (2016), quien llegó a la conclusión el nivel de satisfacción fue medio, ello indica que debe darse mayor importancia al posicionamiento

en el mercado, tomando acciones correctivas para reducir las amenazas y fortaleciendo las debilidades.

Determinar el nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018

Lograr que un cliente se sienta satisfecho con el producto o servicio que adquiere es una tarea de todas las organizaciones en la actualidad ya que ello contribuye a tener efectos positivos como tener clientes fidelizados, atraer clientes potenciales, entre otros más. Similar definición la tiene el autor Valdivia (2015), quien expone que la satisfacción, viene a ser la actitud o disposición emocional en un momento determinado que expone el usuario, luego de adquirir un bien o servicio. Por lo tanto, es significativo lograr plantear un sistema para medir la satisfacción del usuario, con la finalidad de mejorar permanentemente el servicio. Con el fin de cumplir el segundo objetivo específico en el presente estudio se empleó también un cuestionario que permitió saber respecto a la satisfacción de los clientes del centro odontológico del oriente. Esto evidenció que la satisfacción en clientes fue baja según el 58% de los encuestados, aunque también se observa que un 24% presentó una satisfacción media y el 18% restante muestra una satisfacción alta, los resultados obtenidos se dieron porque la mayor parte de los clientes señalo que consideran que la disponibilidad y capacidad para responder a las preguntas por parte de los empleados es inadecuado. Además el conocimiento por parte del personal que labora en el centro odontológico es inadecuado y de igual manera resaltaron que el lenguaje de los empleados es inadecuado ya que no permite entender las necesidades específicas de sus clientes. De igual manera se presentaron los resultados por dimensiones, en la cual la capacidad de respuesta obtuvo una calificación de baja por el 57% de los pacientes, aunque también los otros porcentajes muestran que el 31% ratifica que es media y el 12% señaló que es alta. Mientras que dimensión fiabilidad tiene una calificación de baja según el 62% de los pacientes del centro odontológico, sin embargo el 30% asevera que se encuentra en un nivel de media y el 8% restante considera que es alta. Por otro lado la dimensión seguridad evidenció una calificación baja según el 60% de los pacientes que fueron encuestados, aunque es preciso resalta que el 30% lo percibe con una calificación media y el 10% de los mismos afirma que es alta. En tanto la dimensión empatía obtuvo

un calificativo de baja por el 63% de los pacientes, aunque el 29% de los encuestados percibió que está en nivel media y el 8% restante califica como alta y finalmente la dimensión elementos intangibles fue percibida como baja por el 68% de los pacientes que fueron encuestados, sin embargo el 30% considera que es media y solo el 4% de los pacientes resalto que es alta. Dichos resultados se concuerdan con la investigación de Ninamango, V. (2014), quien encontró que existe insatisfacción global expresado en un 83,9 %. Por otro lado tenemos las siguientes dimensiones; capacidad de respuesta, expresado en un 81,7 %; confiabilidad con el 78,3%; elementos tangibles con el 72,6 %; la empatía con el 99.6 %, y por último la seguridad con el 63,2 %.

Establecer la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto, 2018.

Para lograr cumplir con el objetivo general, se utilizó la prueba Rho Spearman, debido a que las variables fueron de escala ordinal. En tal sentido los resultados obtenidos producto de la prueba estadística, donde el valor de sig. bilateral fue igual a 0,000, permitiendo aceptar la hipótesis de investigación, la cual hace mención a la existencia de relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. – Tarapoto, 2018. Por otro lado esta afirmación se refuerza con el valor de coeficiente de correlación, el mismo que resulto ,738. Esto demuestra que existe una relación positiva media entre la calidad del servicio y la satisfacción de clientes. En cuanto al estudio realizado por Jesús, F. (2017), este pudo concluir que existe relación entre la satisfacción del usuario externo y la calidad de atención odontológico en el centro de salud debido a que los factores significantes como calidad de servicio, aspectos tangibles, la sensibilidad, seguridad y empatía, influyen significativamente con respecto a la percepción y satisfacción del cliente con un nivel de significancia de 0.05.

V. CONCLUSIONES

- 5.1.** Se estableció la relación entre las variables calidad de servicio y la satisfacción en cliente, debido a que el valor de sig. bilateral fue igual a 0,000, permitiendo aceptar la hipótesis de investigación, asimismo el coeficiente de correlación fue igual a ,738, reflejando que existe relación positiva media.
- 5.2.** Se determinó el nivel de calidad del servicio, donde la calificación baja tuvo un 53% según los clientes encuestados, sin embargo el 33% señaló que es media y solo el 14% de los clientes afirmó que es alta. Estos resultados fueron evidenciados porque la mayoría de respuesta de los clientes fue entre inadecuado y muy inadecuado.
- 5.3.** Se determinó el nivel de satisfacción en los clientes, donde los resultados en la investigación reflejando un nivel baja según el 58% de los encuestados, aunque también se observa que un 24% presentó una satisfacción media y el 18% restante muestra una satisfacción alta. En este caso también se observó que la mayoría de respuestas marcadas entre muy inadecuado e inadecuado.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1.** A los futuros investigadores que aborden temas referentes a la calidad de servicio y la satisfacción en los clientes, no solo en empresas privadas, sino también en el ámbito público, ya que es importante conocer también la percepción de las personas que acuden a los establecimientos del estado por una atención de calidad. Estos estudios incentivarán a que las instituciones puedan mejorar la prestación de sus servicios logrando que el usuario se sienta satisfecho.
- 6.2.** Al personal que labora en el centro odontológico Oriente, mejorar la atención de los servicios que brindan, ser mucho más puntuales a la hora de llegar a su centro de labores y de esa manera cumplir con la atención a los clientes, además de emplear términos o palabras que sean fáciles de entender para las personas que se atienden en el establecimiento.
- 6.3.** Al personal del centro odontológico, mejorar la satisfacción de sus clientes ya que muchos de estos no se sintieron a gusto y suelen asistir a otras empresas de este rubro, para ello deben realizar acciones como mostrar mucho mayor disponibilidad y capacidad ante las preguntas de los usuarios, además capacitar con el fin de tener mayor conocimiento y brindar una atención adecuada y de calidad.

VII. REFERENCIAS

- Abellon, O. (2014). Manual de evaluacion de la satisfaccion del ciudadano. Dirección de Modernización y calidad de los servicios Municipales. Recuperado el 05 de octubre de 2018, de http://www.castello.es/web20/archivos/menu0/10/adjuntos/MANUAL%20DE%20EVALUACIoN%20DE%20LA%20SATISFACCIoN%20DEL%20CIUDADANO%20vs8%20CARLOS_20140429060943.pdf
- Alejandría, M. y Campos, E. (2017). Evaluación de la gestión del marketing interno y la satisfacción de los clientes de rústica de la ciudad de Tarapoto, durante el primer semestre del 2015. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de San Martín. Tarapoto – Perú. Recuperado de: http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2414/T034_48101438_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aragadvay, S. (2017), “Satisfacción del usuario externo del hospital básico moderno de Riobamba”. (Tesis de Postgrado). Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26492/1/44%20GIS.pdf>
- Ávila, A., Roji, B. y Gutiérrez, L. (2014). Introducción a los tratamientos psicodinámicos. Madrid: España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=KzvUBAAQBAJ&pg=PT194&dq=la+satisfaccion+de+las+personas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjFtLyhuaPQAhUIZCYKHbbJBwgQ6AEISjAI#v=onepage&q=la%20satisfaccion%20de%20las%20personas&f=false>
- Ávila, T. (2016) Calidad en la atención de los servicios de salud desde la óptica del usuario en el centro San Vicente de Paúl de la ciudad de Esmeraldas. (Tesis de Postgrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas – Ecuador.
- Chávez, C., Quezada, R., & Tello, D. (2017). Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú. Lima: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ. Obtenido de

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9587/CHAVEZ_QUEZADA_CALIDAD_INTERPROVINCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chinchay, E. (2014). Percepción de la Calidad de atención y Grado de Satisfacción del usuario en estancia intrahospitalaria del Hospital II-1 Rioja, periodo 2014. Rioja. UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

García, M. (2011). Gestión de la atención al cliente/consumidor (primera ed.). Andalucía: ic editorial. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3211429&query=Satisfacci%C3%B3n+del+Consumidor+del+cliente>

Gutiérrez, M. (2015), “Satisfacción del Usuario del Centro del Adulto Mayor – Lima, 2015”. (Tesis de Postgrado). Universidad César Vallejo. Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/5673/Gutierrez_JMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guzmán, P. (2013). La calidad de servicio y su influencia en la fidelización de los clientes del Hotel Titanic de la ciudad de Ambato. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6091/1/89%20MKT.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Estado de México, México: Mc Graw Hill Education.

Hernández, S. (2016). La importancia de la satisfacción del usuario. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36463/35311>

León, J. P. (2017). La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Empresas de Transportes de Automóviles Huancayo - La Oroya. Huancayo: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4198/Ponce%20de%20Leon%20Berrios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- López, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. Revista del departamento de contaduría y finanzas - instituto tecnológico de sonora, 1-36
- Mercado, K. (2016) Calidad de servicios que brinda el centro odontológico Odontomed a los pacientes. Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas - Ecuador
- Ninamango. V. (2014) Percepción de la calidad de servicio de los usuarios en el consultorio externo de medicina interna del Hospital Nacional Arzobispo Loayza. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima - Perú.
- Nishizawa, R. M. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. PERSPECTIVAS, 1-30.
- Valdivia J. (2015). Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas. España. Editorial IC Editorial. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=v_sFY1XRFaIC&printsec=frontcover&dq=satisfacci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjUoXx2I_PAhWDth4KHTf9A3EQ6AEIHDAA#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n&f=false
- Villafuerte, G. (2016). Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario. Esmeraldas: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLAFUERTE%20%20GABRIEL.pdf>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Título: “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018”

| Formulación del problema | Objetivos | Hipótesis | Técnica e Instrumentos | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|-----------|-------------|----------------------------|---------------------|----------------|------------------------------|-------------------------------------|------------------------|------------|
| <p>Problema general: ¿Existe relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018? ¿Cuál es el nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018?</p> | <p>Objetivo general Establecer la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018</p> <p>Objetivos específicos Determinar el nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018 Determinar el nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018</p> | <p>Hipótesis general Existe relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto</p> <p>Hipótesis específicas 1. El nivel de calidad del servicio en el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018 2. El nivel de satisfacción en los clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018</p> | <p>Técnica La técnica que se empleará será la encuesta</p> <p>Instrumentos El instrumento empleado es el cuestionario</p> | | | | | | | | | |
| Diseño de investigación | Población y muestra | Variables y dimensiones | | | | | | | | | | |
| <p>El diseño de la investigación será de carácter correlacional.</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> O1 M --> O2 O1 <--> r O2 </pre> </div> <p>Dónde: M: Usuarios del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. O1: Calidad de servicio O2: Satisfacción de los usuarios r: Coeficiente de Correlación</p> | <p>Población La población estará conformada por un total de 3800 pacientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.</p> <p>Muestra De esta manera, la muestra estará conformada por 134 pacientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C.</p> | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Calidad de servicio</td> <td style="text-align: center;">Admisión - Informes</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Sala de Espera</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Procedimientos odontológicos</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Satisfacción de los usuarios</td> <td style="text-align: center;">Capacidad de respuesta</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Fiabilidad</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Seguridad</td> </tr> </tbody> </table> | | Variables | Dimensiones | Calidad de servicio | Admisión - Informes | Sala de Espera | Procedimientos odontológicos | Satisfacción de los usuarios | Capacidad de respuesta | Fiabilidad |
| Variables | Dimensiones | | | | | | | | | | | |
| Calidad de servicio | Admisión - Informes | | | | | | | | | | | |
| | Sala de Espera | | | | | | | | | | | |
| | Procedimientos odontológicos | | | | | | | | | | | |
| Satisfacción de los usuarios | Capacidad de respuesta | | | | | | | | | | | |
| | Fiabilidad | | | | | | | | | | | |
| | Seguridad | | | | | | | | | | | |

| | | | | |
|--|--|--|---------------------|--|
| | | | | |
| | | | Empatía | |
| | | | Elementos tangibles | |

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario sobre calidad de servicio

Instrumento para efectuar un análisis respecto a la calidad del servicio que viene impartiendo el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. de la ciudad de Tarapoto. Para ello, se le solicita responder a cada uno de los ítems e interrogantes con la siguiente calificación:

1 = Muy inadecuado **2** = Inadecuado **3** = Regular **4** = Adecuado **5** = Muy adecuado

¿Cómo califica usted?...

| N° | Admisión - Informes | Opciones de respuesta | | | | |
|-----------|---|------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| | Recepción adecuada y personal suficiente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 01 | El trato que recibe del personal desde el momento en el que usted llega a las instalaciones. | | | | | |
| 02 | La cantidad de trabajadores disponibles para entregar el servicio. | | | | | |
| N° | Cumplimiento de horarios | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 03 | La puntualidad del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. | | | | | |
| N° | Sala de Espera | Opciones de respuesta | | | | |
| | Accesibilidad y espacio adecuado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 04 | El espacio de la sala de espera. | | | | | |
| 05 | La facilidad para poder movilizarse libremente. | | | | | |
| N° | Señalética apropiada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 06 | Las indicaciones de zona segura y salidas en caso de emergencias. | | | | | |
| 07 | Los letreros y nombres de cada uno de los consultorios. | | | | | |
| N° | Climatización y sanitarios | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 08 | La temperatura dentro del establecimiento. | | | | | |
| 09 | La limpieza de los servicios higiénicos. | | | | | |
| N° | Procedimientos odontológicos | Opciones de respuesta | | | | |
| | Instrucciones adecuadas y por escrito | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | La sencillez de la explicación que le entrega el profesional a la hora de hacerle la consulta. | | | | | |
| 11 | La sencillez de la explicación que le entrega el profesional a la hora de entregarle una receta o indicaciones. | | | | | |
| N° | Diagnóstico | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | La exactitud de los diagnósticos que les realiza. | | | | | |
| 13 | Las razones que le entrega para cada uno de sus diagnósticos. | | | | | |
| N° | Tratamientos eficaces | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | El costo que les cobran por los tratamientos que le especifican. | | | | | |
| 15 | La eficacia de los tratamientos que les realizan. | | | | | |

Cuestionario sobre satisfacción

Instrumento es para efectuar un análisis respecto a su satisfacción del servicio que brinda el Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. de la ciudad de Tarapoto. Para ello, se le solicita responder a cada uno de los ítems e interrogantes con la siguiente calificación:

1 = Muy inadecuado 2 = Inadecuado 3 = Regular 4 = Adecuado 5 = Muy adecuado

¿Cómo califica usted?...

| | | | | | | | |
|----|--|--|------------|---|---|---|---|
| N° | Capacidad de respuesta | Tiempo de respuesta | Respuestas | | | | |
| 01 | | Los empleados le comunican con precisión cuándo finalizará su servicio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | | Rapidez | Respuestas | | | | |
| 02 | | El personal que labora es rápido a la hora de atender sus necesidades. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | | Puntualidad | Respuestas | | | | |
| 03 | | Los empleados son puntuales y se muestran dispuestos a ayudarlo en sus necesidades. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | Fiabilidad | Oportunidad | Respuesta | | | | |
| 04 | | El personal está siempre dispuestos a responder sus dudas de forma oportuna. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | Seguridad | Precisión | Respuestas | | | | |
| 05 | | El servicio que brinda la empresa responde con precisión a lo que usted esperaba, es decir, cumple sus expectativas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | | Disponibilidad | Respuestas | | | | |
| 06 | | Los empleados demuestran disponibilidad y capacidad para responder a sus preguntas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | Empatía | Peticiones atendidas | Respuestas | | | | |
| 07 | | Cuando usted tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | | Profesionalidad | Respuestas | | | | |
| 08 | El personal que labora en el establecimiento tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| N° | Empatía | Credibilidad | Respuestas | | | | |
| 09 | | El comportamiento de los empleados le inspira confianza y credibilidad. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | Empatía | Seguridad | Respuestas | | | | |
| 10 | | El conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades le inspiran credibilidad y confianza. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | Empatía | Accesibilidad | | | | | |
| 11 | | El establecimiento ofrece horarios convenientes para todos sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | | Comunicación | | | | | |
| 12 | Los empleados siempre se muestran amables y comunicativos para con sus clientes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| N° | Empatía | Comprensión del cliente | | | | | |
| 13 | | El empleado utiliza un lenguaje claro y apropiado que permita entender las necesidades específicas de sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | E I | Apariencia física de los empleados | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------|--|---|---|---|---|---|
| 14 | Los empleados del establecimiento tienen aspecto pulcro y limpio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| N° | Condiciones ambientales (limpieza, iluminación) | | | | | |
| 15 | Las instalaciones físicas del centro son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Validación de instrumentos

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Encomenderos Bacallán Ivo Martin
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : MBA - Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de la variable "Calidad de Servicio"
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Garcy Joao Hidalgo Pezo

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS | INDICADORES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|--|---|---|---|---|----|
| CLARIDAD | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales | | | | | X |
| OBJETIVIDAD | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Calidad de servicio en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales. | | | | | X |
| ACTUALIDAD | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Calidad de servicio | | | | | X |
| ORGANIZACIÓN | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Calidad de servicio de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. | | | | | X |
| SUFICIENCIA | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores. | | | | | X |
| INTENCIONALIDAD | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio. | | | | | X |
| CONSISTENCIA | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación. | | | | | X |
| COHERENCIA | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Calidad de servicio | | | | | X |
| METODOLOGÍA | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación. | | | | X | |
| PERTINENCIA | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento. | | | | X | |
| PUNTAJE TOTAL | | | | | | 48 |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

5

Tarapoto, 24 de Noviembre de 2018



Mg. Ivo M. Encomenderos Bacallán
ECONOMISTA
Reg. 0134 - CELAM

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Encomenderos Bacallán Ivo Martin
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : MBA - Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de la variable "Satisfacción de los usuarios"
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Garcy Joao Hidalgo Pezo

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS | INDICADORES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|---|---|---|---|-----------|---|
| CLARIDAD | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales | | | | X | |
| OBJETIVIDAD | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción de los usuarios en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales. | | | | X | |
| ACTUALIDAD | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción de los usuarios | | | | | X |
| ORGANIZACIÓN | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Satisfacción de los usuarios de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. | | | | | X |
| SUFICIENCIA | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores. | | | | | X |
| INTENCIONALIDAD | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio. | | | | | X |
| CONSISTENCIA | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación. | | | | | X |
| COHERENCIA | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción de los usuarios | | | | | X |
| METODOLOGÍA | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación. | | | | | X |
| PERTINENCIA | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento. | | | | | X |
| PUNTAJE TOTAL | | | | | 48 | |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

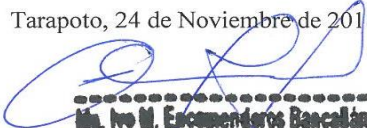
OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

5

Tarapoto, 24 de Noviembre de 2018



Mg. Ivo M. Encomenderos Bacallán
ECONOMISTA
Reg. 0134 - CELAM

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Paredes del Aguila Jardiel
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : MBA - Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de la variable "Calidad de Servicio"
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Garcy Joao Hidalgo Pezo

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS | INDICADORES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|--|---|---|---|-----------|---|
| CLARIDAD | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales | | | | | ✓ |
| OBJETIVIDAD | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Calidad de servicio en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales. | | | | | ✓ |
| ACTUALIDAD | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Calidad de servicio | | | | ✓ | |
| ORGANIZACIÓN | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Calidad de servicio de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. | | | | ✓ | |
| SUFICIENCIA | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores. | | | | ✓ | |
| INTENCIONALIDAD | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio. | | | | | ✓ |
| CONSISTENCIA | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación. | | | | | ✓ |
| COHERENCIA | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Calidad de servicio | | | | | ✓ |
| METODOLOGÍA | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación. | | | | | ✓ |
| PERTINENCIA | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento. | | | | | ✓ |
| PUNTAJE TOTAL | | | | | 47 | |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

5

Tarapoto, 24 de Noviembre de 2018

MBA. JARDIEL PAREDES DEL AGUILA

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Paredes del Aguila Jardiel
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : MBA - Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de la variable "Satisfacción de los usuarios"
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Garcy Joao Hidalgo Pezo

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS | INDICADORES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|---|---|---|---|-----------|---|
| CLARIDAD | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales | | | | X | |
| OBJETIVIDAD | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción de los usuarios en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales. | | | | | X |
| ACTUALIDAD | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción de los usuarios | | | | | X |
| ORGANIZACIÓN | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Satisfacción de los usuarios de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. | | | | | X |
| SUFICIENCIA | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores. | | | | | X |
| INTENCIONALIDAD | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio. | | | | | X |
| CONSISTENCIA | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación. | | | | | X |
| COHERENCIA | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción de los usuarios | | | | | X |
| METODOLOGÍA | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación. | | | | X | |
| PERTINENCIA | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento. | | | | | X |
| PUNTAJE TOTAL | | | | | 48 | |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

Tarapoto, 24 de Noviembre de 2018

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

5

 MBA. JARDIEL PAREDES DEL AGUILA

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Isuiza Pérez Alfonso
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Metodólogo de Investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Calidad de Servicio
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Garcy Joao HidalgoPezo

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

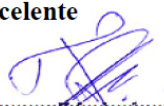
| CRITERIOS | INDICADORES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|---|---|---|---|---|----|
| CLARIDAD | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales | | | | | X |
| OBJETIVIDAD | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Calidad de Servicio en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales. | | | | X | |
| ACTUALIDAD | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Calidad de Servicio | | | | X | |
| ORGANIZACIÓN | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Calidad de Servicio de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. | | | | X | |
| SUFICIENCIA | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores. | | | | X | |
| INTENCIONALIDAD | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio. | | | | | X |
| CONSISTENCIA | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación. | | | | | X |
| COHERENCIA | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Calidad de Servicio | | | | | X |
| METODOLOGÍA | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación. | | | | | X |
| PERTINENCIA | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento. | | | | X | |
| PUNTAJE TOTAL | | | | | | 45 |

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Los indicadores del instrumento de recolección de información, cumple con los estándares del método de investigación para ser aplicado. Por lo que, se garantiza su confiabilidad.

Tarapoto, 24 de noviembre del 2018

Promedio de valoración 4,5 Excelente



 Mg. Alfonso Isuiza Pérez
 CPPe N° 2301119950

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Isuiza Pérez Alfonso
Institución donde labora : Universidad César Vallejo
Especialidad : Metodólogo de Investigación
Instrumento de evaluación : Cuestionario de Satisfacción de los usuarios
Autor (s) del instrumento (s) : Br. Garcy Joao Hidalgo Pezo

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

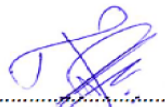
| CRITERIOS | INDICADORES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|--|---|---|---|---|----|
| CLARIDAD | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales | | | | | 5 |
| OBJETIVIDAD | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción de los usuarios en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales. | | | | | 5 |
| ACTUALIDAD | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción de los usuarios | | | | | 5 |
| ORGANIZACIÓN | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Satisfacción de los usuarios de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. | | | | | 5 |
| SUFICIENCIA | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores. | | | | | 5 |
| INTENCIONALIDAD | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio. | | | | 4 | |
| CONSISTENCIA | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación. | | | | | 5 |
| COHERENCIA | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción de los usuarios | | | | 4 | |
| METODOLOGÍA | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación. | | | | 4 | |
| PERTINENCIA | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento. | | | | 4 | |
| PUNTAJE TOTAL | | | | | | 46 |

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Los indicadores del instrumento de recolección de información, cumple con los estándares del método de investigación para ser aplicado. Por lo que, se garantiza su confiabilidad.

Tarapoto, 24 de noviembre del 2018

Promedio de valoración 4,6 Excelente


.....
Mg. Alfonso Isuiza Pérez
CPPe N° 2301119950

Índice de confiabilidad

Confiabilidad de cuestionario sobre calidad de servicio

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 30 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |

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

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,808 | 15 |

Estadísticas de total de elemento

| | 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 |
|-------------|--|---|--|---|
| Pregunta.01 | 31,47 | 102,602 | ,530 | ,788 |
| Pregunta.02 | 31,83 | 113,868 | ,230 | ,810 |
| Pregunta.03 | 31,77 | 112,461 | ,269 | ,808 |
| Pregunta.04 | 31,50 | 102,259 | ,532 | ,788 |
| Pregunta.05 | 31,93 | 111,995 | ,282 | ,807 |
| Pregunta.06 | 31,93 | 106,961 | ,578 | ,788 |
| Pregunta.07 | 31,80 | 103,131 | ,609 | ,783 |
| Pregunta.08 | 32,20 | 122,234 | -,037 | ,822 |
| Pregunta.09 | 31,20 | 98,924 | ,630 | ,779 |
| Pregunta.10 | 31,70 | 95,045 | ,837 | ,762 |
| Pregunta.11 | 31,83 | 115,178 | ,217 | ,810 |
| Pregunta.12 | 31,60 | 111,490 | ,290 | ,806 |
| Pregunta.13 | 31,97 | 108,792 | ,389 | ,799 |
| Pregunta.14 | 31,83 | 105,040 | ,594 | ,785 |
| Pregunta.15 | 31,90 | 112,852 | ,271 | ,807 |

Confiabilidad de cuestionario sobre satisfacción

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 30 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |

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

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,794 | 15 |

Estadísticas de total de elemento

| | 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 |
|-------------|--|---|--|---|
| Pregunta.01 | 34,37 | 107,068 | ,439 | ,779 |
| Pregunta.02 | 34,47 | 114,464 | ,273 | ,791 |
| Pregunta.03 | 34,73 | 107,995 | ,465 | ,777 |
| Pregunta.04 | 34,40 | 118,386 | ,093 | ,806 |
| Pregunta.05 | 34,53 | 103,223 | ,638 | ,764 |
| Pregunta.06 | 34,53 | 113,982 | ,248 | ,794 |
| Pregunta.07 | 34,40 | 114,455 | ,273 | ,791 |
| Pregunta.08 | 34,53 | 107,913 | ,456 | ,778 |
| Pregunta.09 | 34,63 | 110,792 | ,336 | ,788 |
| Pregunta.10 | 34,33 | 109,816 | ,408 | ,782 |
| Pregunta.11 | 34,13 | 106,740 | ,444 | ,779 |
| Pregunta.12 | 34,37 | 108,930 | ,394 | ,783 |
| Pregunta.13 | 34,67 | 104,713 | ,556 | ,770 |
| Pregunta.14 | 34,60 | 110,800 | ,384 | ,784 |
| Pregunta.15 | 34,37 | 102,033 | ,620 | ,764 |

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



CONSTANCIA

El Gerente General del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C., con domicilio fiscal en Av. El Ejército N°231 – Tarapoto, Provincia y Región San Martín; que suscribe:

HACE CONSTAR

Que el investigador Sr. **GARCY JOAO HIDALGO PEZO**, alumno de la Maestría en Administración de Negocios de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo – Filial Tarapoto, realizó la investigación de su proyecto “**Calidad de Servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. – Tarapoto 2018**”, en el año que se menciona en el título del mismo.

Se expide la presente como constancia a solicitud del interesado, para los fines que estime conveniente.

Tarapoto, Noviembre 24 del 2018

Centro Estomatológico S.A.C.

Gabriel Arevalo Rumbos
GERENTE GENERAL



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: HIDALGO PEZO GARCY JOAO

D.N.I. : 42664953
Domicilio : Jr. Túpac Amaru N° 240-Urb. Nueve de Abril- Tarapoto
Teléfono : Fijo : Móvil : 949113583
E-mail : garcy_hp@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :
Escuela :
Carrera :
Título :

Tesis de Pos Grado

Maestría

Doctorado

Grado : Maestro
Mención : Administración de Negocios - MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
HIDALGO PEZO GARCY JOAO

Título de la tesis:
"Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro
Estomatológico del Oriente S.A.C. – Tarapoto, 2018"

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.




Firma : 

Fecha : 14/03/2019

Informe de originalidad

Feedback Studio - Google Chrome
https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1050948850&lang=es&ts=3&o=1061202663

feedback studio **Garcy Joao Hidalgo Pezo** Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del /0 4 de 16



“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

AUTOR:
B. Garcy Joao Hidalgo Pezo

Resumen de coincidencias

20 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

| | | |
|---|--|------|
| 1 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 13 % |
| 2 | repositorio.unajma.edu... Fuente de Internet | 1 % |
| 3 | dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet | 1 % |
| 4 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 1 % |
| 5 | www.cayetano.edu.pe Fuente de Internet | 1 % |

Página: 1 de 77 Número de palabras: 15049 Text-only Report High Resolution Activado

07:54 24/02/2019

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Mg. **Ivo Martín Encomenderos Bancallán**, he revisado la tesis del(la) estudiante Br. **HIDALGO PEZO GARCY JOAO** titulada "**Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto 2018**" constato que la misma tiene un **índice de similitud de 20%** verificable en el reporte de originalidad del programa **TURNITIN**.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 22 de febrero de 2019


.....
Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán
Escuela de Posgrado
UCV-TARAPOTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

HIDALGO PEZO GARCY JOAO

INFORME TÍTULADO:

"Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto 2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 18 de enero de 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por Unanimidad




Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara
DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN
UCV - TARAPOTO