



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE
LOS SERVICIOS DE LA SALUD**

Calidad de servicios y satisfacción del usuario en consultorios
externos de Odontología en un establecimiento de salud de Lima,
2024

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud

AUTORA:

Gomez Bautista, Ivonny Fanny ([orcid.org/ 0009-0004-9111-3306](https://orcid.org/0009-0004-9111-3306))

ASESORES:

Dr. Sulca Jordan, Juan Manuel (orcid.org/0000-0002-4233-4928)

Mg. Garay Flores, German Vicente (orcid.org/0000-0002-7118-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Calidad de las Prestaciones Asistenciales y Gestión del Riesgo en Salud

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

LIMA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARAY FLORES GERMAN VICENTE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Calidad de servicios y satisfacción al usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud , Lima, 2024", cuyo autor es GOMEZ BAUTISTA IVONNY FANNY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 01 de Agosto del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GARAY FLORES GERMAN VICENTE DNI: 10790283 ORCID: 0000-0002-7118-6477	Firmado electrónicamente por: GGARAYFL01 el 01- 08-2024 15:52:04

Código documento Trilce: TRI - 0842156





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, GOMEZ BAUTISTA IVONNY FANNY estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Calidad de servicios y satisfacción al usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud , Lima, 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
GOMEZ BAUTISTA IVONNY FANNY DNI: 09509417 ORCID: 0009-0004-9111-3306	Firmado electrónicamente por: IGOMEZB el 02-08- 2024 00:08:16

Código documento Trilce: INV - 1779266

Dedicatoria

Dedico mi tesis a la memoria de mis padres, Hoy motivación permanente a lograr mis objetivos de vida. A mi hija Camila por su amor y apoyo para superar juntos cada dificultad.

A mi familia que es lo mejor y mas valioso que Dios me ha dado.

Agradecimiento

A Dios por brindarme capacidad, fortaleza y salud para permitirme cumplir con esta meta. A mis colegas y amigos que confiaron en mis proyectos para hacerlos juntos realidad y finalmente un reconocimiento a mis maestros de la escuela de posgrado en especial al Dr. Germán Vicente Garay Flores.

Índice de contenidos

Carátula	i
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	ii
Declaratoria de Originalidad del Autor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	17
III. RESULTADOS	22
IV. DISCUSIÓN	32
V. CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 1 Calidad de servicios	22
Tabla 2 Dimensión de calidad de servicios	23
Tabla 3 Satisfacción del usuario	23
Tabla 4 Dimensiones de satisfacción del usuario	24
Tabla 5 Prueba de Hipótesis General	26
Tabla 6 Prueba de Hipótesis Especifica 1	27
Tabla 7 Prueba de Hipótesis Especifica 2	27
Tabla 8 Prueba de Hipótesis Especifica 3	28
Tabla 9 Prueba de Hipótesis Especifica 4	29
Tabla 10 Prueba de Hipótesis Especifica 5	30
Tabla 11 Prueba de Hipótesis Especifica 6	31

Índice de figuras

Figura 1 Esquema del diseño	17
Figura 2 Formula para la muestra	19
Figura 3 Calidad de servicios	22
Figura 4 Satisfacción del usuario	24

Resumen

El presente estudio se enfoca en investigar la relación entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, con el objetivo de contribuir al cumplimiento del ODS 3, que los servicios odontológicos sean accesibles y de alta calidad, al mismo tiempo que cumplen con las expectativas y necesidades de los pacientes. Se utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo básico con un diseño no experimental, de corte transversal, encuestando a 150 pacientes mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple. Donde se empleó el cuestionario SERVQUAL y el cuestionario de satisfacción, con un total de 50 preguntas en escala tipo Likert con valores desde Muy en desacuerdo hasta Muy de acuerdo. Los resultados, analizados estadísticamente mostraron un Rho de 0,840 de significancia de 0.000 menor a 0.05 y un 95% de confianza, revelaron una relación significativa entre ambas variables, respaldando la hipótesis del estudio. En conclusión, la calidad del servicio presenta un rol muy importante al ofrecer una satisfacción de los clientes en los consultorios, además aquellos que presentan una buena satisfacción tienden a ser leales y repetir los servicios.

Palabras clave: Calidad, satisfacción en el trabajo, pacientes.

Abstract

The present study focuses on investigating the relationship between the quality of services and user satisfaction in outpatient dental clinics in a health facility in Lima, with the aim of contributing to the fulfillment of SDG 3, that dental services be accessible and of high quality, while meeting the expectations and needs of patients. A basic quantitative approach was used with a non-experimental cross-sectional design, surveying 150 patients by means of simple random probability sampling. The SERVQUAL questionnaire and the satisfaction questionnaire were used, with a total of 50 questions on a Likert-type scale with values ranging from Strongly Disagree to Strongly Agree. The results, analyzed statistically, showed an Rho of 0.840 with a significance of 0.000 less than 0.05 and a 95% confidence level, revealed a significant relationship between both variables, supporting the hypothesis of the study. In conclusion, the quality of service plays a very important role in providing customer satisfaction in clinics, and those who have a good satisfaction tend to be loyal and repeat services.

Keywords: Quality, job satisfaction, patients.

I. INTRODUCCIÓN

La atención odontológica de calidad es importante porque es un aspecto central en el ámbito de la salud bucal, tanto en instituciones públicas como privadas. Este concepto abarca la precisión en cada actividad y tratamiento, asegurando que los servicios de salud bucal sean prestados de manera inmediata por especialistas responsables y que satisfagan en lo que necesita el paciente (Araujo 2022). La investigación en el contexto de los consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud en Lima, 2024 es crucial, y su importancia puede ser evaluada a través del prisma del ODS 3: "Salud y Bienestar". Incentiva corroborar una vida sana, sin importar la edad, lo cual es destacable dado que los profesionales de la salud odontológica reconocen la necesidad de contribuir en áreas de sostenibilidad. Asumen la responsabilidad de satisfacer las demandas de la sociedad mitigar el daño hacia la naturaleza, al tiempo que promueven una salud bucodental óptima para todos y garantizan la seguridad de los usuarios.

A nivel internacional, el nivel de la atención odontológica puede variar significativamente según el país, las regulaciones establecidas, los estándares de práctica y la capacitación de los profesionales. Algunos países destacan por mantener altos estándares en términos de educación odontológica, adopción de tecnología y cumplimiento de regulaciones sanitarias. Por ejemplo, un estudio realizado por Suárez et al. (2019) examinaron este nivel en CAI III en Cuba utilizando el modelo SERVQUAL. Los usuarios expresaron la necesidad de mejorar el centro con respecto a su estructura y la interacción de los trabajadores de salud con el paciente. Se sugiere de manera crucial arreglar los aspectos en la calidad de los servicios para obtener un reconocimiento de excelencia, lo que contribuiría a aumentar la satisfacción ciudadana y serviría de esa manera de indicador primordial en el grado de calidad dada.

Manchado (2023), se puede apreciar un estrecho acoplamiento entre la satisfacción y la calidad referente al sector de sanidad dental proporcionado por el Hospital General Martín Icaza en Ecuador. El enfoque principal se orienta a la mejoría constante para lograr la máxima satisfacción del paciente. Este enfoque se respalda mediante hallazgos que muestran una correlación del 53,0% entre

ambas variables en el usuario, acompañada de un nivel de confiabilidad del 73,7%. Además, se descubrió que el nivel de satisfacción es de 81,2%, mientras que sus expectativas llegan al 88,0%. También se resalta una capacidad de respuesta del 88,0%.

Arias (2024), evidenció una vinculación entre la excelencia en el servicio y las prácticas en sanidad bucal de pacientes diabéticos. Esta relación directa implica que una atención de calidad superior se refleja en prácticas bucales más saludables para estos pacientes. Es decir, cuando los pacientes son atendidos con alta calidad en el centro odontológico, es más probable que adopten prácticas de cuidado bucal saludables, como el lavado bucal regular, utilización del hilo dental y las visitas al dentista. Además, una atención de calidad no solo genera optimas respuestas referentes a salud dental, sino que también contribuye a una experiencia satisfactoria para el paciente.

Espino (2021), destaca que la calidad y la experiencia del usuario son aspectos vitales influyentes en cómo los usuarios perciben y viven la experiencia. Su investigación en el Centro médico Chasquipampa Red N° 5 – Sur, Bolivia, durante el periodo de gestión 2019 revela que, la empatía, confiabilidad y la gestión de respuesta obtuvieron las calificaciones más altas. Esto indica que los pacientes aprecian el trato recibido, la resolución de sus problemas y la competencia técnica de los profesionales. No obstante, se detectaron áreas de mejora referente a aspectos físicos, sugiriendo que la infraestructura del centro de salud podría no estar cumpliendo con las expectativas de los usuarios. La insatisfacción relacionada con la infraestructura y el tiempo de espera resalta la relevancia de estos aspectos en la satisfacción del usuario.

Cubero et al. (2019), menciona que estos aspectos influyen de manera significativa en la experiencia general dentro del sector salud, incluida la atención odontológica. En su estudio, se observó que estos están estrechamente relacionados con varios aspectos de la atención dada. Por ejemplo, el ser amable, la explicación detallada del tratamiento, la educación sobre salud bucal y el tiempo de espera adecuado fueron aspectos destacados que contribuyeron a la satisfacción del paciente.

En el Perú, se observó una mejoría sobre la importancia que reflejan a la calidad de atención en odontología. La clientela valora matices como la amabilidad del personal, la disponibilidad de tecnología moderna, la limpieza de las instalaciones y la efectividad de los tratamientos. Según Molina y Zapata (2023), el contento del paciente no solo guarda relación con la calidad en la que se atiende en sí misma, sino también con sus expectativas y percepciones. Su estudio en los centros de salud "Alto Libertad" y "Las Esmeraldas" en Arequipa durante 2023 mostró que los pacientes que recibieron una atención que cumplió o superó sus expectativas tendieron a reportar mayores niveles de satisfacción. Por el contrario, aquellos cuyas expectativas no se cumplieron pueden experimentar insatisfacción, incluso si el nivel de atención es aceptable. Esto señala que cuando los pacientes perciben una atención de calidad, es decir empática y de buena respuesta, tienden a estar más satisfechos con el servicio recibido.

Muñoz (2018), se identificó conexión entre la calidad y aspectos como la confiabilidad, la manera de responder y empatizar en los pacientes de la consulta del centro médico Jesús Nazareno en Ayacucho, durante el año 2017. Es decir, que cuando los clientes perciben un trato confiable y empático, su nivel de satisfacción tiende a aumentar. A pesar de eso, no se identificó una importante vinculación con la calidad y seguridad, ni con los elementos físicos de la institución.

Palomino (2024), el hallazgo de una vinculación estadísticamente relevante entre la calidad y la satisfacción resalta la trascendencia de conservar grandes límites en la realización de experiencias de salud. Aunque una atención de calidad puede establecer los cimientos para la satisfacción del paciente, otros elementos, como una comunicación efectiva, un entorno cómodo y la percepción del resultado del tratamiento, también tienen que ver con la satisfacción general del cliente. Por lo tanto, abordar tanto la calidad de atención como los elementos que aportan a la satisfacción del paciente es crucial para garantizar una grata experiencia y efectiva en la atención médica.

El estudio realizado por Vigo (2023), se identificó una conexión importante entre el alto nivel en el servicio y satisfacción en las clínicas médicas Nuevo

Milenio. Esto significa que elevar la calidad del servicio produce un mayor concepto, y esta relación es mutua. Por ende, mejorar uno de estos, tanto en términos de atención clínica como administrativa, puede resultar en una mayor satisfacción por parte del paciente. Este aumento en la satisfacción del paciente puede tener repercusiones positivas en los resultados de salud y en la percepción general del sistema de salud por parte de la comunidad.

Huaccachi y Gonzales (2024), señalan que la trascendencia crucial de la satisfacción y calidad brindada en el paciente en la provisión de servicios de sanidad, dado su impacto en la percepción global del sistema de salud y en los resultados de salud tanto individuales como colectivos. En su estudio referente al efecto de la planificación en salud en la satisfacción de la Región de Salud Puno, la cual reconoció una relación importante. Esto indica que la calidad de la planificación en salud puede incidir directamente en la satisfacción de quien los usa.

En Lima, en el centro médico donde se llevará a cabo este proyecto, el servicio brindado de odontología continúa siendo un problema, especialmente debido a las quejas de los usuarios respecto a su poca satisfacción en referencia a como fueron atendidos. Entre las principales preocupaciones reportadas se incluyen tiempos de espera prolongados, falta de comunicación entre usuarios y personal médico, citas mal gestionadas y escasez de personal sanitario. Estos problemas han motivado la realización de esta investigación, que busca evaluar la vinculación y diseñar estrategias para mejorar la atención de salud.

Cerrón (2024), una calidad de atención deficiente puede llevar a una disminución en la satisfacción del paciente, lo que puede llevar a una impresión desfavorable del servicio de salud y en una menor adherencia a los tratamientos recomendados. Por otro lado, los resultados se traducen en una mayor confianza en el sistema de salud, una mejor adherencia al tratamiento y una mayor probabilidad de retorno para futuras consultas.

Lara et al. (2020), hizo una investigación en un centro privado limeño en el año 2022, donde se examinó la conexión entre el turno de enfermería y la conformidad del beneficiario con el servicio odontológico. Los hallazgos

revelaron que, durante el turno matutino, los usuarios expresaron mayor satisfacción en términos de aspectos tangibles y confiabilidad, mientras que la insatisfacción predominó en la prontitud y la protección. Por otro lado, durante el turno tarde, la satisfacción fue más alta en aspectos físicos y comprensión emocional, mientras que la falta de satisfacción se relacionó con la capacidad de reacción y la seguridad.

Mendoza (2022), realizó un estudio para investigar los elementos vinculados con a la calidad y satisfacción en clínicas dentales privadas durante la pandemia de COVID-19. La cual revelo los usuarios dieron a conocer su experiencia referente a la atención odontológica que recibieron. Además, se observó que solo el nivel educativo revelo una gran conexión referente a la calidad, lo que sugiere que mientras mejora el nivel de educación, también aumentan las calificaciones en cuanto a la calidad del servicio proporcionado.

Cueto et al. (2020), realizó un trabajo sobre la calidad de los servicios, y fueron calificados como “de acuerdo” (70%); y a nivel de satisfacción, la mayoría expresó satisfacción (92,7%). En resumen, se pudo demostrar que los pacientes que valoraron están de acuerdo con la calidad de los servicios estaban satisfechos referente a la atención odontológica.”

El problema general el planteado es: ¿Cuál es la relación de calidad de servicios con la satisfacción del usuario en los consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, 2024?

Los planteamientos de los problemas específicos son: ¿Cuál es la relación entre las dimensiones (1) tangibilidad, (2) fiabilidad, (3) capacidad de respuesta, (4) seguridad, (5) empatía y (6) credibilidad con la satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima ,2024?

Se soporta teóricamente al integrar varias corrientes teóricas sobre las variables a ser desarrolladas. La excelencia de los servicios odontológicos es fundamental para asegurar resultados efectivos en los tratamientos y procedimientos dentales. La literatura odontológica resalta la necesidad de seguir estándares de práctica clínica establecidos, utilizar tecnología moderna y

mantener al personal actualizado en los avances científicos y técnicos para garantizar una buena atención. Por otro lado, la satisfacción, desempeña un rol fundamental referente a la percepción general del establecimiento de salud y en la fidelidad del usuario. La encuesta en el campo de la atención sanitaria ha demostrado que los pacientes que experimentan una atención de calidad y una experiencia positiva tienen más probabilidades de querer adquirir otro servicio y recomendaciones del establecimiento a terceros.

Se justifica en la práctica porque pretende entablar la existencia de una conexión, para así poder evaluarlos en el contexto de los consultorios externos de odontología de un centro de salud en Lima, también radica en la necesidad de mejorar la manera que se realiza la atención. Se reconoce lo importante que es ofrecer una atención odontológica efectiva y satisfactoria, así como de abordar las diferentes inquietudes y expectativas particulares de los pacientes en esta área.

Se justifica metodológicamente para esta investigación se enfoca en la necesidad de recopilar datos empíricos y realizar un análisis riguroso para comprender la eficiencia de los servicios y el contento de los clientes en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima 2024. Esto incluye métodos cualitativos, como entrevistas o grupos focales con pacientes y personal odontológico, para obtener perspectivas detalladas sobre sus experiencias y percepciones.

El objetivo general es: Establecer la relación entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario en los consultorios externos de odontología de un establecimiento de salud de Lima 2024. Los objetivos generales específico son: Determinar la relación entre las dimensiones (1) tangibilidad, (2) fiabilidad, (3) capacidad de respuesta. (4) seguridad. (5) empatía y (6) credibilidad con la satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, 2024.

Hipótesis general: La calidad de servicios se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024. Las hipótesis específicas son: Las

dimensiones (1) tangibilidad, (2) fiabilidad, (3) capacidad de respuesta, (4) seguridad, (5) empatía y (6) credibilidad se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en los consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, 2024.

La Teoría de la Calidad Total (TQM) de Deming (1990) es una táctica administrativa cuyo objetivo es optimizar constantemente la excelencia de los productos y servicios, gracias a la contribución de todos los actores de la entidad. Deming presenta 14 principios de gestión que resaltan la relevancia de la calidad como una responsabilidad compartida. Entre estos principios, se destacan la creación de perseverancia en el objetivo de perfeccionar el producto y el servicio, la incorporación de una nueva cultura de calidad, la erradicación de la necesidad de inspecciones en masa y la evolución continua de los métodos de producción y servicio. Deming instaura el Ciclo PDCA, estructurado en Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, esta metodología de mejora continua de TQM prioriza la satisfacción del cliente, la participación activa de los trabajadores y la constante optimización de los procesos organizacionales

El modelo SERVQUAL de Parasuraman & Zeithaml (1990) se considera uno de los paradigmas más predominantes en el estudio de la calidad del servicio. La premisa subyacente es que la percepción de calidad por parte de los clientes está condicionada por la discrepancia entre sus expectativas y la calidad efectiva del servicio experimentado. El modelo SERVQUAL es usado para investigación y práctica para valorar y optimizar la calidad del servicio en diversas industrias, ofreciendo una estructura completa para comprender tanto las anticipaciones y las vivencias por la clientela. Según este modelo, la calidad del servicio se evalúa comparando las previsiones de los consumidores con sus valoraciones sobre la actuación del proveedor del servicio. SERVQUAL utiliza una encuesta de 22 ítems que analiza las expectativas de los usuarios con su impresión del servicio prestado, identificando brechas en la calidad del servicio y proporcionando un enfoque sistemático para su mejora.

Por lo tanto, el modelo SERVQUAL, realizado por Parasuraman et al. (1990), se basa en la identificación de las brechas entre las anticipaciones de la clientela y las impresiones del servicio recibido. Los autores argumentan que la

superioridad del servicio es un componente fundamental de la satisfacción del consumidor. Para desarrollar esta teoría, llevaron a cabo investigaciones empíricas extensivas que incluían encuestas y entrevistas a clientes en diversas industrias de servicios, lo que les permitió identificar patrones consistentes en las anticipaciones e impresiones de la clientela. El modelo SERVQUAL se ha validado y refinado a lo largo del tiempo, proporcionando una herramienta robusta y ampliamente utilizada para estudiar y optimizar la calidad del servicio.

Según Parasuraman & Zeithaml (1990), la calidad del servicio se ve como la diferencia entre lo que los clientes esperaban y lo que realmente experimentaron con el servicio efectivamente prestado. Según el modelo SERVQUAL, la calidad del servicio se considera una valoración general que surge al contrastar las expectativas de la clientela con el desempeño en sí del servicio, siendo un factor esencial para la satisfacción y fidelidad del cliente. En este contexto, entender y optimizar la calidad del servicio es vital para el éxito de las empresas, ya que, al hacerlo, estas pueden aumentar la satisfacción del usuario

Asimismo, la calidad del servicio hace referencia a la evaluación realizada por la clientela del servicio recibido en relación con sus expectativas iniciales se considera un concepto multidimensional. Este incluye tanto la calidad técnica, que refleja el resultado del servicio, como la calidad funcional, que trata sobre el proceso de entrega del servicio. La impresión del nivel del servicio se modela en entorno a la imagen de la empresa y las interacciones a lo largo del proceso de servicio. No solo influye el contenido del servicio, sino también la forma en que se ofrece, destacando así la relevancia de la interacción entre la clientela y quien provee el servicio (Palacios et al. 2020).

En el contexto del modelo SERVQUAL, la tangibilidad alude a los elementos físicos y perceptibles del servicio que los clientes pueden observar, características como la estética de los espacios, los dispositivos, el personal y los materiales de comunicación. La tangibilidad es importante porque proporciona una primera impresión del servicio y pueden influir en la impresión general del nivel del servicio. Aspectos palpables como el nivel de limpieza de las instalaciones, la tecnología del equipo y la apariencia profesional del personal

contribuyen a la credibilidad y confianza de la clientela en el servicio ofrecido (Ramirez et al. 2020).

Al respecto, la tangibilidad en el servicio engloba la estética de los espacios, el equipo, el personal y los elementos de promoción. La tangibilidad es crucial porque los clientes a menudo utilizan estas señales físicas para formarse una impresión inicial sobre la calidad del servicio. Los elementos tangibles son importantes en la creación de una imagen de profesionalismo y cuidado, y pueden influir en la percepción global del servicio, especialmente en industrias en situaciones donde es difícil determinar la calidad del servicio antes de consumirlo (Montiel y Navarrete 2023).

De acuerdo con el modelo SERVQUAL, la fiabilidad en la calidad del servicio implica la habilidad de la empresa para realizar el servicio prometido de forma correcta y coherente, cumpliendo con lo prometido, ya sea en términos de tiempos de entrega, exactitud en la facturación, cumplimiento de especificaciones o resolución de problemas. La fiabilidad es crucial para adquirir y sostener la confianza de la clientela, ya que implica que la empresa puede ser dependiente y es consistente en su desempeño, por ello es uno de los pilares fundamentales de la calidad del servicio, ya que la clientela espera que las promesas hechas por las empresas sean cumplidas sin errores ni fallas (González et al. 2023).

Por ello, la fiabilidad hace referencia a la habilidad de una entidad para prestar el servicio de forma consistente y precisa, cumpliendo con lo prometido en todo momento. La fiabilidad es considerada un factor crítico de la calidad del servicio, ya que la clientela espera unos servicios entregados sin errores y a tiempo. Se enfatiza que la fiabilidad es fundamental para ganar la confianza del cliente, ya que demuestra que la empresa es capaz de cumplir sus promesas y mantener altos estándares de desempeño de manera constante, lo que es vital para la satisfacción y fidelidad de la clientela (Patiño et al. 2022).

Además, la capacidad de respuesta en la calidad del servicio según el modelo SERVQUAL se interrelaciona con la disposición y la predisposición para asistir a los clientes y entregarles una atención rápida y efectiva, centrándose en

la atención y el apoyo que el personal de servicio brinda a los clientes, incluyendo la rapidez con la que se manejan las solicitudes, quejas y problemas. La capacidad de respuesta es un indicador clave de la predisposición hacia el cliente y el compromiso de la empresa con el bienestar del consumidor, haciendo que una alta capacidad de respuesta puede generar una percepción positiva y mejorar la experiencia del cliente, contribuyendo significativamente a su satisfacción y lealtad (Máñez et al. 2024).

En ese sentido, la capacidad de respuesta se centra en la rapidez y eficacia con la que el personal responde a las peticiones, inconvenientes y quejas presentadas por los clientes. La capacidad de respuesta es clave para la percepción de la calidad del servicio, ya que los usuarios valoran un servicio ágil y un personal que esté siempre dispuesto a ayudar y resolver problemas rápidamente, lo cual contribuye significativamente a su satisfacción y percepción positiva del servicio (Pérez y Jiménez 2020).

En el contexto del modelo SERVQUAL, la seguridad hace referencia a la capacidad del servicio de dar una experiencia libre de riesgos, peligros o dudas, integrando elementos como la seguridad física, la confidencialidad de la información, y la competencia y cortesía del personal, que afecta en la percepción de seguridad del usuario. La seguridad es esencial en la construcción de confianza, ya que los clientes deben sentir que están en buenas manos y que su bienestar está protegido, abarcando el conocimiento y las habilidades del personal para realizar el servicio correctamente, lo que refuerza la confianza del cliente en la fiabilidad y competencia del proveedor de servicios (Castro et al. 2020).

Al respecto, la seguridad en la calidad del servicio alude a la protección que el cliente percibe contra riesgos, peligros y dudas durante La metodología de provisión del servicio. Esto incluye la seguridad material, la tranquilidad emocional y financiera. Por ello la seguridad es esencial para generar confianza y reducir la ansiedad del cliente. La seguridad se manifiesta a través de prácticas como la seguridad de data individuales, la competencia profesional del personal y la creación de un entorno seguro y confiable, todo lo cual contribuye a una

experiencia de servicio satisfactoria y libre de preocupaciones para el cliente (CEF 2021).

Según el modelo SERVQUAL, la empatía en la calidad de servicio hace referencia a la atención personalizada y La aptitud para reconocer y responder a las demandas particulares de la clientela, haciendo que el personal de servicio debe mostrar cuidado y preocupación genuina por los clientes, tratándolos como individuos únicos con necesidades específicas. La empatía se evidencia en una comunicación efectiva, una escucha comprometida y la manifestación de comprensión y apoyo, siendo esta fundamental para crear una conexión emocional con los clientes, lo que puede aumentar su satisfacción y lealtad al sentirse valorados y comprendidos por la empresa (Vavrinel 2022).

Por ello, la empatía alude a la capacidad del trabajador de servicio para proporcionar una atención personalizada y mostrar comprensión y cuidado por las necesidades individuales de los clientes, lo que implica una comunicación efectiva, escucha activa y un esfuerzo genuino por entender y satisfacer las expectativas y preocupaciones de los clientes. Se resalta que la empatía es crucial para establecer una conexión emocional con los clientes, lo que puede aumentar su lealtad y satisfacción al sentir que son valorados y atendidos de manera única y personalizada por el proveedor del servicio (Zambrano et al. 2021).

Además, la credibilidad en la calidad del servicio según el modelo SERVQUAL hace referencia con la confianza y creencia que los clientes tienen en el proveedor de servicios. Incluye aspectos como la reputación de la empresa, la integridad del personal y la sinceridad en las interacciones con los clientes. La credibilidad se construye a través de un comportamiento ético y transparente, la consistencia en el cumplimiento de promesas y la demostración de un conocimiento y competencia sólidos, siendo esencial para determinar una interrelación de confianza a la larga con la clientela, ya que una empresa creíble es percibida como confiable y digna de confianza, lo que aumenta la satisfacción y fidelidad del cliente (Vizcaíno et al. 2020).

En ese sentido, la credibilidad se refiere a la imprecisión de la clientela sobre la honestidad y la integridad del proveedor del servicio, lo que se construye a través de la consistencia en el cumplimiento de las promesas, la transparencia en las comunicaciones y la demostración de competencia y profesionalismo por parte del personal. La credibilidad es fundamental para generar confianza y lealtad en los clientes, ya que los clientes prefieren relacionarse con empresas que consideran confiables y éticas, lo que influye directamente en su satisfacción y en la decisión de continuar utilizando los servicios de la empresa (Cantillo et al. 2022).

La Teoría de la Disconfirmación de Expectativas de Oliver (1989), es un modelo fundamental para entender la satisfacción del cliente se origina de la discrepancia entre las expectativas del usuario y el rendimiento percibido del producto o servicio. Si el desempeño percibido coincide con o supera las expectativas, el cliente experimenta satisfacción; si no lo hace, se produce insatisfacción. Oliver explica que las expectativas de los clientes se forman a partir de sus experiencias previas, la comunicación de marketing, la información de terceros y las promesas hechas por el proveedor del servicio. La disconfirmación ocurre cuando hay una discrepancia entre las expectativas y el desempeño real. Esta teoría sugiere que las empresas deben gestionar cuidadosamente las expectativas de los clientes y esforzarse por excederlas para generar satisfacción y lealtad (Juárez 2024).

El Modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente de Rust & Zahorik (1993), es una estructura comprensiva que examina cómo los aspectos de la calidad del servicio afectan la satisfacción del usuario al centrarse en la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, y en cómo esta relación influye en la fidelización y la participación en el mercado. Según Rust y Zahorik, la satisfacción del cliente no depende solo del rendimiento del servicio, sino también de la percepción del valor y la calidad del servicio. Este modelo es crucial para entender cómo las diferentes dimensiones de la calidad del servicio se interrelacionan y afectan la satisfacción del usuario, proporcionando una base sólida para la mejora continua y la fidelización del cliente (Benito y Ccori 2022).

Por lo tanto, el modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente (Rust y Zahorik 1993), se fundamenta en una base empírica robusta y un análisis profundo de la interrelación entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y sus efectos en la retención y la cuota de mercado, donde recopilan y analizan datos de diversas industrias de servicios para entender cómo la forma en que los clientes perciben la calidad del servicio tiene un impacto en su nivel de satisfacción y en sus acciones futuras. Según Rust y Zahorik, la satisfacción del cliente es fundamental no solo para mantener la lealtad, sino también para afectar directamente la rentabilidad y el desarrollo de la empresa (Ambrosio 2021).

Según Rust & Zahorik (1993), la satisfacción del usuario se define como una evaluación subjetiva de la experiencia del cliente con un servicio, basada en la comparación entre el desempeño real del servicio y las expectativas del cliente. La satisfacción surge cuando el cliente percibe que el servicio recibido cumple o excede sus expectativas previas. Esta evaluación no solo afecta la satisfacción inmediata, sino que también influye en la retención del cliente y en la participación en el mercado, siendo un indicador crucial del éxito a largo plazo de cualquier organización de servicios (Gonzales 2017)

Asimismo, la satisfacción del usuario hace referencia a como el grado en que el desempeño percibido de un producto o servicio cumple o supera las expectativas del cliente, siendo vista como una respuesta emocional al juicio evaluativo de una experiencia de consumo. Se señala que la satisfacción del cliente es un factor clave en la construcción de lealtad y retención del cliente, haciendo que una satisfacción alta conduzca a la repetición de compras y a la recomendación positiva del servicio a otros, mientras que una baja satisfacción puede resultar en quejas y pérdida de clientes. La satisfacción del cliente es, por tanto, fundamental para la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo de cualquier negocio (Barreda 2019).

En el contexto del modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente, la calidad funcional se refiere a la percepción del cliente sobre la eficiencia y la forma en que se entrega el servicio, siendo la interacción entre el cliente y el proveedor del servicio, incluyendo aspectos como la amabilidad, cortesía, y competencia

del personal, así como la rapidez y eficacia con la que se atienden las necesidades y solicitudes del cliente. La calidad funcional se centra en el proceso de prestación del servicio, destacando cómo se lleva a cabo el servicio más que el resultado final, lo que mejora la experiencia del cliente y su satisfacción, ya que el cliente siente que sus expectativas de servicio están siendo atendidas de manera profesional y eficiente (Cantillo et al. 2022).

Al respecto, la calidad funcional en la satisfacción del usuario se refiere a cómo ve el cliente la prestación de servicio, enfocándose en el proceso de entrega más que en el resultado final, incluyendo la actitud del personal, la atención al detalle, y la interacción entre el cliente y el proveedor del servicio. La calidad funcional es crucial porque influye en la experiencia del cliente durante el servicio, afectando su satisfacción general. La eficiencia, cortesía, y profesionalismo del personal son aspectos clave que los clientes valoran y que impactan significativamente en su percepción del servicio (Arica 2023).

Según el modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente, la calidad técnica en la satisfacción del usuario se refiere al resultado tangible del servicio prestado, es decir, lo que el cliente recibe en términos de producto o servicio final, evaluando si el servicio cumple con los estándares esperados y las especificaciones técnicas acordadas. La calidad técnica incluye aspectos como la precisión, durabilidad, y eficacia del servicio o producto entregado, convirtiéndose en crucial para la satisfacción del cliente, ya que un buen resultado final refuerza la percepción de valor y competencia del proveedor del servicio, lo que a su vez influye positivamente en la lealtad del cliente (Benites et al. 2021).

Por ello, la calidad técnica se refiere a cómo se evalúa la precisión, la efectividad, y la adecuación del servicio en cumplir las necesidades del cliente. La calidad técnica es esencial para la satisfacción del cliente porque un buen resultado final refuerza la percepción de competencia y valor del proveedor del servicio. Un servicio técnicamente correcto y bien ejecutado asegura que las expectativas del cliente sean cumplidas, lo que es fundamental para la satisfacción y fidelización del cliente (Bravo et al. 2023).

Además, la confianza en la satisfacción del usuario según el modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente se relaciona con la percepción del cliente sobre la credibilidad y fiabilidad del proveedor del servicio, abarcando la integridad, honestidad y competencia del personal, así como la consistencia en la entrega del servicio. La confianza es fundamental para establecer y mantener relaciones a largo plazo con los clientes, ya que los clientes necesitan sentir que pueden depender del proveedor del servicio para cumplir sus promesas y expectativas. Por ello la confianza es un determinante clave de la satisfacción del cliente, ya que un alto nivel de confianza reduce la incertidumbre y el riesgo percibido, aumentando la satisfacción y fidelidad del cliente (Tijoux et al. 2023).

En ese sentido, la confianza se refiere a la creencia del cliente en la fiabilidad y la integridad del proveedor del servicio, esta se basa en la consistencia del desempeño, la honestidad en las comunicaciones, y la percepción de que el proveedor actúa en el mejor interés del cliente. La confianza es fundamental para la satisfacción del cliente, ya que reduce la incertidumbre y el riesgo percibido en la relación de servicio, facilitando las relaciones a largo plazo y lealtad del cliente, al hacer que el cliente se sienta seguro y respaldado por el proveedor del servicio (Díaz 2021).

En el contexto del modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente, el valor percibido se refiere a la percepción del cliente sobre la relación entre el costo del servicio y los beneficios recibidos, considerando aspectos monetarios como no monetarios, evaluando si el cliente siente que ha obtenido un buen retorno por su inversión. El valor percibido incluye la calidad del servicio, el precio pagado, y otros beneficios intangibles como la conveniencia y la experiencia general del cliente haciendo que un alto valor percibido sea crucial para la satisfacción del cliente, ya que los clientes que sienten que han recibido un valor justo o superior están más propensos a estar satisfechos y a ser leales al proveedor del servicio (Pereira y Yáber 2022).

Al respecto, el valor percibido en la satisfacción del usuario considera factores como la calidad del servicio, el precio, y la experiencia general del cliente, siendo crítico para la satisfacción del cliente porque determina si el cliente siente que ha obtenido un buen trato. Un alto valor percibido significa que el

cliente cree que los beneficios superan los costos, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad hacia el proveedor del servicio (Ulloa y Taboada 2023).

Según el modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente, las expectativas en la satisfacción del usuario se refieren a las percepciones previas del cliente sobre lo que debería ser el servicio, formándose a partir de experiencias pasadas, publicidad, recomendaciones y necesidades personales, actuando como un punto de referencia con el que los clientes comparan el desempeño real del servicio. La satisfacción del cliente depende en gran medida de la capacidad del servicio para cumplir o superar estas expectativas, si el servicio recibido está a la altura o por encima de las expectativas del cliente, la satisfacción será alta; de lo contrario, el cliente puede sentirse decepcionado, afectando negativamente su percepción y lealtad hacia el proveedor del servicio (Oliveira et al. 2023).

Además, las expectativas se refieren a las creencias previas del cliente sobre el desempeño esperado de un servicio, formándose a partir de experiencias pasadas, información de marketing, recomendaciones y necesidades personales. Las expectativas actúan como un estándar de referencia con el que los clientes comparan el desempeño real del servicio. La satisfacción del cliente depende en gran medida de la capacidad del servicio para cumplir o superar estas expectativas. Si el desempeño del servicio está a la altura o por encima de las expectativas del cliente, la satisfacción será alta; si no, el cliente puede sentirse insatisfecho, afectando negativamente su percepción y lealtad hacia el proveedor del servicio (Tapia 2022).

II. METODOLOGÍA

El enfoque que se usó es el cuantitativo, que según Hernández y Mendoza (2018) es el proceso que nos permite medir, explicar y predecir los resultados de datos que tienen la capacidad de ser acumulados y comparados para obtener conjuntos de datos estandarizados.

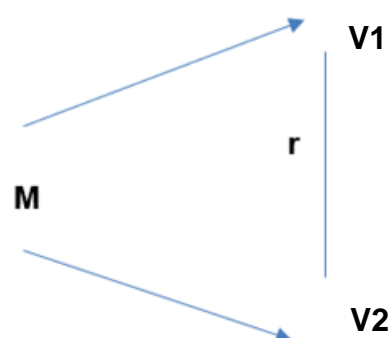
Tipo básica, se entiende que se buscó la conexión una conexión clara y sustancial entre las variables. Se hizo hincapié por la importancia esencial de factores como el ser confiable, la sensibilidad, la seguridad, la empatía y los elementos concretos en la provisión de atención de excelente calidad (Hernandez y Mendoza 2018).

Diseño no experimental, según Arias y Covinos (2021) hace referencia a aquellas variables que serán analizadas no podrán ser manipuladas durante el estudio. Se empleó un método hipotético-deductivo, fundamentándose en la aceptación de datos conocidos e infiriendo datos desconocidos.

Se realizó mediante un alcance descriptivo-correlacional, el propósito será poder estudiar según Hernández y Mendoza (2018), tiene la finalidad de representar y describir cualidades importantes de individuos objeto de estudio. Además, este alcance está dirigido a investigar la relación entre dos ítems específicas dentro de un contexto determinado

Figura 1

Esquema del diseño



Dónde:

M = Muestra

V1 = Calidad de servicios

V_2 = Satisfacción del usuario

r = Coeficiente de correlación

Definición conceptual: Este se entiende como una prueba general realizada en el usuario referente a la excelencia del servicio recibido, podemos observar que muchos profesionales no logran desempeñar de forma satisfactoria sus responsabilidades trabajan con más procesos y procedimientos, los cuales pueden ser abordados de manera individual o en conjunto (Agarwal et al., 2019).

Definición operacional: Se utilizó el instrumento que medirá la calidad del servicio por medio de 6 áreas que abarcan 15 indicadores específicos y 30 ítems polinómicos, en escala ordinal.

Definición conceptual: Satisfacción del usuario, se define como la valoración que realiza el usuario hacia un servicio, se trata de una amalgama compleja de requerimientos identificados por el usuario, sus referentes a lo que ha recibido, y su vivencia respecto a dicha atención, lo cual se erige como un referente significativo del pensamiento del usuario Durmus y Akbolat, (2020).

Definición operacional: Se empleó un instrumento que evalúa cinco dimensiones específicas, engloba 15 indicadores y 20 ítems politómicos, en escala ordinal.

Población, muestra: Se define como población todos los pacientes que recibirán atención en consultorios externos odontológico de un establecimiento de salud privado o del estado de Lima. Participaron en la investigación pacientes atendidos en un consultorio externo odontológico de un centro de salud. Dado que el grupo de estudio se encuentra restringido a un conjunto limitado de 150 pacientes, que fueron considerados la totalidad de población que satisfaciendo los referentes delineados por la investigadora. Se centro más en el público que fue atendido de forma externa en consultorios de odontología de un centro médico ubicada en Lima.

Criterios de Inclusión: Los participantes elegidos fueron usuarios de edad superior a 18 años que colaboraron con el estudio y que registren al menos unas atenciones en el consultorio odontológico.

Criterios de Exclusión: Se consideró a participantes que no desean colaborar en la encuesta y aquellos que no tienen una atención en el consultorio odontológico.

La unidad de análisis definió el propósito de investigación que genera la información obtenida para realizar el estudio. Por cual la unidad de análisis comprende a todo el público atendido en consultas externas de odontología en un establecimiento de salud Lima.

El muestreo fue probabilístico. Es una técnica que nos ayudó a estudiar una muestra, obteniendo un número mediante un cálculo o una operación estadística lo cual nos dio una cifra o número de los participantes del estudio. La técnica del muestreo se empleará cuando existe mayor cantidad en los participantes escogidos (Mejía, 2005).

Figura 2
Fórmula para la muestra

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{245 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) + (0.05)^2(1400 - 1)} = 150$$

Técnica e instrumentos de recopilación de datos: Se aplicó la encuesta para recoger datos sobre ambas variables. (Arias y Covinos 2021) Se utilizó la aplicación de encuestas, dirigidas a la recolección de datos concernientes a los puntos de vista, valoraciones y conductas de los usuarios que nos permitirá obtener formación de una determinada población que colaboran con la investigación.

Como instrumento se aplicó dos cuestionarios SERVQUAL, las cuales se caracterizó por una perspectiva cuantitativa de diseño descriptivo y transversal. Se emplearon encuestas para medir la calidad de los servicios y la

satisfacción de los usuarios. en consultorios externos de odontología en un establecimiento medico de Lima.

Este instrumento utilizo un baremo que clasifica las respuestas en tres categorías: Satisfecho (73-100), Moderadamente satisfecho (47-72) e Insatisfecho (20-46). Respecto a su fiabilidad, Se evaluó el instrumento en su investigación realizada en 2017. Para validarlo, este se realizó una evaluación de un panel de expertos compuesto por 17 personas con maestrías y doctorados de la Universidad César Vallejo, quienes consideraron su pertinencia, relevancia y claridad. En cuanto a la seguridad, se llevó a cabo un escenario de prueba con 25 participantes, en los cuestionarios de satisfacción y calidad, respectivamente, según el coeficiente alfa de Cronbach obteniendo datos para su análisis (Belloso 2010).

Procedimientos del estudio comenzó con la solicitud de aprobación del proyecto de investigación y la obtención del permiso del establecimiento de salud. Una vez que el proyecto sea aprobado, se procedió a seleccionar el desarrollo y los materiales, dando prioridad a la encuesta y el cuestionario. Estos documentos se enviarán al propietario del establecimiento de salud para obtener su aprobación explícita para su utilización en el servicio de odontología. Después de recibir la aprobación, se programó los días para la administración de los cuestionarios en el servicio de odontología. En los días programados, se obtuvo el consentimiento informado antes de administrar las instrucciones para completar el cuestionario.

Metodología de análisis de resultados del estudio, utilizo datos recopilados que fue trasladada a un Excel para analizarlo estadísticamente mediante SPSS versión 25. Se empleó estadística descriptiva para variables cuantitativas, utilizo frecuencias absolutas y porcentuales. Se adoptó el método hipotético-deductivo para la formulación y confirmación de hipótesis. La estadística inferencial se basó en la prueba de hipótesis de coincidencia. La elección del coeficiente de correlación dependió de la distribución de la muestra.

Aspectos éticos: Se han redactado las citas correspondientes dando crédito a los créditos de autor y siguiendo las orientaciones del estilo APA7 (2017). Se obtuvo autorización con anterioridad para poder emplear herramientas de diagnóstico y a su vez se requirió del consentimiento, que se realizó consultando la venia de cada participante del estudio. Además, la información fue analizada sin alteración. Estas consideraciones éticas se fundamentan en la beneficencia, que busca prevenir algún tipo de maleficencia, además el valor de libertad, el cual admite a cada integrante como único y promueve el respeto de libre decisión; y el principio de equidad, que orienta la selección de acciones éticas en el estudio (según la Resolución del Vicerrectorado de Investigación N° 110-2022-UCV).

III. RESULTADOS

Análisis descriptivo

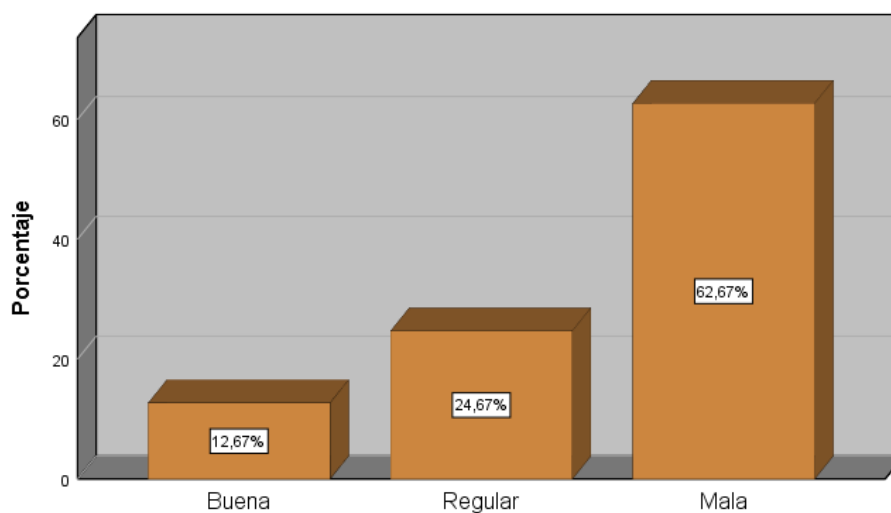
Tabla 1

Calidad de servicio

		f	%
Válido	Buena	19	12,7
	Regular	37	24,7
	Mala	94	62,7
	Total	150	100,0

Figura 3

Calidad de servicio



Se muestra la percepción, donde el 62,7% de los usuarios considera que es mala, el 24,7% la califica como regular y solo el 12,7% la considera buena. Para mejorar este indicador, sería recomendable realizar encuestas de satisfacción más detalladas y utilizar sus resultados para implementar mejoras específicas en el servicio.

Tabla 2*Dimensiones de Calidad de servicio*

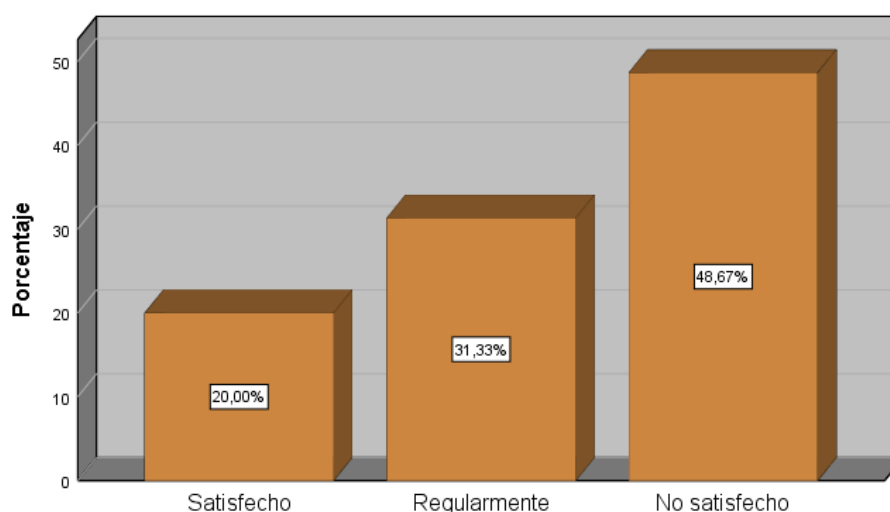
	Tangibilidad		Fiabilidad		Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía		Credibilidad	
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
Buena	25	16,7	20	13,3	25	16,7	31	20,7	30	24,0	27	18,0
Regular	27	18,0	35	23,3	39	26,0	34	22,7	34	22,7	34	22,7
Mala	98	66,3	95	63,3	86	57,3	85	56,7	80	53,3	89	59,3
Total	150	100,0	150	100,0	150	100,0	150	100,0	150	100,0	150	100,0

Se proporciona la evaluación detallada de diversas áreas clave. Según los datos, los usuarios califican estos aspectos de la siguiente manera: Tangibilidad con un 16,7% evaluada como buena, 18,0% como regular y 66,3% como mala; Fiabilidad con un 13,3% buena, 23,3% regular y 63,3% mala; Capacidad de respuesta con un 16,7% buena, 26,0% regular y 57,3% mala; Seguridad con un 20,7% buena, 22,7% regular y 56,7% mala; Empatía con un 24,0% buena, 22,7% regular y 53,3% mala; y finalmente, Credibilidad con un nivel regular en 22,7%.

Tabla 3*Satisfacción del usuario*

		f	%
Válido	Satisfecho	30	20,0
	Regularmente	47	31,3
	No satisfecho	73	48,7
	Total	150	100,0

Figura 4
Satisfacción del usuario



Se muestra la satisfacción del usuario, donde el 48,7% de los clientes no están satisfechos, el 31,3% están regularmente satisfechos, y solo el 20,0% están satisfechos. Para mejorar este indicador, sería recomendable realizar encuestas de satisfacción más detalladas y utilizar sus resultados para implementar mejoras específicas en el servicio.

Tabla 4
Dimensiones de Satisfacción del usuario

	Calidad funcional		Calidad técnica		Confianza		Valor percibido		Expectativas	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Buena	46	30,7	84	56,0	61	40,7	34	22,7	60	40,0
Regular	28	18,7	28	18,7	35	23,3	56	37,3	35	23,3
Mala	76	50,7	38	25,3	54	36,0	60	40,0	55	36,7
Total	150	100,0	150	100,0	150	100,0	150	100,0	150	100,0

Según los datos, los usuarios han evaluado estos aspectos de la siguiente manera: Calidad funcional con un 30,7% considerada buena, 18,7% regular y 50,7% mala; Calidad técnica con un 56,0% buena, 18,7% regular y 25,3% mala; Confianza con un 40,7% buena, 23,3% regular y 36,0% mala; Valor percibido con un 22,7% buena, 37,3% regular y 40,0% mala; y Expectativas con un 40,0% buena, 23,3% regular y 36,7% mala. Estos resultados proporcionan una visión detallada

de cómo los usuarios perciben cada aspecto del servicio, destacando áreas específicas que podrían beneficiarse de mejoras para aumentar la satisfacción y cumplir con las expectativas de los usuarios.

Análisis inferencia

Kolmogórov-Smirnov se utiliza para validar si la información sigue una distribución normal. Cuando esta prueba descarta la hipótesis nula, indica que los datos no se ajustan a la distribución normal propuesta. Es particularmente útil cuando se dispone de una muestra mayor de 50 permitiendo evaluar la normalidad de manera más robusta.

H₀: La variable presenta una distribución normal

H₁: La variable no presenta una distribución normal

Nivel de significancia (Sig.) representa la probabilidad en la que los resultados se realicen sin manipulación. Si el valor de Sig. es menor al 0.05 (o 5%), se descarta la hipótesis nula, lo que significa que los datos no están en dispersión normal. En este caso, se recomienda utilizar la correlación de Spearman, que es adecuada para datos que no siguen una distribución normal. Por otro lado, si el valor de Sig. es mayor al 0.05, se acepta la hipótesis nula, indicando que se sigue una distribución normal. En este escenario, es apropiado utilizar la correlación de Pearson, que es más sensible a la linealidad y distribuciones normales de los datos.

Tabla

5

Prueba de Hipótesis General

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,840**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,840**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

N	150	150
---	-----	-----

Se revela (Rho) de 0,840. Esta relación es positiva alta que a su vez indica una vinculación, $p = 0,000$, Fortaleciendo la validez de la relación que se ha identificado, lo que indica que lo obtenido sea fruto del azar.

HE:

Hipótesis 1

H₁ Se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la tangibilidad del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

H₀: No se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la tangibilidad del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

Tabla 6
Prueba de Hipótesis Especifica 1

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Tangibilidad
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,950**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Tangibilidad	Coeficiente de correlación	,950**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Se muestra un (Rho) de 0,950. El cual indica una correlación + muy alta, lo que sugiere una relación fuerte, $p = 0,000$, Fortaleciendo la validez de la relación identificada, lo que indica que los resultados son muy probables que sean aleatorios.

Hipótesis 2

H1 Se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la fiabilidad del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

H0: No se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la fiabilidad del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

Tabla 7
Prueba de Hipótesis Especifica 2

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Fiabilidad
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,988**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,988**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Se revela un (Rho) de 0,988, lo que refleja una correlación positiva muy alta, $p = 0,000$, Fortaleciendo la validez de la relación que se ha identificado, lo que indica que es muy probable que los resultados sean aleatorios.

Hipótesis 3

H1 Se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la capacidad de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

H₀: No se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la capacidad de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

Tabla 8
Prueba de Hipótesis Especifica 3

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,921**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	,921**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Se revela un Rho de 0,921. El cual a su vez indica una relación + muy alta, lo que se traduce a una fuerte relación, $p < 0,05$, Fortaleciendo la validez de la relación que se ha identificado, lo que indica que es muy probable unos resultados aleatorios.

Hipótesis 4

H₁ Se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la seguridad de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

H₀: No se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la seguridad de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

Tabla 9
Prueba de Hipótesis Específica 4

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Seguridad
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,912**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Seguridad	Coeficiente de correlación	,912**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Se revela un Rho de 0,912, la cual a su vez implica una valoración positiva muy alta, $p < 0,05$. Fortaleciendo la validez de la relación que se ha identificado, lo que indica que es muy probable que los resultados salgan aleatorios.

Hipótesis 5

H₁ Se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la empatía de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

H₀: No se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la empatía de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

Tabla 10*Prueba de Hipótesis Específica 5*

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Empatía
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,884**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Empatía	Coeficiente de correlación	,884**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Se muestra un Rho de 0.884, el cual otorga una valoración alta y positiva, $p < 0.05$. Fortaleciendo la validez de la relación que se ha identificado, lo que indica que es muy probable que los resultados salgan aleatorios.

Hipótesis 6

H₁ Se encuentran relación significativa entre la calidad servicios y la credibilidad de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

H₀: No se encuentra relación significativa entre la calidad servicios y la credibilidad de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, 2024

Tabla 11
Prueba de Hipótesis Específica 6

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Credibilidad
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,944**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Credibilidad	Coeficiente de correlación	,944**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Se observa que el coeficiente de correlación Rho es 0.944. Este coeficiente es muy alto y positivo, lo cual sugiere una fuerte conexión, $p = 0.000$, Fortaleciendo la validez de la relación que se ha identificado, lo que indica que es muy probable que los resultados salgan aleatorios.

IV. DISCUSIÓN

En esta investigación, al determinar el nexo de la calidad de servicios y la satisfacción del usuario, se encontró un Rho 0,840, lo que muestra un grado correlacional positivo muy alto, este acierto indica que la impresión de que los servicios son de alta calidad odontológicos lo cual significa que, en mayores niveles de satisfacción del usuario, subrayando la relevancia de mantener niveles elevados en la atención al paciente para asegurar una experiencia positiva. Los pacientes que perciben un servicio de calidad tienden a reportar una mayor satisfacción general, lo cual puede influir en su fidelidad y en la recomendación de los servicios a otros. Siendo muy parecidos a los de Suárez et al. (2019), concluyeron que los usuarios expresaron la necesidad de mejorar el centro con respecto a su estructura y la interacción de los trabajadores de salud con el paciente, sugiriendo de manera crucial arreglar los aspectos en la calidad de los servicios para obtener un reconocimiento de excelencia, lo que contribuiría a aumentar la satisfacción ciudadana y serviría de esa manera de indicador primordial en el grado de calidad dada.

Asimismo, el estudio se relaciona con el presentado por Manchado (2021), que llegó a la conclusión de que el enfoque principal se orienta a la mejoría constante para lograr la máxima satisfacción del paciente. Este enfoque se respalda mediante hallazgos que muestran una correlación del 53,0% entre ambas variables en el usuario, acompañada de un nivel de confiabilidad del 73,7%. Además, se descubrió que el nivel de satisfacción es de 81,2%, mientras que sus expectativas llegan al 88,0%. También se resalta una capacidad de respuesta del 88,0%.

En ese sentido, la dimensión satisfacción del usuario hace referencia a la opinión general del cliente sobre el trato recibido en los consultorios odontológicos, pudiéndose medir a través de diversos indicadores como la calidad del trato recibido, la comodidad de las instalaciones, la eficacia en los tratamientos y la atención personalizada. La satisfacción del usuario es un componente crítico para el éxito de los servicios de salud, ya que no solo refleja la calidad del servicio, sino también la disposición del paciente a continuar utilizando dichos servicios.

Por otro lado, el objetivo específico 1, cuyo fin fue determinar la conexión entre la calidad de servicios y la tangibilidad del usuario, arrojó un valor de 0.950, $p < 0.05$. Por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado indica que la tangibilidad, que abarca elementos como la condición física de instalaciones, el equipo utilizado y la apariencia del personal, juega un papel crucial en cómo los pacientes evalúan la calidad del servicio. Un entorno limpio, bien mantenido y moderno puede influir positivamente en la percepción del paciente, aumentando su confianza en el servicio recibido.

Siendo los resultados parecidos a los de Moncayo (2023), donde llega a la conclusión de que se evidencia una vinculación entre la calidad en los servicios y las prácticas en sanidad bucal de pacientes diabéticos. Esta relación directa implica que una atención de calidad superior se refleja en prácticas bucales más saludables para estos pacientes. Además, una atención de calidad no solo genera optimas respuestas referentes a salud dental, sino que también contribuye a una experiencia satisfactoria para el paciente.

Asimismo, el estudio se relaciona con lo realizado por Espino (2021), indicando que tanto la excelencia como la satisfacción del consumidor son aspectos vitales influyentes en cómo los usuarios perciben y viven la experiencia. Los pacientes aprecian el trato recibido, la resolución de sus problemas y la competencia técnica de los profesionales, por el contrario, se detectaron áreas de mejora referente a aspectos físicos, sugiriendo que la infraestructura del centro de salud podría no estar cumpliendo con las expectativas de los usuarios.

Finalmente, la tangibilidad del usuario destaca la importancia de los elementos físicos en la experiencia del paciente, los que pueden incluir desde la modernidad y el estado del equipo odontológico hasta el cuidado y la comodidad del lugar. La percepción de un entorno bien cuidado y profesional no solo mejora la imagen de la clínica, sino que también puede reducir la ansiedad del paciente y aumentar su confianza en el tratamiento recibido, siendo esencial que los consultorios odontológicos inviertan en la actualización y mantenimiento de sus instalaciones y equipos para asegurar una experiencia positiva para el paciente. Además, la apariencia profesional y la actitud del personal también son aspectos

cruciales que contribuyen a la tangibilidad y, por ende, a la calidad del servicio percibido.

Respecto al objetivo específico 2, el cual busca establecer la vinculación entre la calidad de servicios y la fiabilidad del paciente, con un Rho de 0.988, $p < 0.05$. Por lo cual, se desplaza la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, concluyendo que existe un vínculo extremadamente fuerte y significativa entre la fiabilidad del servicio y la percepción de calidad del usuario. La fiabilidad, que alude a la destreza de proporcionar un servicio con precisión y confiable.

Este acierto es consistente con el análisis presentado por Gonzales et al. (2019), quien subraya que la satisfacción y la calidad influyen de manera significativa en la experiencia general dentro del sector salud, incluida la atención odontológica, estando estrechamente relacionados con varios aspectos de la calidad de la atención. Además, los hallazgos también coinciden con el estudio de Molina y Zapata (2023), lo que sugiere que la satisfacción del paciente no solo está vinculada con la calidad de atención en sí misma, sino también con sus expectativas y percepciones, mostrando que los pacientes que recibieron una atención que cumplió o superó sus expectativas tendieron a reportar mayores niveles de satisfacción.

En este contexto, la dimensión fiabilidad del usuario implica la consistencia y precisión en los servicios prestados. Los pacientes valoran altamente la habilidad del personal calificado del área de salud para cumplir con sus promesas y proporcionar diagnósticos y tratamientos precisos. La confianza en que recibirán un servicio correcto y a tiempo es esencial para la satisfacción del usuario. Los errores o inconsistencias presentan una influencia negativa importante en la sensación de la superioridad y en la confianza del beneficiario. Por lo tanto, es crucial que los consultorios odontológicos se esfuercen por mantener altos niveles de fiabilidad en todos los aspectos de su servicio.

De igual forma el estudio se relaciona con el de Quispe (2023) quien señala la trascendencia crucial de satisfacción y calidad en el paciente en ofrecer servicios de salud, dado su impacto en la percepción global del sistema de salud y en los resultados de salud tanto individuales como colectivos, indicando que la calidad de la planificación en salud puede incidir directamente en la satisfacción de los clientes.

Seguidamente con el objetivo 3, el cual es establecer un vínculo entre la calidad del servicio y la capacidad de respuesta del usuario, se obtuvo un Rho de 0.921, $p < 0.05$. Por lo cual, se deslinda la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, concluyendo que existe una relación muy fuerte y relevante entre la capacidad de respuesta y la calidad del servicio percibido. Este resultado sugiere que la rapidez y eficacia con la que los servicios son proporcionados tienen un impacto considerable en cómo los pacientes ven el servicio otorgado.

Este hallazgo es consistente con el estudio realizado por Palomino (2024), demostrando que, aunque una atención de calidad puede establecer los cimientos para la satisfacción del paciente, otros elementos, como una comunicación efectiva, un entorno cómodo y la percepción del resultado del tratamiento, también pueden influir para el beneficio general.

Además, lo obtenido también concuerda con el estudio de Inga y Tevés (2023), donde se evidencia que cuando la calidad en el servicio aumenta, así también lo hace la satisfacción, y viceversa. Por ende, mejorar uno de estos, tanto en términos de atención clínica como administrativa, puede resultar en una mayor satisfacción por parte del paciente. Este aumento en la satisfacción del paciente puede tener repercusiones positivas en los resultados de salud y en la percepción general del sistema de salud por parte de la comunidad.

Asimismo, la capacidad de respuesta del usuario alude a la prontitud y eficacia con la que el personal de salud atiende a las necesidades y preocupaciones de los pacientes, incluyendo tiempos de espera, la rapidez en la atención de y la habilidad de solucionar inconvenientes de forma eficaz. Los pacientes valoran un servicio que responda rápidamente a sus necesidades y que

ofrezca soluciones adecuadas sin demoras, mejorando las respuestas se puede contribuir significativamente a la opinión positiva de la calidad y la satisfacción del servicio en general. Es esencial que las clínicas odontológicas implementen planes operativos que permitan una atención rápida y eficaz.

En relación con el objetivo 4, que busca instituir la conexión entre la calidad de servicios y la seguridad de respuesta del usuario, se encontró un valor de 0.912, $p < 0.05$. Por lo cual, se desierta de la hipótesis principal admitiendo así la alternativa, concluyendo que existe una relación muy fuerte y significativa entre la seguridad percibida y la calidad del servicio. Este resultado indica que los usuarios que perciben altos niveles de seguridad en los procedimientos y en la interacción con el personal odontológico tienden a evaluar el nivel del servicio. La perspectiva de seguridad abarca tanto la competencia técnica del personal como la confianza en que se están siguiendo protocolos adecuados para asegurar una mejorar la salud.

Siendo lo obtenido muy parecido a los presentados por Muñoz et al. (2022), donde llega a la conclusión de que cuando los clientes perciben un trato confiable y empático, su nivel de satisfacción tiende a aumentar. A pesar de eso, no se identificó una importante vinculación, ni con los elementos físicos de la institución.

Siendo la seguridad de respuesta del usuario útil para comprender la confianza y seguridad que sienten los pacientes en el servicio recibido. La percepción de seguridad incluye aspectos como la habilidad y competencia del personal, la seguridad de los procedimientos y la protección de la información del paciente. Un entorno seguro y confiable es fundamental para la tranquilidad del paciente y su disposición a continuar utilizando los servicios ofrecidos. Asegurar altos estándares de seguridad puede mejorar significativamente las dificultades.}

V. CONCLUSIONES

Del objetivo general se obtuvo la existencia de una vinculación positiva alta entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario en los consultorios externos de odontología de un establecimiento de salud de Lima, con un $Rho = 0,840$ y $p\text{-valor} = 0,000$. Concluyendo que, la calidad del servicio presenta un rol muy importante al ofrecer una satisfacción de los clientes en los consultorios, además aquellos que presentan una buena satisfacción tienden a ser leales y repetir los servicios, lo cual contribuye directamente a la estabilidad financiera y crecimiento del negocio.

Del primer objetivo específico, se comprobó la existencia de una vinculación entre la calidad de servicio y la tangibilidad del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, donde se confirma una relación positiva muy alta con un Rho de $0,950$ y $p\text{-valor}$ de $0,000$. Por ello se concluye que, al tener una buena calidad de servicio, garantiza una buena presentación tangiblemente sólida que a su vez genera en el cliente una sensación de fiabilidad y compromiso con la excelencia, lo cual es esencial para mantener la confianza del usuario y fortalecer la reputación del distintivo en el mercado.

Del segundo objetivo específico, se comprobó existe relación importante entre la calidad servicios y la fiabilidad del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, con una asociación positiva muy alta, representado con un Rho de $0,988$ y $p\text{-valor}$ de $0,000$. En conclusión, una alta fiabilidad implica que los clientes pueden contar con que sus necesidades serán atendidas de manera oportuna y precisa, lo cual es esencial para establecer y conservar vínculos firmes y perdurables con los usuarios.

Del tercer objetivo específico, se comprobó que existe relación importante entre la calidad servicios y la capacidad de respuesta del usuario en consultorios externos de odontología en establecimiento de salud de Lima, con una asociación positiva muy alta, representado con un Rho de $0,921$ y $p\text{-valor}$ de $0,000$. En conclusión, una respuesta rápida puede influir positivamente en la percepción de

la empresa, mostrándola como proactiva y comprometida con la satisfacción del cliente, lo cual es crucial para sostener una ventaja desafiante en el mercado.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda crear consultorios contemporáneos y acogedores con acceso gratuito a Wi-Fi y tecnología como realidad aumentada para educar a los pacientes. Deben diseñarse con colores suaves, iluminación adecuada y ventilación óptima para un ambiente confortable. Según el modelo SERVQUAL de Espino, R. (2021), el mobiliario ergonómico y acogedor promueve el bienestar de pacientes y personal médico.

Se recomienda enfocarse en mejorar continuamente la experiencia del cliente a través de plataformas digitales para consultas virtuales y seguimiento remoto. En el futuro, es crucial adaptarse a las tendencias emergentes y las demandas del mercado, introduciendo nuevos servicios, tecnologías avanzadas y métodos de interacción innovadores. Según el modelo SERVQUAL de Espino, R.(2021), esto incluye el uso de inteligencia artificial y realidad aumentada para personalizar la atención y la educación de manera interactiva, así como la implementación de sistemas ágiles para recoger y utilizar eficazmente la retroalimentación de los clientes.

Se recomienda mantener y mejorar constantemente la capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores de manera puntual y precisa, mediante el uso de software de CRM y plataformas para la gestión de pedidos. De acuerdo con el Modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente de Bravo et al., (2023),

es fundamental centrarse en optimizar los procesos internos y las estrategias de gestión para asegurar que los servicios se brinden con la máxima eficacia y precisión hacia los clientes.

Se recomienda optimizar los procesos y sistemas internos para asegurar reacciones rápidas y efectivas ante las demandas y dudas de los pacientes, esto implica la adopción de tecnologías avanzadas como sistemas de administración de tickets o chatbots para aumentar la eficiencia en atender al usuario. De acuerdo con el Modelo de Calidad y Satisfacción del Cliente de Tapia, I. (2022), es fundamental capacitar al personal en competencias de comunicación y capacidad

para resolver conflictos, facilitando respuestas ágiles y precisas que demuestren el compromiso corporativo con la complacencia del cliente.

REFERENCIAS

- Ambrosio, M. *Relación entre marketing digital y fidelización de clientes en una empresa de trade marketing y publicidad de Lima en el año 2020*. 2021. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16539/Ambrosio_om.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Araujo, D. *Quality of care and level of satisfaction of external users in a health facility*. 2022. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3706.
- Arias, J, and M Covinos. *Diseño y metodología de la investigación*. 2021. https://www.academia.edu/69037546/Arias_Covinos_Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion_1_.
- Arias, V. *Atención y prevención odontológica en pacientes embarazadas*. 2024. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12543/1/Arias%20Moncayo%20%20V.%20%282024%29%20%20Atencio%cc%81n%20y%20prevencio%cc%81n%20odontolo%cc%81gica%20en%20pacientes%20embarzadas..pdf>.
- Arica, D. *Calidad de atención en pediatría y satisfacción de padres de familia en pacientes de un hospital público de Lima, 2022*. 2023. https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/9913/T061_41660936_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Barreda, S. *Gestión de la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Computrock E.I.R.L. Chiclayo 2017*. 2019. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6604/Barreda%20Malhaber%20Silvia%20Ang%C3%A9lica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Belloso, R. *Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach*. 2010. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>.
- Benites et al. *Factores asociados a la calidad del servicio en hospitales públicos peruanos*. 2021. <https://www.redalyc.org/journal/1800/180068639007/>.
- Benito, K, and O Ccori. *Marketing digital y fidelización de clientes en la empresa Shalom Mosoq Kausay S.A.C. de la ciudad del Cusco, 2022*. 2022. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/105286/Benito_QK-Ccori_QOP%20-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Bravo et al. *Sistemas de gestión de calidad en las empresas de servicios de agua potable y alcantarillado en Barranca, Perú*. 2023. <https://www.redalyc.org/journal/6099/609977047002/>.
- Cantillo et al. *Reportes integrados en miras a la seguridad razonable y credibilidad de la información*. 2022. <https://www.redalyc.org/journal/280/28073811018/>.
- Castillo, K. *Funcionalidad y calidad de vida en el adulto mayor durante la pandemia del Covid 19 en Therasport, centro de terapia física y rehabilitación. Lima – 2020*. 2021. https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/8646/T061_45986868_T..pdf?sequence=12&isAllowed=y.

- Castro et al. *Acciones seguras y oportunas asociadas a la bioseguridad y medicación del paciente del área de medicina interna del Hospital General de Segundo Nivel Quito - Ecuador*. 2020. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss30.2020pp77-87>.
- CEF. *Trabajo y Seguridad Social*. CEF. Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF, 2021.
- Cerrón, R. *Calidad de atención y la satisfacción del usuario adulto en el servicio de emergencia de un hospital del Ministerio de Salud en el norte de Lima Metropolitana*. 2024. 2024. https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/11608/T061_47593461_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Cubero, A, I Lorigo, A González, M Ferrer , M Zapata, and J Ambel . *Prevalence of dental caries in children enrolled in preschool education from a low socioeconomic status area*. 2019. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1139-76322019000200007.
- Cueto et al. *Valoración de la calidad del servicio educativo en instituciones educativas privadas*. 2020. <https://www.redalyc.org/journal/816/81664593010/>.
- Deming, W. *Out of the Crisis*. MIT Press, 1990.
- Diaz , N. *Renovando mucho más que la confianza*. 2021. <https://www.redalyc.org/journal/4988/498868274001/>.
- Espino, R. *Nivel de Satisfacción del usuario con relación a la calidad de atención odontológica, Centro de Salud Chasquipampa, Red N° 5-Sur gestión 2019*. 2021. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/27200/TE-1850.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Gonzales, R. *Calidad de servicio y satisfaccion del cliente en la empresa comercializadora de madera arbolito S.A.C. Chiclayo 2016*. 2017. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4485/Gonzales%20Guevara%20Robinson%20Vladimir.pdf?sequence=1>.
- González et al. *Estimación de la fiabilidad para instrumentos de medición adaptativos*. 2023. <https://www.redalyc.org/journal/2431/243175076016/>.
- Hernandez, R, and P Mendoza. *Métodos de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. 2018. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>.
- Hernandez, Sampieri, and C Mendoza. *El debate entre lo cualitativo y lo cuantitativo en la investigacion educativa de cara a la agenda 2030*. 2018. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15100/Gonzales%20Maza%20Grace%20Elizabeth%20->.
- Huaccachi, J, and B Gonzales. *Inteligencia emocional y calidad de servicio en el hospital Daniel Alcides Carrión de Huancayo, 2022*. 2024.

https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/7411/T037_70038572_72371794_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- Juárez , O. *La modernización de la formación del maestro rural en México: expectativas y resignificaciones*. 2024.
<https://www.redalyc.org/journal/270/27075657022/>.
- Lara et al. *Satisfacción de los pacientes ante la atención odontológica recibida en un hospital en Lima*. 2020. <http://dx.doi.org/10.20453/reh.v30i3.3817> .
- Machado, F. *Relación entre calidad de atención y satisfacción del usuario en el Hospital General Martín Icaza, Provincia Los Ríos, Ecuador; 2021*. 2023.
<https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64603/TE SIS%20-%20MACHADO%20ROSADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Máynez et al. *Capacidad de Respuesta de Empresas Manufactureras de Exportación*. 2024. <https://www.redalyc.org/journal/4560/456076200011/>.
- Mendoza, M. *Factores vinculados a la calidad de servicio y satisfacción en centro odontológico privado durante la pandemia COVID 19, Lima 2022*. 2022.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/96417>.
- Molina, L, and E Zapata. *Calidad de la atención en los usuarios de los consultorios externos de medicina de los centros de salud “alto libertad” y “las esmeraldas” Arequipa 2023*. 2023.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/229518f0-a9f7-44ad-8d88-1df9bebcbb7d/content>.
- Montiel , J, and c Navarrete . *Estrategias de marketing turístico para el Festival Internacional de Cine Guanajuato considerado patrimonio cultural inmaterial*. 2023. <https://www.redalyc.org/journal/6219/621977183001/>.
- Muñoz, R. *Calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario de la consulta externa del hospital de apoyo Jesús Nazareno provincia Huamanga*. 2018.
<https://repositorio.unsch.edu.pe/server/api/core/bitstreams/bc70013c-3841-4561-ba08-078bf9f73b9b/content>.
- Oliveira et al. *Expectativa de vida com perda auditiva: estimativas para o Brasil*. 2023. <https://www.redalyc.org/journal/3915/391573997024/>.
- Oliver, R. *“Processing of the satisfaction response in consumption: a suggested*. Journal of Marketing Research, 1989.
- Palacios et al. *Relación entre el clima organizacional y la calidad de servicio en una institución educativa del Distrito Santa Anita, Perú, Año 2017*. 2020.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/7498>.
- Palomino, E. *Relación entre calidad de atención y satisfacción percibida por usuarios de consultorios externos del centro de salud ciudad nueva año 2023* . 2024.
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/3374/Palomino-Guerra-Eli.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

- Parasuraman, B, and Zeithaml. *An Empirical Examination of Relationships in an Extended Service Quality Mode*. Marketing Science Institute Research Program Series, 1990.
- Patiño et al. *Validación y fiabilidad del sensor Wheeler Jump para la ejecución del salto con contramovimiento*. 2022. <https://www.redalyc.org/journal/5516/551674774004/>.
- Pereira, D, and G Yáber. *Apoyo Organizacional Percibido: Latinoamérica analizada en un lustro*. 2022. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560872306006/>.
- Pérez , L, and C Jiménez . *La respuesta educativa a los alumnos más capaces en los planes de atención a la diversidad*. 2020. <https://www.redalyc.org/journal/3995/399563646004/>.
- Ramirez et al. *Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú*. 2020. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504564380008/>.
- Rust, R, and A Zahorik. *Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share*. 1993. [http://dx.doi.org/10.1016/0022-4359\(93\)90003-2](http://dx.doi.org/10.1016/0022-4359(93)90003-2).
- Suárez, G, R Robles, G Serrano, I Serrano, A Armijo, and R Anchundia. *Perceived quality of care in CAI III health center*. 2019. <http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v38n2/1561-3011-ibi-38-02-153.pdf>.
- Tapia , I. *Las expectativas laborales en estudiantes de la educación profesional técnica*. 2022. <https://www.redalyc.org/journal/270/27069733013/>.
- Tijoux et al. *Comprensión, confianza y ética en las entrevistas con personas migrantes*. 2023. <https://www.redalyc.org/journal/2971/297176366001/>.
- Ulloa, J, and C Taboada. *Metodología para evaluar la satisfacción del ciudadano en la gobernación del valle del Cauca*. 2023. <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/22ecfbb4-c669-4be5-ac9a-a4dd9919479d/content>.
- Vavrinel, L. *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021*. 2022. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12460/1/IV_FCE_318_TE_Lorenzo_Cruz_2022.pdf.
- Vigo, D. *Procesos de atención y satisfacción del paciente, centro salud i-3, distrito María - Luya – Amazonas, 2022*. 2023. <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3803/Dalith%20Luvitza%20Vigo%20Inga%20-%20FACEA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Vizcaíno et al. *Divulgación científica en YouTube y su credibilidad para docentes universitarios*. 2020. <https://www.redalyc.org/journal/706/70664431012/>.
- Zambrano et al. *Análisis de la calidad de servicios hoteleros en el cantón Sucre*. 2021. <https://www.redalyc.org/journal/5736/573666758007/>.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

TÍTULO: Calidad de servicios y satisfacción al usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud, Lima, 2024

APELLIDOS Y NOMBRES: Gómez Bautista, Ivonny Fanny

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES: Dimensiones e Indicadores					
			Variable 1: Calidad de servicio					
			Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala	Niveles y rangos	
<p>PG: ¿Existe relación entre calidad de servicios y satisfacción del usuario en los consultorios externos odontológico en un establecimiento de salud Lima, 2024?</p> <p>PE1: ¿Existe relación entre tangibilidad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima, 2024?,</p> <p>PE2: ¿Existe relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima, 2024?</p>	<p>OG: Establecer la relación entre calidad de los servicios y satisfacción del usuario en los consultorios externos de odontología de un establecimiento de salud Lima, 2024.</p> <p>OE1: Establecer la relación entre tangibilidad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontológica en un establecimiento de salud Lima, 2024.</p> <p>OE2: Establecer la relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima, 2024.</p> <p>OE3: Establecer la relación entre capacidad de respuesta y</p>	<p>HG: Existe relación significativa entre calidad servicios y externos de odontología en un establecimiento de salud Lima, 2024</p> <p>HE1: Existe relación significativa entre tangibilidad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024</p> <p>HE2: Existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024</p> <p>HE3 Existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción</p>	Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Limpieza • Presentación del Personal 	30	Ordinal	Muy en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) NI de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Muy de acuerdo (5)	
			fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sencillez de trámites • Continuidad • Respeto 				Mala (25-58) Regular (59-92) Buena (93-125)
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad • Disposición • Tiempo de atención 				
			seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Honestidad • Servicio • Amabilidad • Atención individualizada • Tolerancia 				

<p>PE3: ¿Existe relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima, 2024?</p> <p>PE4: ¿Existe relación entre seguridad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024?</p> <p>PE5:¿Existe relación entre empatía y satisfacción del usuario en consultorio de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024?</p> <p>PE6: ¿Existe relación entre credibilidad y satisfacción del usuario en un consultorio de odontología en un establecimiento de salud Lima 2024?</p>	<p>satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima, 2024</p> <p>OE4: Existe relación entre seguridad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima, 2024</p> <p>OE5: Existe relación entre empatía y satisfacción del usuario en consultorio externo de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024</p> <p>OE6: Existe relación entre credibilidad y satisfacción del usuario en un consultorio de odontología en un establecimiento de salud Lima 2024</p>	<p>del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024</p> <p>HE4: Existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024</p> <p>HE5: Existe relación significativa entre empatía y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud Lima,2024</p> <p>HE6: Existe relación entre credibilidad y satisfacción del usuario en un consultorio de odontología en un establecimiento de salud Lima 2024</p>	<p>Empatía</p> <p>credibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia • Consistencia • Responsabilidad 				
	Variable 2: Satisfacción del usuario							
				Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala	Niveles y rangos
				Calidad funcional	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades • Soluciones 	30	Ordinal	No satisfecho (20-46) Regularmente satisfecho (47-73) Satisfecho (74-100)1
				Calidad técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Perfeccionamiento • Automatización 			
			Confianza	<ul style="list-style-type: none"> • Visión • Desempeño 				
			Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración • Calidad 				
			Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción • Información • Atención • Promesas 				

Tipo y diseño de investigación	Población y Muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística utilizada
<p>Enfoque: Cuantitativa Tipo: Básica Diseño: No experimental Método: Hipotético-Deductivo Alcance: Descriptivo-correlacional Corte: Transversal</p>	<p>Población: Conformada por 150 pacientes que fueron atendidos en consultorios externos odontológico perteneciente a un establecimiento de salud privado o del estado en LIMA. Muestra: Se conformará por 150 usuarios</p>	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario para calidad de servicio Cuestionarios para satisfacción del usuario</p>	<p>Normalidad: Kolmogorov-Smirnov Contrastación de hipótesis: Spearman o Pearson Confiabilidad: Alpha de Cronbach Validez: Juicio de expertos</p>

Anexo 2: Tabla de operacionalización de las variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALAS DE MEDICIÓN	NIVELES Y RANGOS
Calidad de servicio	Funciones organizacionales interactúan con otros procedimientos y procesos, los cuales pueden ser abordados de manera individual o en conjunto (Aggarwal et al., 2019).	La variable esta definida según las dimensiones de fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, credibilidad. Se empleará un instrumento compuesto por 6 dimensiones, las cuales están representadas por 30 ítems politómicos, que a su vez engloban 15 indicadores. Además, se hallan en escala de medición ordinal tipo Likert..	Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Limpieza • Presentación del Personal 	1-5	Ordinal	Mala (25-58) Regular (59-92) Buena (93-125)
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sencillez de trámites • Continuidad • Respeto 	6-10		
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad • Disposición • Tiempo de atención 	11-15		
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Honestidad • Servicio 	16-20		
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Atención individualizada • Tolerancia • Trasparencia • Consistencia • Responsabilidad 	21-25		
			Credibilidad		25 -30		

Satisfacción del usuario	Se trata de una amalgama compleja de requerimientos identificados por el usuario, sus expectativas en cuanto a la atención recibida, y su vivencia respecto a dicha atención, lo cual se erige como un indicador significativo del comportamiento del paciente (2020).	La variable está definida según las dimensiones calidad funcional, calidad técnica, confianza, valor percibido y expectativas. Se empleará un instrumento compuesto por 5 dimensiones, las cuales están representadas por 20 ítems politómicos, que a su vez engloban 15 indicadores. Además, se hallan en escala de medición ordinal tipo Likert.	Calidad funcional Calidad técnica Confianza Valor percibido Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades • Soluciones • Perfeccionamiento • Automatización • Visión • Desempeño • Valoración • Calidad • Percepción • Información • Atención • Promesas 	1-4 5-6 7-10 11-16 17-20	Ordinal Sumamente insatisfecho (1) Bien insatisfecho (2) NI insatisfecho, ni satisfecho (3) Bien satisfecho (4) Sumamente satisfecho (5)	No satisfecho (20-46) Regularmente satisfecho (47-73) Satisfecho (74-100) ¹

FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

Denominación	Cuestionario de calidad de servicio (SERVQUAL)
Autor:	Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988)
Procedencia:	Estados Unidos
Aplicado por:	C.D. Gómez Bautista, Ivonny Fanny (2024)
Modificado por:	C.D. Gómez Bautista, Ivonny Fanny (2024)
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos
Significación:	El cuestionario tiene el objetivo de conocer la percepción de la calidad de servicio
Aplicación:	Pacientes que fueron atendidos en consultorios externos odontológico perteneciente a un establecimiento de salud privado o del estado en LIMA.
Estructura:	El cuestionario estuvo conformado por 6 dimensiones (fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y credibilidad). Cuenta con 30 ítems con 5 alternativas: Muy en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Muy de acuerdo (5)

FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Denominación	Cuestionario de satisfacción del usuario
Autor:	Mejías y Manrique (2011)
Procedencia:	Perú
Aplicado por:	C.D. Gómez Bautista Ivonny Fanny (2024)
Modificado por:	C.D. Gómez Bautista Ivonny Fanny (2024)
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos
Significación:	El cuestionario tiene el objetivo de conocer la satisfacción del usuario
Aplicación:	Pacientes que fueron atendidos en consultorios externos odontológico perteneciente a un establecimiento de salud privado o del estado en LIMA.
Estructura:	El cuestionario estuvo conformado por 5 dimensiones (calidad funcional, calidad técnica, confianza, valor percibido y expectativas). Cuenta con 20 ítems con 5 alternativas: Sumamente insatisfecho (1), Bien insatisfecho (2), NI insatisfecho, ni satisfecho (3), Bien satisfecho (4) y Sumamente satisfecho (5)

Anexo 3. Instrumentos

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

El siguiente instrumento permitirá evaluar la percepción sobre la calidad de servicio. Por lo tanto, contiene interrogantes, las cuales tendrá que leer detenidamente y marcar con un aspa (X) la respuesta que considere conveniente. Teniendo en cuenta la siguiente escala:

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

Agradeciendo la sinceridad para responder, ya que los datos recaudados serán confidenciales y con fines académicos.

N°	Interrogante	1	2	3	4	5
	Tangibilidad					
1	Las instalaciones del consultorio odontológico son atractivas para el usuario.					
2	Las instalaciones para la atención del servicio denotan una limpieza que inspira comodidad					
3	El personal de salud se presentan correctamente uniformados.					
4	El centro de salud en el que corresponde el consultorio odontológico cuenta con ambientes modernos para la atención al paciente					
5	En las instalaciones del consultorio odontológico utilizan equipos informáticos modernos para la atención					
	Fiabilidad					
6	La atención entregada por el personal de salud fue la adecuada.					
7	El personal de salud siempre está dispuesto atenderlo con el debido interés.					
8	Pudieron absolver sus consultas despejando dudas e inquietudes.					
9	El tiempo de atención del servicio, cree que fue la adecuada					
10	El odontólogo respeta el horario de atención que está establecido					
	Capacidad de respuesta					
11	El odontólogo muestra habilidad en su trabajo.					

12	El tiempo de atención del personal de salud es aquel establecido en sus procedimientos internos.					
13	El odontólogo muestra predisposición para atender a sus consultas.					
14	El odontólogo lo atendió con rapidez absolviendo sus dudas					
15	Observo la cooperación y apoyo mutuo entre el personal de salud para proponerle una solución rápida a su consulta					
	Seguridad					
16	El personal del centro de salud le transmiten confianza y seguridad					
17	Percibe seguridad al realizar sus procedimientos odontológicos dentro del centro de salud.					
18	Considera Ud. que su atención fue dada en un ambiente seguro y apropiado.					
19	Las respuestas recibidas por el odontólogo fueron confiables y seguras.					
20	Considera que el centro de salud cumple con las medidas de seguridad apropiadas					
	Empatía					
21	Considera que el centro de salud atiende las necesidades de sus pacientes con respecto a la consulta odontológica.					
22	Considera que el odontólogo comprende con facilidad las inquietudes que usted presenta.					
23	El odontólogo demuestra tolerancia en las explicaciones de las consultas.					
24	Considera que los horarios de atención del centro de salud son pensados en las necesidades de los pacientes de odontología.					
25	Las orientaciones brindadas por el odontólogo son claras y precisas, enfocadas en lo que usted necesita.					
	Credibilidad					
26	Considera que el odontólogo que lo atendió tiene las credenciales y experiencia necesarias para tratar su condición					
27	Le proporcionaron información clara y transparente sobre los procedimientos y costos antes de iniciar el tratamiento.					

28	El odontólogo respondió a todas sus preguntas y preocupaciones de manera clara y comprensible					
29	El odontólogo hizo referencia a estudios, guías clínicas o estándares profesionales para justificar sus recomendaciones					
30	Percibió transparencia, integridad y profesionalismo en la conducta del personal y en la forma en que se manejaron los procedimientos					

Autor: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988)

Modificado por: Gómez Bautista Ivonny Fanny (2024)

Enlace: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86479/Zaquinaula_AED-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

El siguiente instrumento permitirá evaluar la satisfacción del usuario. Por lo tanto, contiene interrogantes, las cuales tendrá que leer detenidamente y marcar con un aspa (X) la respuesta que considere conveniente. Teniendo en cuenta la siguiente escala:

Sumamente satisfecho	5
Bien satisfecho	4
Ni insatisfecho ni satisfecho	3
Bien insatisfecho	2
Sumamente insatisfecho	1

Agradeciendo la sinceridad para responder, ya que los datos recaudados serán confidenciales y con fines académicos.

N°	Interrogante	1	2	3	4	5
	Calidad funcional					
1	¿Cuán satisfecho está con atención a sus consultas por parte del odontólogo?					
2	¿Se siente satisfecho con la manera en la que su requerimiento fue solucionado?					
3	¿Cuán satisfecho está con el conocimiento del personal de salud sobre los intereses y necesidades de los pacientes?					
4	¿Qué tan satisfecho esta con la disposición de los trabajadores de salud para atender sus quejas y reclamos?					
	Calidad técnica					
5	¿Qué tan satisfecho está con los servicios automatizados?					
6	¿Qué tan satisfecho está con atención a los trámites realizados?					
	Confianza					
7	¿Qué tanto confía en la información que le brindan?					
8	¿Qué tan satisfecho esta con el nivel de cumplimiento que brinda el odontólogo respecto a sus respuestas?					
9	¿Qué tanto confía en las orientaciones que le brindan respecto a sus reclamos?					
10	¿Qué tanto confía en la privacidad de su información por el personal del centro de salud?					

	Valor percibido					
11	¿Qué tan satisfecho está con los medios de comunicación que tiene el centro de salud para la consulta odontológica?					
12	¿Qué tan satisfecho está con la atención entregada por el odontólogo al momento de darle alguna respuesta?					
13	¿Qué tan satisfecho está con el comportamiento del personal de salud cuando lo atienden?					
14	¿Qué tan satisfecho está con el tiempo de espera que se toma al momento de ser atendido?					
15	¿Qué tan satisfecho está con la accesibilidad a la información ante una inquietud o consulta que el centro de salud le brinda?					
16	¿Qué tan satisfecho está con el esfuerzo que realiza el personal de salud por brindar un buen servicio al usuario?					
	Expectativas					
17	Que los usuarios tengan respuestas a las solicitudes realizadas de manera oportuna.					
18	Que los trámites recibidos sean con amabilidad por los trabajadores del centro de salud					
19	Que los horarios de atención del centro de salud estén acordes a las necesidades del usuario.					
20	Que el personal de salud me explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención de un requerimiento.					

Autor: Mejías y Manrique (2011)

Modificado por: Gómez Bautista Ivonny Fanny (2024)

Enlace:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86479/Zaquinaula_AED-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anexo 4. Solicitudes de la UCV para realizar investigación en un establecimiento de salud



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

32 años

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Lima, 19 de junio del 2024

Señor (a):

Mgtr. Carlos Williams Navarro Nieto.

Propietario:

ORALGROUP: CONSULTORIOS ODONTOLÓGICOS.

Nº de Carta : 0140 – 2024 – UCV – VA – EPG – F05L03/J

Asunto : Solicita autorización para realizar investigación

Referencia : Solicitud del interesado de fecha: 19 de junio del 2024

Tengo a bien dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo augurarle éxitos en la gestión de la institución a la cual usted representa.

La presente es para comunicarle que la Unidad de Posgrado de la Universidad César Vallejo Filial Lima Ate, tiene los Programas de Maestría y Doctorado, en diversas menciones, donde los estudiantes se forman para obtener el Grado Académico de Maestro o de Doctor según sea el caso.

Para obtener el Grado Académico correspondiente, los estudiantes deben elaborar, presentar, sustentar y aprobar un Trabajo de Investigación Científica (Tesis).

Por tal motivo alcanzo la siguiente información:

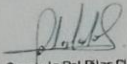
- 1) Apellidos y nombres de estudiante : **GOMEZ BAUTISTA, IVONNY FANNY**
- 2) Programa de estudios : Maestría
- 3) Mención : Gestión de los Servicios de la Salud
- 4) Título de la investigación : **"CALIDAD DE SERVICIOS Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN CONSULTORIO EXTERNOS DE ODONTOLÓGIA EN UN ESTABLECIMIENTO DE SALUD, LIMA ,2024"**.

Debo señalar que los resultados de la investigación a realizar benefician al estudiante investigador como también a la institución donde se realiza la investigación.

Por tal motivo, solicito a usted amablemente se sirva autorizar la realización de la investigación en la institución que usted dirige.

Atentamente,




Dra. Consuelo Del Pilar Clemente Castillo
Jefa de la Escuela de Posgrado
Universidad César Vallejo
Campus Ate

"Somos la universidad de los que quieren salir adelante"

Dirección: Ate. Km. 8.2 Carretera. Central, Ate
Correo: posgrado.ate@ucv.edu.pe
Celular: 986 326 023

www.ucv.edu.pe



Anexo 5. Carta de aceptación del establecimiento de salud

Oralgroupp consultorios odontológicos

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Lima 21 de junio del 2024

OFICIO N°160-2024- OC0-SA

Dra. Consuelo Del Pilar Clemente Castillo

Jefa de la escuela de posgrado

Campus Lima – ATE

ASUNTO: RESPUESTA A SOLICITUD

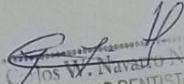
Por medio de la presente tengo el agrado de dirigirme a su digno despacho con la finalidad de saludarla cordialmente a nombre del personal que labora en el establecimiento

De la misma manera para comunicarle que ha sido aceptada su solicitud por nuestro establecimiento para realizar el trabajo de investigación **calidad de servicios y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud, Lima, 2024.** al estudiante **C.D. GOMEZ BAUTISTA IVONNY FANNY.**

Así mismo solicitamos a usted hacernos llegar los resultados que se tengan en dicha investigación

Es propicia la oportunidad para la bienvenida y expresarle la muestra de mi especial consideración y estima.

Atentamente,


C.D. Carlos Williams Navarro Nieto
COP. 24048
DNI: 10358278

COP. 24048

DNI: 10358278

Anexo 6. Consentimiento y/o asentimiento informado.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: **Calidad de servicios y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima,2024.**

Investigador (a) (es): Ivonny Fanny Gómez Bautista

Artículo I. Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de LIMA,2024*", cuyo objetivo es evaluar la relación que existe entre la calidad de servicios y el grado de satisfacción del usuario atendidos en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima. Esta investigación es desarrollada por estudiantes del programa de estudio de maestría en gestión de los servicios de la salud, de la Universidad César Vallejo delcampus Lima Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad con el permiso de la institución: ORALGROUP consultorios odontológicos.

Describir el impacto del problema de la investigación.

El impacto del problema de la investigación se trata de comprender la relación entre la calidad de servicio y satisfacen del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, 2024. Esta investigación tiene el potencial de impulsar el avance del conocimiento académico también puede generar un impacto en la práctica profesional, Algunos de los posibles impactos influyen: 1) tangibilidad, 2) fiabilidad, 3) capacidad de respuesta,4) seguridad,5) empatía,6) credibilidad contribuyendo a la atención del usuario.

Artículo II. Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas

Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente de consultorios externos de odontología de la institución: ORALGROUP consultorios odontológicos Las respuestas al cuestionario o guía: de entrevista serán

codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Artículo III. Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Artículo IV. Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institucional término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Artículo V. Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Artículo VI. Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) Ivonny Fanny Gómez Bautista email: gomezbautistaivon@gmail.com y asesor Germán Vicente Garay Flores email: gvgarayf@yahoo.es.

Artículo VII. Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos.....

Fecha y hora:

Firma:

Título de la investigación: **Calidad de servicios y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima,2024.**

Investigador (a) (es): Ivonny Fanny Gómez Bautista

Artículo VIII. Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "*Calidad de servicios y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima,2024*", cuyo objetivo es evaluar la relación que existe entre la calidad de servicios y el grado de satisfacción del usuario atendidos en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, .Esta investigación es desarrollada por estudiantes del programa de estudio de maestría en gestión de los servicios de la salud, de la Universidad César Vallejo del campus Lima-Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución : ORALGROUP consultorios odontológicos

Describir el impacto del problema de la investigación.

El impacto del problema de la investigación se trata de comprender la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, 2024. Esta investigación tiene el potencial de impulsar el avance del conocimiento académico también puede generar un impacto en la práctica profesional, Algunos de los posibles impactos influyen: 1)tangibilidad, 2)fiabilidad, 3)capacidad de respuesta ,4)seguridad,5)empatía,6)credibilidad, contribuyendo a la atención del usuario.

Artículo IX. Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas

Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de minutos y se realizará en el ambiente de consultorios externos de odontología de la institución. ORALGROUP consultorios odontológicos. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Artículo X. Participación voluntaria (principio de autonomía):

Su menor hijo(a)/representado puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a que su hijo haya aceptado participar puede dejar de participar sin ningún problema.

Artículo XI. Riesgo (principio de No maleficencia):

La participación de su menor hijo(a)/representado en la investigación NO existirá riesgo o daño en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad a su menor hijo(a)/representado tiene la libertad de responderlas o no.

Artículo XII. Beneficios (principio de beneficencia):

Mencionar que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Artículo XIII. Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información recogida en la encuesta o entrevista a su menor hijo(a)/representado es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Artículo XIV. Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) Ivonny Fanny Gómez Bautista email: gomezbautistaivon@gmail.com y asesor Germán Vicente Garay Flores email: gvgarayf@yahoo.es.

Artículo XV. Asentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo(a)/representado participe en la investigación.

Nombre y
apellidos:

Firma(s):

Fecha y hora:

Anexo 7. Matriz Evaluación por juicio de expertos.

Instrucción:

A continuación, se le hace llegar el instrumento de datos del Cuestionario que permitirá recoger la información en la presente investigación “de Calidad de servicio y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud, 2024. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El/la ítem/pregunta pertenece a la dimensión/subcategoría y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El/la ítem/pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El/la ítem/pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem/pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008)

Matriz de validación del cuestionario sobre la calidad de servicio

Definición de la variable:

Este se entiende como una prueba general realizada en el usuario referente a la excelencia del servicio recibido, podemos observar que muchos profesionales no logran desempeñar de forma satisfactoria sus responsabilidades trabajan con más procesos y procedimientos, los cuales pueden ser abordados de manera individual o en conjunto (Agarwal et al., 2019).

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Tangibilidad	Infraestructura	1. Las instalaciones del consultorio odontológico son atractivas para el usuario.	1	1	1	1	
		2. Las instalaciones para la atención del servicio denotan una limpieza que inspira comodidad	1	1	1	1	
	Presentación de las personas	3. El personal de salud se presentan correctamente uniformados.	1	1	1	1	
	Limpieza	4. El centro de salud en el que corresponde el consultorio odontológico cuenta con ambientes modernos para la atención al paciente	1	1	1	1	
		5. En las instalaciones del consultorio odontológico utilizan equipos informáticos modernos para la atención	1	1	1	1	
Fiabilidad	Sencillez de trámites	6. La atención entregada por el personal de salud fue la adecuada.	1	1	1	1	
		7. El personal de salud siempre está dispuesto atenderlo con el debido interés.	1	1	1	1	
	Continuidad	8. Pudieron absolver sus consultas despejando dudas e inquietudes.	1	1	1	1	
	Respeto	9. El tiempo de atención del servicio, cree que fue la adecuada	1	1	1	1	

Capacidad de respuesta		10. El odontólogo respeta el horario de atención que está establecido	1	1	1	1	
	Claridad	11. El odontólogo muestra habilidad en su trabajo.	1	1	1	1	
	Disposición	12. El tiempo de atención del personal de salud es aquel establecido en sus procedimientos internos.	1	1	1	1	
		13. El odontólogo muestra predisposición para atender a sus consultas.	1	1	1	1	
	Tiempo de atención	14. El odontólogo lo atendió con rapidez absolviendo sus dudas.	1	1	1	1	
		15. Observo la cooperación y apoyo mutuo entre el personal de salud para proponerle una solución rápida a su consulta.	1	1	1	1	
Seguridad	Confianza	16. El personal del centro de salud le transmiten confianza y seguridad	1	1	1	1	
		17. Percibe seguridad al realizar sus procedimientos odontológicos dentro del centro de salud.	1	1	1	1	
	Honestidad	18. Considera Ud. que su atención fue dada en un ambiente seguro y apropiado.	1	1	1	1	
	Servicio	19. Las respuestas recibidas por el odontólogo fueron confiables y seguras.	1	1	1	1	
		20. Considera que el centro de salud cumple con las medidas de seguridad apropiadas	1	1	1	1	
Empatía	Amabilidad	21. Considera que el centro de salud atiende las necesidades de sus pacientes con respecto a la consulta odontológica.	1	1	1	1	
	Atención individualizada	22. Considera que el odontólogo comprende con facilidad las inquietudes que usted presenta.	1	1	1	1	

		23.El odontólogo demuestra tolerancia en las explicaciones de las consultas.	1	1	1	1	
	Tolerancia	24. Considera que los horarios de atención del centro de salud son pensados en las necesidades de los pacientes de odontología.	1	1	1	1	
		25. Las orientaciones brindadas por el odontólogo son claras y precisas, enfocadas en lo que usted necesita.	1	1	1	1	
Credibilidad	Transparencia	26. Considera que el odontólogo que lo atendió tiene las credenciales y experiencia necesarias para tratar su condición	1	1	1	1	
		27. Le proporcionaron información clara y transparente sobre los procedimientos y costos antes de iniciar el tratamiento.	1	1	1	1	
	Consistencia	28. El odontólogo respondió a todas sus preguntas y preocupaciones de manera clara y comprensible	1	1	1	1	
	Responsabilidad	29. El odontólogo hizo referencia a estudios, guías clínicas o estándares profesionales para justificar sus recomendaciones	1	1	1	1	
		30. Percibió transparencia, integridad y profesionalismo en la conducta del personal y en la forma en que se manejaron los procedimientos.	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario sobre la Satisfacción del usuario

Definición de la variable:

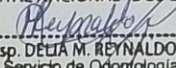
Satisfacción del usuario, se define como la valoración que realiza el usuario hacia un servicio, se trata de una amalgama compleja de requerimientos identificados por el usuario, sus referentes a lo que ha recibido, y su vivencia respecto a dicha atención, lo cual se erige como un referente significativo del pensamiento del usuario Durmus y Akbolat, (2020).

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Calidad funcional	Necesidades	1. ¿Cuán satisfecho está con atención a sus consultas por parte del odontólogo?	1	1	1	1	
		2. ¿Se siente satisfecho con la manera en la que su requerimiento fue solucionado?	1	1	1	1	
	Soluciones	3. ¿Cuán satisfecho está con el conocimiento del personal de salud sobre los intereses y necesidades de los pacientes?	1	1	1	1	
		4. ¿Qué tan satisfecho esta con la disposición de los trabajadores de salud para atender sus quejas y reclamos?	1	1	1	1	
Calidad técnica	Perfeccionamiento	5. ¿Qué tan satisfecho está con los servicios automatizados?	1	1	1	1	
	Automatización	6. ¿Qué tan satisfecho está con atención a los trámites realizados?	1	1	1	1	
Confianza	Visión	7. ¿Qué tanto confía en la información que le brindan?	1	1	1	1	
		8. ¿Qué tan satisfecho esta con el nivel de cumplimiento que brinda el odontólogo respecto a sus respuestas?	1	1	1	1	
	Desempeño	9. ¿Qué tanto confía en las orientaciones que les brindan respecto a sus reclamos?	1	1	1	1	

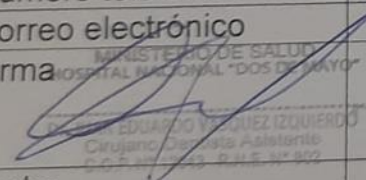
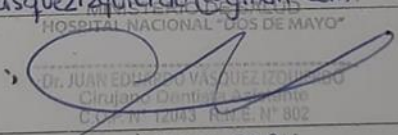
		10. ¿Qué tan satisfecho está con los medios de comunicación que tiene el centro de salud para la consulta odontológica?	1	1	1	1	
Valor percibido	Valoración	11. ¿Qué tan satisfecho está con los medios de comunicación que tiene el centro de salud para la consulta odontológica?	1	1	1	1	
		12. ¿Qué tan satisfecho está con la atención entregada por el odontólogo al momento de darle alguna respuesta?	1	1	1	1	
		13. ¿Qué tan satisfecho está con el comportamiento del personal de salud cuando lo atienden?	1	1	1	1	
	Confianza	14. ¿Qué tan satisfecho está con el tiempo de espera que se toma al momento de ser atendido?	1	1	1	1	
		15. ¿Qué tan satisfecho está con la accesibilidad a la información ante una inquietud o consulta que el centro de salud le brinda?	1	1	1	1	
		16. ¿Qué tan satisfecho está con el esfuerzo que realiza el personal de salud por brindar un buen servicio al usuario?	1	1	1	1	
Expectativas	Percepción	17. Que los usuarios tengan respuestas a las solicitudes realizadas de manera oportuna.	1	1	1	1	
	Información	18. Que los trámites recibidos sean con amabilidad por los trabajadores del centro de salud	1	1	1	1	
	Atención	19. Que los horarios de atención del centro de salud estén acordes a las necesidades del usuario.	1	1	1	1	
	Promesas	20. Que el personal de salud me explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención de un requerimiento.	1	1	1	1	

Anexo 8. Ficha de validación de expertos


FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Calidad de servicio
Nombres y apellidos del experto	Delia Mercedes Reynaldo Padilla
Documento de identidad	DNI 09608745
Años de experiencia laboral	24 años
Máximo grado académico	Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad
Nacionalidad	Peruana
Institución laboral	Hospital Nacional Dos de Mayo
Labor que desempeña	Jefe de servicio de odontología del adulto
Número telefónico	999184477
Correo electrónico	mechita_dely08@hotmail.com
Firma	 MINISTERIO DE SALUD HOSPITAL NACIONAL "DOS DE MAYO" Dra. Esp. DELIA M. REYNALDO PADILLA Jefa de Servicio de Odontología del Adulto C.O.P. N° 26286 - R.N.E. N° 1636
Fecha	19 Junio de 2024

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	CALIDAD DE SERVICIO
Nombres y apellidos del experto	JUAN EDUARDO VASQUEZ IZQUIERDO
Documento de identidad	DNI 23962238
Años de experiencia laboral	24 AÑOS
Máximo grado académico	MAGISTER
Nacionalidad	PERUANO
Institución laboral	HOSPITAL NACIONAL DOS DE MAYO
Labor que desempeña	JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ODONTORRADIOLÓGIA
Número telefónico	
Correo electrónico	juan-vasquezizquierdo@gmail.com
Firma	 
Fecha	14 DE JUNIO DEL 2024

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Calidad de servicio
Nombres y apellidos del experto	Farías Jara Javier
Documento de identidad	DNI 42043705
Años de experiencia laboral	12 años
Máximo grado académico	Doctor
Nacionalidad	Peruana
Institución laboral	HOSPITAL Nacional Dos de Mayo
Labor que desempeña	Jefe de servicio de odontopediatria
Número telefónico	997499911
Correo electrónico	Javierfv-usmp@hotmail
Firma	 MINISTERIO DE SALUD HOSPITAL NACIONAL DOS DE MAYO Dr. JAVIER FARIAS VERA Cirujano Dentista Asistente COP N° 22314 RNE 912 RNE N° 1204
Fecha	13 Junio de 2024

Anexo 9. Validez y confiabilidad

Ficha de validación de instrumentos para la recolección de datos

EXPERTO	GRADO	APLICABILIDAD
Delia Mercedes Reynaldo Padilla	doctora	Aplicable
Juan Eduardo Vásquez Izquierdo	Magister	Aplicable
Javier Farias Jara	Doctor	Aplicable

MINISTERIO DE SALUD
HOSPITAL NACIONAL "DOS DE MAYO"
.....
Dra. Esp. DELIA M. REYNALDO PADILLA
Jefa de Servicio de Odontología del Adulto
C.O.P. N° 28298 - R.N.E. N° 1638

MINISTERIO DE SALUD
HOSPITAL NACIONAL "DOS DE MAYO"
.....
Dr. JUAN EDUARDO VÁSQUEZ IZQUIERDO
Jefe del Dpto. Odontología
C.O.P. N° 12043 - R.N.E. N° 882

MINISTERIO DE SALUD
HOSPITAL NACIONAL "DOS DE MAYO"
.....
Dr. JAVIER FARIAS JARA
Especialista en Odontología
C.O.P. N° 22314 - R.N.E. N° 912

Anexo 10. Tamaño de la muestra

Aplicación de la prueba finita para la obtención de la muestra del estudio:

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

Reemplazamos los valores con los datos

$$N = \frac{245 (1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) + (0,05)^2 (245 - 1)} = 150 \cong$$

Donde:

N: Población de total de 245

p: Probabilidad de éxito es del 0,5

q: Probabilidad de fracaso es del 0,5

Z: 1,96 para un nivel de confianza de 95%

e: Error de la muestra es de 5% (0,05)

La muestra que se tomará en este estudio será de 150 usuarios en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, 2024 siendo estos la cantidad de personas que serán encuestados para pasar los datos de forma estadística.

Tabla
Prueba de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Satisfacción del usuario	,306	150	,000	,762	150	,000
Tangibilidad	,402	150	,000	,657	150	,000
Fiabilidad	,389	150	,000	,677	150	,000
Capacidad de respuesta	,356	150	,000	,717	150	,000
Seguridad	,353	150	,000	,716	150	,000
Empatía	,336	150	,000	,730	150	,000
Credibilidad	,368	150	,000	,702	150	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Los resultados obtenidos de Kolmogorov-Smirnov por medio de SPSS indicaron que estos no se distribuyen normalmente. Esto significa que el grado de significancia fue inferior a 0.05, lo que llevó al descarte de la hipótesis nula que postulaba una distribución normal de los datos.

Tabla


5

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Rho	Significado
0	Correlación nula
0.01 - 0.19	Correlación positiva muy baja
0.20 - 0.39	Correlación positiva baja
0.40 - 0.69	Correlación positiva moderada
0.70 - 0.89	Correlación positiva alta
0.90 - 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación perfecta

Nota. Hernández y Mendoza (2018) Metodología de la investigación

Anexo 11. Resultado de similitud del programa Turnitin.

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

Calidad de servicios y satisfacción del usuario en consultorios externos de odontología en un establecimiento de salud de Lima, 2024

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud

AUTORA:
Gómez Bautista, Ivonny Fenny (orcid.org/0009-0008-1247-7013)

ASESORES:
Dr. Sulca Jordán, Juan Manuel (orcid.org/0000-0002-4233-4928)
Mg. Garay Flores, Germán Vicente (orcid.org/0000-0002-7118-6477)
Mg. Flórez Ibarra Jannett Maribel (orcid.org/0000-0003-4166-6733)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Calidad de las prestaciones asistenciales y gestión del riesgo en salud

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

LIMA – PERÚ
2024

Resumen de coincidencias

20 %

Se están viendo fuentes estándar

EN Ver fuentes en inglés

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	9 %	>
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %	>
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %	>
4	1library.co Fuente de Internet	1 %	>
5	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %	>
6	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %	>
7	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %	>
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %	>
9	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %	>
10	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %	>
11	vdocuments.site Fuente de Internet	<1 %	>
12	Entregado a North East...	<1 %	>