



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en  
el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Borjas Yactayo, Bertha (ORCID: 0000-0002-4049-2738)

**ASESOR:**

Mg. Diaz Torres, William (ORCID: 0000-0003-2204-6635)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA — PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios por darnos las fuerzas y guiarnos en el cumplimiento de nuestras metas.

A mi madre especialmente, quién es mi motivo a seguir adelante, la que en todo momento me apoyó a pesar de las diversas dificultades que se presentaban en el camino

A mis profesores quienes me enseñaron que para llegar a ser un buen profesional es necesario aplicar dos bases fundamentales el conocimiento y los valores.

**Bertha**

## **Agradecimiento**

Agradezco a la Universidad César Vallejo por la excelente calidad educativa que me permitió obtener el Título de Licenciada de Administración.

Agradezco nuevamente a mi madre, ya que fue parte fundamental para proseguir con mis estudios en toda la carrera universitaria, contando con su apoyo incondicional.

Agradezco también a las personas que fueron participe en mi carrera profesional, como el profesor William Díaz Torres, por inculcarme el análisis y la investigación, parte esencial para la obtención de mi título profesional

De igual manera, para los compañeros de curso por su apoyo en compartir métodos de trabajo de investigación.

Y principalmente, agradezco a Dios, ya que puso en el camino hacia mi profesionalización, las personas adecuadas para lograrlo.

**Bertha**

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	7
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de Investigación .....	18
3.2. Variables y operacionalización .....	19
3.3. Población, muestra y muestreo .....	20
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	22
3.5. Procedimientos.....	22
3.6. Método de análisis de datos .....	23
3.7. Aspectos éticos .....	23
IV. RESULTADOS.....	24
V. DISCUSIÓN .....	35
VI. CONCLUSIONES.....	40
VII. RECOMENDACIONES .....	42
REFERENCIAS .....	44
ANEXOS.....	49

## Índice de Tablas

Tabla 1 Determinación de la muestra.....	21
Tabla 2 Estadística de fiabilidad.....	22
Tabla 3 Interpretación de los coeficientes de validez de confiabilidad.....	26
Tabla 4 Correlación de spearman entre gestión estratégica y satisfacción .....	30
Tabla 5 Correlación de spearman entre gestión estratégica y servicios .....	31
Tabla 6 Correlación de spearman entre gestión estratégica y fidelidad.....	32
Tabla 7 Contrastación de spearman entre gestión estratégica y estándares de satisfacción.....	33

## Índice de Figuras

Figura 1	Teoría de la motivación - higiene.....	14
Figura 2	Pirámide de las necesidades de Maslow .....	16
Figura 3	Esquema del diseño .....	18
Figura 4	Descripción de los niveles de la gestión estratégica según la muestra	24
Figura 5	Descripción de los niveles de la gestión estratégica según los indicadores .....	24
Figura 6	Descripción de los niveles de la gestión estratégica según las dimensiones.....	26
Figura 7	Descripción de los estándares de satisfacción según la muestra .....	27
Figura 8	Descripción de los niveles de los estándares de satisfacción según los indicadores .....	29
Figura 9	Descripción de los niveles de los estándares de satisfacción según las dimensiones.....	29

## Resumen

La presente investigación “Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022 cuyo objetivo principal es determinar la relación de La Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción. Se usó la metodología; el enfoque cuantitativo y correlacional, con diseño no experimental de corte transversal en una población de 118 pacientes, la técnica de encuestas por cada variable y como instrumento, los cuestionarios. Los resultados generales: 84.9% con un nivel de correlación “positiva muy fuerte”, rechazando la hipótesis "Al Contrastar la hipótesis de relación el nivel de la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción, se establecería la relación" es medio; en las pruebas correlacionales las dimensiones: Satisfacción, servicios y fidelidad se relacionan significativamente con la Gestión Estratégica con una significancia igual a 0.000 en todas las pruebas estadísticas. Se concluye que la Gestión estratégica se relaciona significativamente con la satisfacción.

**Palabras clave:** *Gestión estratégica, Estándares de satisfacción, Pacientes*

## **Abstract**

The present investigation "Strategic Management and Patient Satisfaction Standards in the CD Dental Office, Santiago de Surco, 2022" whose main objective is to determine the relationship between Strategic Management and Satisfaction Standards. The methodology used; the quantitative and correlational approach, with a non-experimental cross-sectional design in a population of 118 patients, the survey technique for each variable and the questionnaires as an instrument. The general results: 84.9% with a "very strong positive" level of correlation, rejecting the hypothesis "By contrasting the hypothesis of the relationship between the level of Strategic Management and the Satisfaction Standards, the relationship would be established" is medium; in the correlational tests the dimensions: Satisfaction, services and fidelity are significantly related to Strategic Management with a significance equal to 0.000 in all statistical tests. It is concluded that Strategic Management is significantly related to satisfaction.

Keywords: strategic management, satisfaction standards, patients

## **I. INTRODUCCIÓN**

Actualmente en el mundo existe la preocupación por el cuidado de la salud integral, ya que 9 de cada 10 personas tiene el riesgo de contraer algún tipo de enfermedad bucodental, empezando por el más común, la caries, siguiendo, la enfermedad de encías y llegando al cáncer de boca; por consecuencia la salud bucal está ocupando un gran rango de importancia, siendo los profesionales de la salud buco dental el factor clave para hacer una detección temprana y posterior tratamiento para tales enfermedades (Organización Panamericana de la Salud).

Debido a lo anteriormente mencionado, se entiende que estudiar la carrera de odontología podría ser rentable por las múltiples áreas que permite trabajar y a su vez por el lado social que también permite ayudar, incrementando la oferta de los negocios odontológico.

Es así que muchos cirujanos dentistas apuestan por la apertura de sus consultorios privados para una atención más personalizada, trato diferenciado y seguimiento post tratamiento; para tal fin, es importante la aplicación de las gestiones administrativas para conseguir la diferenciación y el éxito garantizado en el mismo, esta gestión junto con la variable estándares de satisfacción de los pacientes, permitirá cumplir con las necesidades de los pacientes que han ido evolucionando, siendo cada día más exigentes en su tratamiento odontológico.

A nivel internacional, (Barrientos-Monsalve & Lesmes Silva, 2020) en este artículo se investigó la evolución de China, la cual logró tener una de las economías más grandes del mundo, dicha economía fue gracias a que se aplicó una adecuada gestión estratégica basada en la innovación constante, no imitación, dando una versión mejorada para su comercialización; para tal fin, se capitalizaron con dinero de los ciudadanos chinos que vivían en el extranjero, invirtieron mejorando la infraestructura, la educación, creando sus propios laboratorios para apoyar a los científicos/innovadores. En conclusión, al establecer una adecuada gestión y planificación se puede llegar a obtener grandes resultados con beneficios para su población.

(Aggerholm, 2018)El campo de la gestión estratégica, éste involucra los gerentes, los cuales hacen uso de los recursos que pueden adquirir con la única finalidad de mejorar el desempeño de sus organizaciones. En la actualidad, hablar

de estrategia, va más allá de la obtención de simples resultados, de acciones deliberadas y decisiones puntuales.

(Lenos Trigeorgis, 2016) Dentro de los desafíos claves de la gestión estratégica es la necesidad de articular disciplinas con perspectivas gerenciales que se relacionen con la visión de la organización, pero de manera integrada y sin dejar de prestar la debida atención la aplicación de los componentes estratégicos y de valoración de manera simultánea.

(Sammut-Bonnici, 2015) Podemos decir que la gestión estratégica es el proceso de evaluación, planificación e implementación diseñado con el propósito de mantener o mejorar la ventaja competitiva. Se realiza una valoración de los entornos internos y externos, desarrollando modelos de negocio viable, con liderazgo para construir y mantener la estructura organizacional con una política ética y cooperativa.

Según los autores de este artículo (Fajardo, Fajardo, & Pinto, 2020) La gestión estratégica del talento humano ha pasado a tener un lugar relevante y hoy por hoy la exigencia se centra en destacar aquellos factores que garanticen el éxito esperado en las instituciones como la capacitación, desarrollo del personal, control y desempeño laboral de los empleados, adaptándose las instituciones a las necesidades del contexto, por lo que hoy en día la gestión estratégica del Talento humano es considerada como el aspecto más esencial para el funcionamiento organizacional. (p. 108)

Según el artículo de (Ortiz Isaza & Perdomo Gonzáles, 2020) El objetivo del estudio fue identificar los factores de la gestión del talento humano y como éstos influyen la productividad de dicha organización. Durante el ejercicio de las funciones de un total de 50 empleados, se observaron ciertas debilidades en cuanto a la comunicación asertiva, remuneración adecuada y oportuna, ausencia de capacitaciones; así como la estructura organizacional inadecuada, falta de motivación por horarios de trabajos extensos, más de ocho (8) horas. Evidenciándose poco bienestar en la empresa, lo que redundaba en un bajo rendimiento de los empleados.

Según el artículo de (Morales Ospina, 2019) En el 2016 García, en un artículo publicado, destaca al cliente como el elemento más importante en la organización,

y que también es el más inestable, por eso la necesidad de establecer estándares de servicio al cliente dentro de su estrategia de negocio.

(Natarajan & Yi, 2018) Dice que uno de los factores para que la organización adquiera buenos beneficios es la completa satisfacción de sus clientes, por esto se ha convertido en un concepto clave para la elaboración de las estrategias de las empresas para sobrevivir y seguir siendo competitivas.

(Carter & Narasimhan, 1994) La gestión de calidad total (TQM por sus siglas en inglés) es la aplicación no solo de métodos cuantitativos sino también de principios de gestión de recursos humanos para mejorar los materiales y servicios suministrados a una organización, todos los procesos dentro de esa organización y el grado en que se satisfacen las necesidades de los clientes.

Según (Molina Albornoz & Loli Ponce, 2002). Se vio conveniente efectuar la investigación a la Clínica Odontológica Universitaria para ver si cumple con los Estándares mínimos que permita garantizar calidad de atención. Se aplicó el método cualitativo: Investigación de acción participativa, se tomó en cuenta dos tipos de componentes: A. el proceso de gestión administrativa que incluye al personal calificado; B. Condiciones de la Infraestructura, el equipamiento básico y materiales de emergencia.

Según (Serna Gómez, 2006) es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a la expectativa, el cliente queda insatisfecho". Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho.

Según el artículo de (Lora Salgado, Tirado Amador, Montoya Mendoza, & Simancas Pallares, 2016) se hizo la investigación a la Clínica odontológica Universitaria de Cartagena para medir la satisfacción de los pacientes de forma objetiva sobre los procesos y la atención utilizando el modelo de satisfacción con enfoque en el concepto de calidad de la atención, esto permitirá maximizar el bienestar del paciente y reducir actitudes negativas del tratamiento y prestación. Los indicadores de información denotaron satisfacción, en el indicador de bioseguridad indicaron satisfacción, pero menor grado ya que el 1% no estaba conforme con la organización del trabajo, la higiene y calidad. Adicionalmente el 20% estaba conforme con los recursos humanos como el trato al llegar y la

presentación del odontólogo. Se concluye que el indicar un número de citas para el tratamiento completo del paciente debe ser el adecuado, ya que si viene demasiado influye en la deserción del tratamiento generando una insatisfacción en la atención.

Por lo anteriormente expuesto, vemos que la variable “Estándares de Satisfacción, es de gran importancia en la gestión estratégica ya que, cumpliendo con las expectativas del paciente, se cumpliría con el objetivo que es la sostenibilidad de la empresa.

En el Perú, (Serruto Perea, Huarachi Chávez, Loaiza Chumacero, Fernández Chávez, & Holguín Segura, Análisis de gestión estratégica del sector hotelero en la región Lambayeque, 2019) en esta investigación, se hizo la muestra en una población de 23 hoteles tres estrellas donde en 21 hoteles se verifica que las claves o factores del éxito de los hoteles se relaciona con la calidad de servicio, posicionamiento y tecnología, en esto interviene la variable de satisfacción del cliente, la cual ambas variables están relacionadas para conseguir el factor de éxito.

A nivel local, (Molina Albornoz & Loli Ponce, 2002) se vio conveniente efectuar la investigación a la Clínica Odontológica Universitaria para ver si cumple con los Estándares mínimos que permita garantizar calidad de atención. Se aplicó el método cualitativo: Investigación de acción participativa, se tomó en cuenta dos tipos de componentes: A. el proceso de gestión administrativa que incluye al personal calificado; B. Condiciones de la Infraestructura, el equipamiento básico y materiales de emergencia.

El consultorio odontológico CD, inició las operaciones en el año 2000, dando los servicios de odontología rehabilitadora, conforme se va incrementando la afluencia de los pacientes, se tenía la necesidad de ampliar las áreas de atención y por ende su staff de médicos odontólogos, por la amplitud del crecimiento se requiere hacer un análisis de los procesos de gestión y satisfacción para que estos se adecuen de forma exitosa a las necesidades de los pacientes; es necesario verificar que las necesidades en los tiempos de atención sean adecuados, la gestión de trabajo sea bien administrado, así como el desempeño adecuado y ético del personal, sea eficaz.

Por consiguiente, la finalidad de esta investigación es mejorar el sistema administrativo del Consultorio Odontológico, estableciendo una excelente atención

y satisfacción de los pacientes. Para tal motivo, estudiaremos las dos variables Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción para conocer si los pacientes están satisfechos con la gestión del consultorio y con el servicio recibido.

Por lo anteriormente expuesto, se formula como problema principal: **¿Cuál es la relación entre la Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022?** Cuyos problemas específicos son: (a) *¿Cuál es el nivel de la Gestión Estratégica del paciente?*; (b) *¿Cuál es el nivel de los estándares de satisfacción del paciente?* (c) *¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente?* (d) *¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente?*; (e) *¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y la fidelidad del paciente?*, (f) *¿Cuál es la contrastación de hipótesis de relación a la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción?*

Esta investigación se justifica para demostrar que la aplicación adecuada de la gestión estratégica y el cumplimiento de los estándares de satisfacción del paciente garantizaría el desarrollo exitoso del consultorio odontológico ya que a partir de los resultados y de las conclusiones determinaremos que estrategias o propuestas de mejoras son las más óptimas para llevar a cabo la meta.

Por lo cual, el objetivo general de la presente investigación es: **Determinar la relación de La Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022**, cuyos objetivos específicos son: (1) *Estimar el nivel de La gestión Estratégica en el paciente*; (2) *Determinar el nivel de los estándares de satisfacción del paciente*; (3) *Determinar el efecto de la gestión estratégica y la satisfacción del paciente* (4) *Determinar el efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente*; (5) *Determinar el efecto de la Gestión Estratégica y la Fidelidad del paciente*; (6) *Contrastar hipótesis de relación de la Gestión estratégica y los Estándares de Satisfacción*.

Respecto a la formulación y planteamiento de las hipótesis serían: la hipótesis general sería como sigue  $H_0$ : *“Existe relación significativa de la Gestión Estratégica en los Estándares de Satisfacción del Pacientes en el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022, es directo”* También describimos las Hipótesis Específica:  $H_1$ : *“El nivel de la Gestión Estratégica; es medio”*,  $H_2$ : *“El nivel de los estándares de satisfacción del paciente; es medio”*,  $H_3$ : *“El efecto de la gestión Estratégica y la*

*satisfacción del paciente; es medio”, H4: “El efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente; es medio”, H5: “El efecto de la Gestión Estratégica y la fidelidad del paciente; es medio”, H6: “Al Contrastar la hipótesis de relación el nivel de la Gestión estratégica y los Estándares de Satisfacción, se establecería la relación”*

## II. MARCO TEÓRICO

En los antecedentes Internacionales, se tiene a:

(Etleva, 2017) "The Challenges Faced by the Strategic Management of Public Organizations. *Los desafíos de la gestión estratégica de las organizaciones públicas*. En este artículo se analiza que a pesar que organización implementa estrategias para cumplir con los objetivos, muchas de ellas no contrarrestan los desafíos que se presenten en el camino y es por esto que la organización no cumple con sus metas y objetivos, por eso es importante tener un adecuado proceso de planificación estratégica que esté vinculada con el proceso de gestión, que pueda identificar al desafío que daña a la implementación y a la evaluación. Para eso se debe de contar siempre un sistema de planificación estratégica que tenga como objetivo la investigación continua como factor principal.

(Carlson, Wyllie, Rahman, & Voola, 2019) En este artículo en inglés se investiga si existe relación entre las dimensiones del valor percibido por el cliente, la satisfacción del cliente y la lealtad; se observa que en la dimensión auto gratificación existe un efecto positivo entre el precio, la calidad con la satisfacción y la lealtad, y la dimensión del valor percibido no existe efecto positivo en la satisfacción y la lealtad. Encontrándose finalmente que la satisfacción del cliente tiene efecto positivo directo en la lealtad.

Por lo anteriormente mencionado, podemos concluir que el cliente encuentra satisfacción en relación a precio y calidad, es un factor importante en tomar en cuenta al hacer el planeamiento estratégico.

(Boz, 2014) "Addressing Critical Business Issues through Strategic Management of Human Resources" *Direccionamiento de los problemas comerciales críticos a través de la gestión estratégica de recursos humanos*. Toda empresa se basa en su productividad y rentabilidad buscando un crecimiento constante; para tal fin, es necesario tener empleados motivados. El objetivo de esta tesis es verificar como una buena gestión estratégica, en los países europeos, donde se da énfasis a la satisfacción laboral, garantiza la continuidad de la empresa frente a sus competidores. Una parte de las estrategias, es la mejora de comunicación con los sindicatos. Otro, es manejar una forma de incentivos al rendimiento y otorgando rotaciones adecuadas. Todo esto mejoraría las tardanzas y ausentismos que ocasiona huelgas perjudicando a la empresa en la rentabilidad.

Según la investigación, se concluye que es muy importante enfatizar el área de recursos humanos para el crecimiento organizacional, estableciendo estrategias que permitan la continuidad y que sea difícil de imitar por los competidores, se debe ir a la para la calidad en los recursos humano y el desempeño general de la organización para conseguir la competitividad, dando prioridad en la comunicación con los sindicatos, buscando disminuir la burocracia y con las mujeres ya que llevan mucha carga familiar. Se recomienda seguir el análisis continuo para la mejora de la gestión.

Por lo arriba mencionado, siempre se tiene que tener en cuenta dentro de las estrategias de gestión el incremento de la satisfacción del trabajador, verificando sus necesidades, esto disminuiría los ausentismos, las tardanzas y la insatisfacción. Esto permitiría el crecimiento constante de la organización, así como su rentabilidad.

(Ramírez Molina, Villalobos Antúnez, & Herrera Tapias, 2018) En el artículo *Proceso de talento humano en la gestión estratégica*, se evalúa la influencia del talento humano en la gestión estratégica, esto se realiza mediante un cuestionario con una muestra de 38 gerente dando por conclusión un término medio de satisfacción, debiendo mejorar la selección del personal, diseñar los puestos y el sistema de información.

Por las líneas arriba, debemos de indicar el en la Gestión estratégica debe de mantener un proceso de retroalimentación en el talento humano, mantener una capacitación continua y considerar la estabilidad emocional del personal. Así como el sistema tecnológico para adecuar con mayor facilidad las estrategias de la organización.

(Puertas Hidalgo, Cadme, & Alvarez Nobell, 2015) En este artículo se pretende investigar el grado de comunicación estratégica en Ecuador, debido a que en las empresas ecuatorianas aun la están implementando paulatinamente, no existen investigaciones previas sobre estas variables, por lo que se vio conveniente hacer un estudio sobre el tema, por lo cual se usó el método de la metodología exploratoria, el instrumento que se usó, es la encuesta digital, entrevista vía telefónica y luego el análisis de Delphi. Los resultados fueron comparados con unos estudios previos en Europa del año 2014, viendo que el área de comunicación

digital tiene una tendencia al crecimiento por lo que es necesario establecer el espacio adecuado para conseguirlo junto con un equipo laboral organizado.

Es necesario incrementar las facilidades tecnológicas en la gestión organizacional ya que permite encontrar amplitud de usuarios y por ende alcanzar los objetivos estratégicos de la entidad, todo esto en el menor plazo posible.

Según los autores (Milla Toro, Briseño Martínez, & Cherres Cordovilla, 2017) En este artículo se investiga el comportamiento e impacto de la variable gestión estratégica y toma de decisiones, debido a que las empresas medianas y grandes no está cumpliendo con los resultados, y esto es porque no se cuenta con un modelo adecuado de medición. Se estudia la influencia que tienen la gestión estratégica en las empresas, ya que si se utiliza correctamente permite medir los niveles organizacionales, los procesos, desarrollo y satisfacción, permitiendo entregar un buen producto o servicio.

(Alvarez Botello, Chaparro Salinas, & Reyes Pérez, 2015) en este artículo se estudia la importancia que tiene la satisfacción del usuario dentro los servicios de calidad que ofrece la organización, para eso se aplicó el instrumento en base a la escala de Likert a los estudiantes del sistema educativo. El resultado concluye que los estudiantes están mayormente satisfechos con la habilidad de enseñanza de los docentes, pero poco satisfechos con la infraestructura y gestión administrativas, la prueba del Chi-cuadrado demuestra que existe gran diferencia entre la entre las universidades pública y privadas.

Por lo anteriormente expuesto, se puede indicar que la satisfacción del usuario es parte importante para que el sistema funcione, esta satisfacción debe ser cubierta en su totalidad, tanto en infraestructura, servicios y calidad profesional. Lo que se puede concluir que la variable satisfacción está influenciada por la calidad que la organización ofrece.

(Serruto Perea, Huarachi Chávez, Loaiza Chumacero, Fernández Chávez, & Holguín Segura, Análisis de Gestión Estratégica del Sector Hotelero en la Región Lambayeque, 2019) Análisis de Gestión Estratégica del Sector Hotelero en la Región Lambayeque. Esta investigación se centra en analizar los factores de éxito y los niveles de desempeño en hoteles de tres estrellas, se concluyó que el 72% de la muestra, está relacionado el éxito con las instalaciones, calidad de servicio,

posicionamiento y tecnología con el nivel de desempeño de satisfacción del cliente, garantizando el éxito y satisfacción del cliente.

(Maza Figueroa & Orozco Acevedo, 2017) Modelo de gestión estratégica para el desarrollo de un campus inteligente basado en conceptos de Smart City en la Universidad de Cartagena - Campus Piedra de Bolívar. Esta tesis se realizó con el objetivo de implementar una gestión estratégica tecnológica en una universidad, lo que permitiría generar una competitividad en mercado estudiantil y mejorando la calidad de vida población, ya que se modernizaría con el uso de redes y aplicaciones tecnológicas de última generación; para tal fin se implementó un indicador que es el proceso en el cual se aplica estrategias a corto, mediano y largo plazo.

(Arias Pérez & Shinchiguano Pinto, 2019) El presente trabajo de investigación consiste en analizar la aplicación de la gestión estratégica para mejorar su producción manteniendo la competitividad en el mercado. Se aplica como estrategia la motivación y capacitación a los empleados, modernización de su equipo, generando el cambio esperado ya que se observa mayor compromiso por los colaboradores, cumpliendo así su objetivo principal.

(Salazar Manosalvas & Del Salto Mariño, 2014) Los autores de esta tesis indican que las relaciones médico-pacientes han tenido cambios importantes, ahora se evalúa mediante la efectividad, eficiencia, satisfacción del paciente en el resultado alcanzado en su tratamiento. Por lo que se analiza la atención que oferta la entidad y el nivel de satisfacción, para el proceso se utiliza uno de los instrumentos de confiabilidad como Alpha de Cronbach teniendo como resultado de 0,832 que indica confiabilidad alta. Podemos indicar que por el resultado se está manejando adecuadamente las relaciones médico paciente y que es importante que tenga una evaluación periódica, ya que permite mejorar la calidad de atención.

El autor (Lazzati & De Luca, 2018) indica en su libro que una estrategia es parte de un proceso que permite a la organización adaptarse ante una crisis, se debe de tener un planeamiento estratégico permanente para encontrar oportunidades e innovar, utilizando los recursos que en ese momento tengan y así afrontar con éxito los desafíos o crisis. También es necesario el mantener un equipo de colaboradores en una comunicación continua, donde exista el trabajo de equipo y el ambiente propicio que permita trabajar con esmero y dedicación.

En este artículo (Suárez Alvarez, Vásquez Casielles, & Díaz Martín, 2007) se indica que tener la lealtad del cliente genera una ventaja competitiva, permitiendo consolidar la organización e incluso que el trabajador o colaborador se vea satisfecho al verse involucrado en los logros obtenidos, es importante mantener las relaciones a largo plazo para que el cliente tenga un comportamiento de compra contante. Otro factor importante es la confianza que la empresa debe de generar al cliente, este debe de estar seguro que toda información es de trato confidencial. De igual manera la satisfacción que se debe de mantener por medio de evaluaciones en experiencia al adquirir el producto o servicio y también por el comportamiento del cliente hacia la organización.

(Silva Zapata, 2012) según determina la autora de esta tesis, las nuevas tendencias empresariales deben ir en conjunto con una buena gestión administrativa repotenciando la planificación, organización, dirección y control, los mismos que permitirá ventas incrementadas y estabilidad posicional de la empresa. La metodología que se empleó fue a investigación en campo, dando como resultado que la gestión administrativa necesita mejorar, según las encuestas aplicadas. Se debe tener en cuenta la innovación, una adecuada inversión para mejorar las ventas. Se llega a la conclusión que la investigación permitirá el desarrollo de la sinergia de la organización, incrementando los recursos que contribuirá a la satisfacción del cliente.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, debemos entender que toda organización necesita hacer una evaluación constante de su gestión administrativa, la cual le permitirá responder conocer las falencias y mejorarlas para cubrir las necesidades de los clientes de la mejor manera.

(Feldman, y otros, 2007) en este artículo tiene como objetivo medir la satisfacción del paciente respecto a la atención que recibe, se aplicó una muestra piloto con 31 pacientes, validándose en la segunda muestra, los instrumentos fueron mediante cuestionarios y un aparato sociodemográfico de 6 ítems, el resultado de los cuestionarios indican que el paciente encuentra una diferencia de atención procedente de las instituciones públicas por las condiciones precarias a comparación de la atención privada, asimismo con el servicio ofrecido.

Por lo de arriba expuesto, debemos de interpretar que se debe planificar una estrategia y establecer acciones que permitan nivelar el sistema de atención, satisfacción y servicio tanto en la atención privada y pública.

(Ntshengedzeni, 2009) La gestión estratégica es un recurso importante que utiliza el gobierno sudafricano y los jefes de departamentos gubernamentales aplicando planes estratégicos para sus departamentos. No obstante, a pesar del cumplimiento estricto de los reglamentos de la gestión estratégica, no se llega a cumplir con los objetivos establecidos. El método de investigación fue de enfoque cualitativo y se aplicó al Departamento de Gobierno Local y Vivienda. Los resultados mencionan que cada departamento maneja organizaciones y que cada uno de ellos dependen para cumplir sus objetivos, y estas organizaciones dependen de los departamentos para lograr los suyos, es decir, los objetivos se cumplen siempre y cuando el otro lo permita o viceversa. Este sistema hace que no se cumpla los objetivos ya que no se toma en cuenta las opiniones de ambos; adicionalmente, la gerencia no tiene un prestigio adecuado y no consiguen adaptarse entre sí por la falta de sinergia entre departamento y un adecuado control. Se recomienda una interacción entre departamento como un sistema, permitiendo que las estrategias sean bien implementadas para la eficiencia del gobierno.

Podemos decir que el éxito de un gobierno depende de una gestión estratégica y esta debe ser aplicada en base a una sinergia, trabajo en equipo.

En los antecedentes nacionales tenemos:

(Cruz Sumarriva, 2017) El objetivo de la tesis es encontrar que vía es la más adecuada para el funcionamiento de los procesos. Implementando una gestión estratégica adecuada que permita desarrollar competencia, se tomó la muestra en 119 empresas, teniendo como resultado y según el coeficiente de correlación rho Spearman que hay correlación en 0.860 entre las dos variables, e indicando que una buena gestión depende de una buena elaboración del proceso que permita el crecimiento empresarial. La misión y visión debe estar direccionada al cumplimiento de objetivos, esto también incluye dar al colaborar un ambiente y salud adecuado.

Seguidamente, se procede a señalar la teoría que corresponde a nuestra primera variable:

*Gestión estratégica.*

Se podría decir que la Gestión estratégica es sinónimo de la Administración estratégica, cuyo concepto es más dinámico, ya que permite establecer los objetivos a corto, mediano y largo plazo, desarrollando las estrategias adecuadas y retroalimentándose a medida que se van encontrando desafíos, logrando el objetivo principal que es la supervivencia de la organización a través de los años.

Este mismo, se relaciona con la palabra administración ya que parte fundamental para el desarrollo de la misma es seguir un conjunto integrado de los conceptos básicos de la administración, como la administración financiera, financiera, ventas, marketing etc. que facilitan el desarrollo de la administración pública y privada.

Por lo anteriormente mencionado, la Teoría General de la administración es la unión de varias teorías que incluyen la planificación, preparación de objetivos estratégicos, dirección, y la evaluación de los resultados, todo un conjunto de conocimientos que permite optimizar las decisiones. (Torres Hernández, 2014, págs. 5-6)

(Betancourt, 2006), menciona que la Gestión Estratégica es un proceso competitivo que permite cumplir la misión y visión de la empresa, mediante el establecimiento de planes estratégicos, objetivos estratégicos y metas permitiendo la supervivencia a corto, mediano y largo plazo de la organización

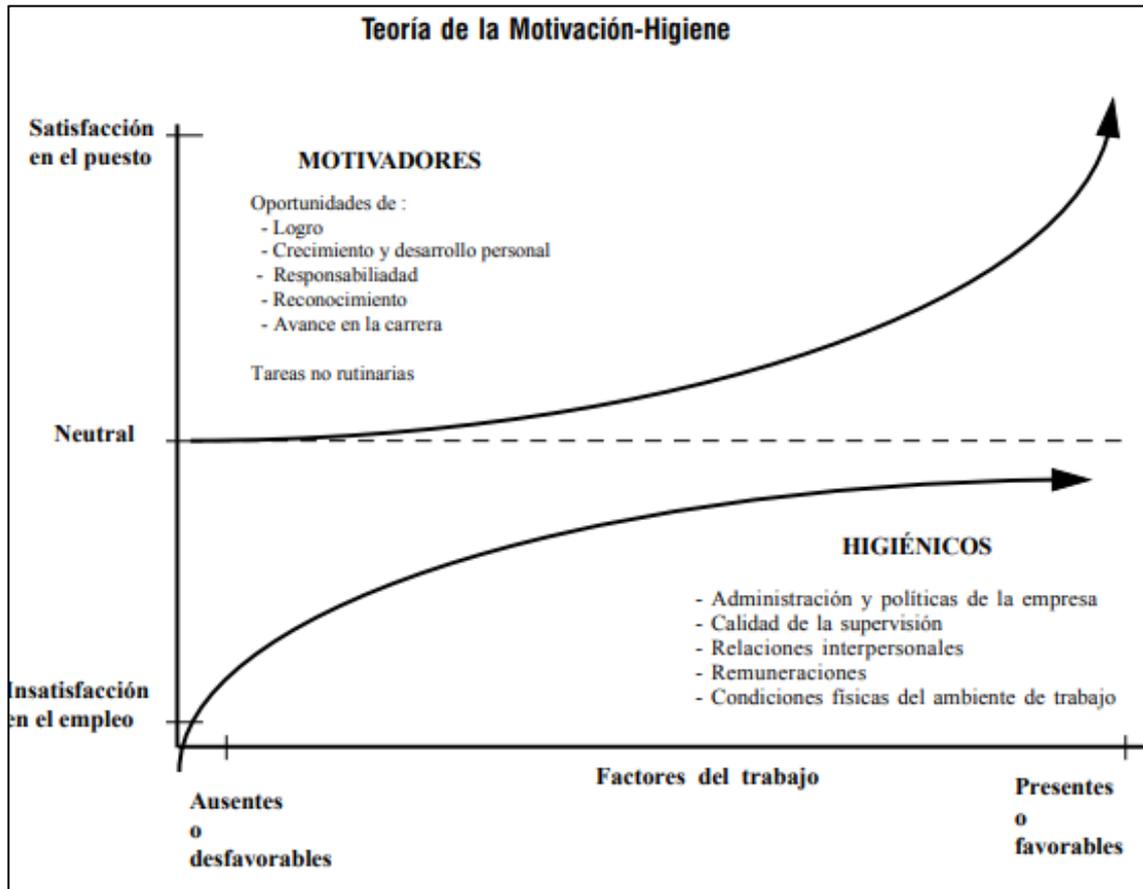
(Pinto, 2002, págs. 81-85) Pinto menciona que Herzberg nos deja una base para que el personal se desarrolle adecuadamente en su puesto laboral, esta es la teoría de los dos factores: factor de higiene, el cual abarca la supervisión, las relaciones interpersonales, las prestaciones, la seguridad en el trabajo y las políticas y prácticas administrativas de la empresa, pero estas no necesariamente dan una motivación permanente solo disminuye o desaparece la insatisfacción.

Otro factor es la motivación, integra la realización personal en el puesto de trabajo, reconocimiento al desempeño, generación de mayor responsabilidad en el trabajo, oportunidad de avance y crecimiento profesional, estos contribuirían a tener una motivación más elevada el cual eleva el desempeño

Por lo anteriormente expuesto, se puede decir que el factor de higiene es importante pero el factor motivación lo es mucho más ya que el personal obtiene una satisfacción alta, estos factores nos permitirán establecer una adecuada estrategia motivacional, el cual contribuiría al desarrollo organizacional y al éxito de una buena gestión estratégica

**Figura 1**

*Teoría de la Motivación-higiene*



Nota: Revista Universidad EAFIT

## Dimensiones de la Gestión Estratégica

### Dimensión 1: La planificación

Es parte importante de la gestión estratégica, ya que se decide el futuro de la organización. En esta etapa se planifica de manera metódica y organizada (misión, visión, ambiente y objetivos estratégicos) que permite el desarrollo económico y financiero de la organización (Sánchez Jacas, 2017).

## Dimensión 2: Dirección

Según (Arnoletto, 2014) en la dirección se ejecuta los planes para conseguir el objetivo y/o las metas, apoyándonos de la supervisión, comunicación y motivación para que estos se efectúen de manera efectiva.

## Dimensión 3: Evaluación.

Según (Wheelen & Hunger, 2007, pág. 263) La Evaluación y control es la etapa de verificación del cumplimiento de las actividades, ver si rinde o no, de existir un problema se deberá corregir, normalmente el cambio se debe de efectuar en la conducta del personal, si se observa mayores observaciones intervendrían los profesionales de alta dirección, desarrollando las correcciones.

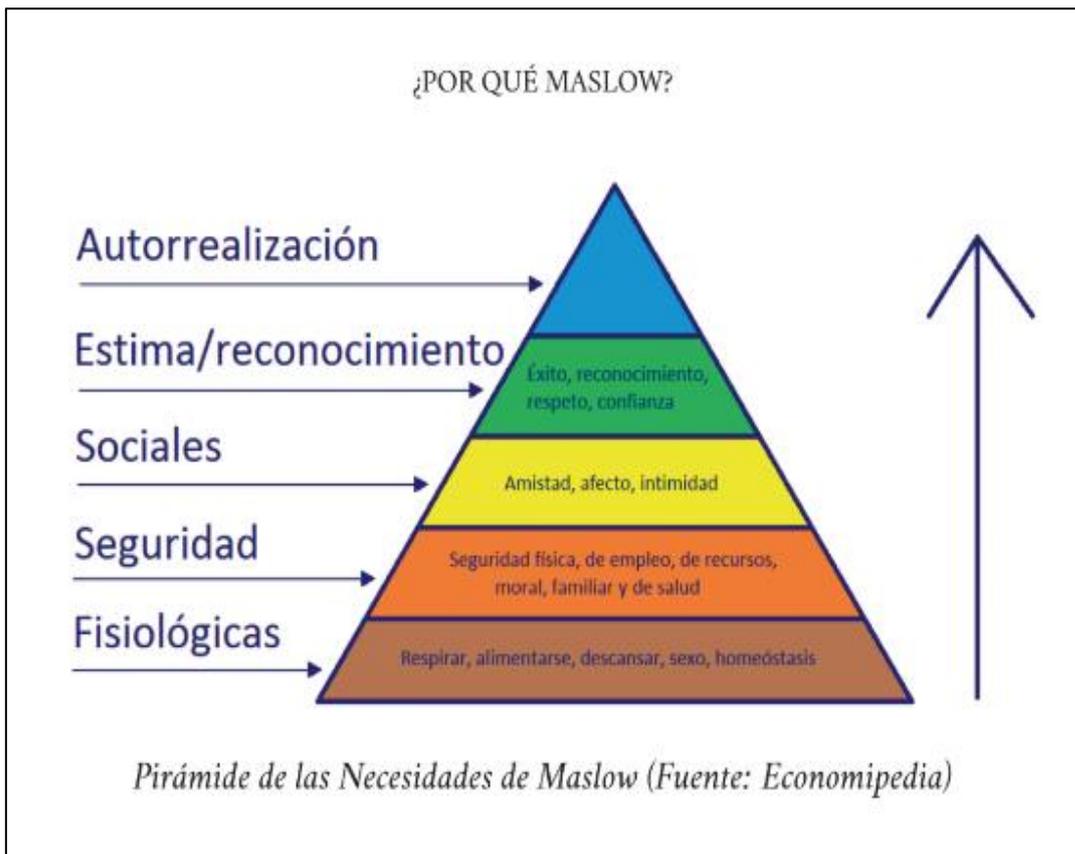
Ahora procedemos a señalar la segunda variable: *Estándar de satisfacción*

Podemos definir que el Estándar de satisfacción es el proceso de interacción entre el cliente y la organización, el cual mide la calidad de los servicios y bienes, dando como resultado niveles de satisfacción, en dicho proceso la variable ya no es estática por que se observa dimensiones que contribuyen a maximizarlo o minimizarlo (Quispe Fernández & Ayaviri Nina, 2016).

(Rodulfo, 2021)Según menciona el autor, la teoría de las necesidades de Maslow, consiste es satisfacer en forma jerárquica las necesidades del individuo según las circunstancias externas o circunstancias individuales, al satisfacer las necesidades básicas, aparecerán necesidades nuevas y superiores.

## **Figura 2**

*Pirámide de las Necesidades de Maslow*



Nota: Economipedia 2021

Por lo mencionado en el párrafo anterior, las necesidades de las personas se pueden trasladar a las necesidades que tenemos que satisfacer a los clientes, ellos con cada compra o adquisición de un servicio, tienen la expectativa que el próximo servicio tenga aun mayor calidad que el anterior. En el caso de la odontología, el paciente tiene la expectativa que la atención sea agradable, sin dolor y con un acabado muy profesional. Es ahí que iniciamos la retroalimentación, por qué ellos regresarían porque la atención fue excelente. Satisficieron sus necesidades de sonrisa, ya que actualmente tener una buena imagen y esto es muy importante para la sociabilización de la persona.

#### Dimensiones de los Estándares de Satisfacción

##### Dimensión 1: Satisfacción

Según el autor (Kotler, 2006) La satisfacción del cliente se define *como el estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicios con sus expectativas*. Actualmente, el paciente tiene una variedad de alternativas tanto en productos como servicios por lo que le cuesta

decidirse, es ahí que la empresa debe de tener como estrategia la fidelización del cliente y/o paciente, desarrollando productos y servicios según sus necesidades.

Dimensión 2: Servicio.

Según (Gil Lopez, 2020, pág. 11) .Es un conjunto de acciones o actividades que se implementan en el proceso de adquisición de un producto o servicio ya sea físico o no, este debe ser enfocado también en el grado de cumplimiento del servicio ya que nos daría como beneficio la satisfacción del cliente, por ende, el retorno del mismo.

Dimensión 3: Fidelidad:

Según (Cestau Liz, 2020, pág. 54) Se puede definir que la fidelidad es el más alto de nivel de satisfacción, este puede ser medido a través de los consumidores, que se ve reflejando en la preferencia hacia el producto o servicio que ofrece la organización, la fidelidad nos indica también cuando es imprescindible hacer los cambios ya que, si su lealtad disminuye, significa que no estamos cumpliendo con el nivel de satisfacción.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de Investigación

##### Tipo de investigación

La presente investigación usó el tipo o alcance de investigación básica. El estudio se basó en el enfoque cuantitativo centrándose en los datos obtenidos mediante las encuestas, cuestionarios, representándose numéricamente y analizándose estadísticamente.

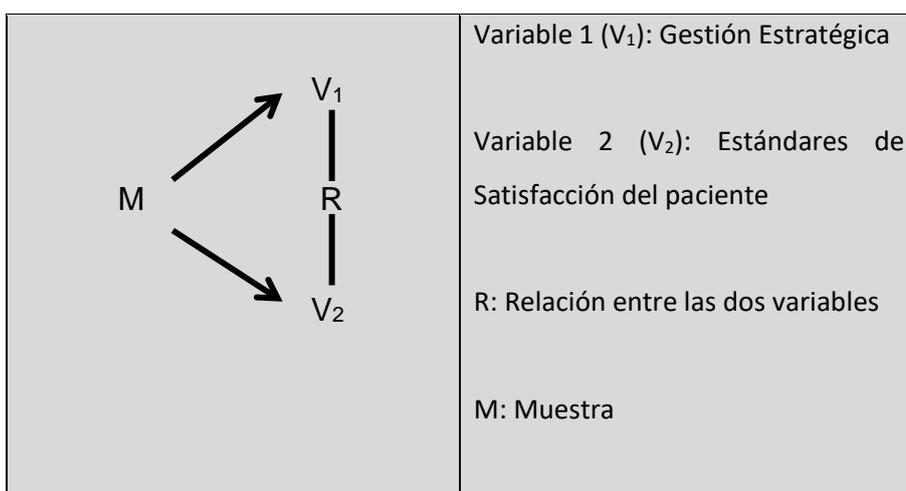
##### Diseño de Investigación

El diseño que se utilizó es correlacional, la cual nos permitió tener un grado de asociación de los conceptos, el comportamiento o influencia entre las variables vinculadas Gestión Estratégica y Estándar de Satisfacción del paciente, permitiendo cuantificarlos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 94)

No experimental de corte transversal, el cual midió la Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del paciente, las variables no fueron manipuladas de forma deliberada para observar el fenómeno en su ambiente natural. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 152).

#### Figura 3

##### Esquema del diseño



### 3.2 Variable y operacionalización

#### Variable 1: Gestión Estratégica

##### Definición conceptual

Se podría decir que la Gestión estratégica es sinónimo de Administración estratégica; entonces partamos por el concepto de administración, se dice que la administración es la unión de varias disciplinas como la planificación, preparación de objetivos estratégicos, dirección, y la evaluación de los resultados, es todo un conjunto de conocimientos que permite optimizar las decisiones. (Torres Hernández, 2014)

##### Definición operacional

Se empleó como instrumento el cuestionario con un total de 9 ítems. Se utilizó una escala de medición ordinal para medir las dimensiones de la variable Gestión Estratégica, para el presente proyecto de tesis se utilizó la escala de Likert. (1) Muy bajo (2) Bajo (3) Regular (4) Alta (5) Muy alta.

##### Dimensiones e Indicadores

Planificación (Ambiente, misión, visión y objetivos estratégicos)

Dirección (Capacitación, motivación y toma de decisiones)

Evaluación (Resultados y control)

##### Escala de Medición

Ordinal: Se usó esta escala ordinal ya que permite medir los atributos por medio de categorías:

- Muy alta
- Alta
- Media
- Baja
- Muy baja

#### Variable 2: Estándares de Satisfacción

##### Definición conceptual

Podemos definir que Estándar de satisfacción es el proceso de interacción entre el cliente y la organización, el cual mide la calidad de los servicios y bienes, dando como resultado niveles de satisfacción, en dicho proceso la variable ya no es estática por que se observa dimensiones como

la satisfacción, servicio y fidelidad, que contribuyen a maximizarlo o minimizarlo (Quispe Fernández & Ayaviri Nina, 2016)

Definición operacional

Se empleó como instrumento el cuestionario con un total de 5 ítems. Se utilizó una escala de medición ordinal para medir las dimensiones de la variable estándares de satisfacción al paciente, para el presente proyecto de tesis se utilizará la escala de Likert. (1) Muy bajo (2) Bajo (3) Regular (4) Alta (5) Muy alta

Dimensiones e Indicadores

Planificación (Ambiente, misión, visión y objetivos estratégicos)

Satisfacción (Expectativa)

Servicio (Intención de volver a usar el servicio y cumplimiento del servicio)

Fidelidad (Lealtad del paciente y cumplimiento al paciente)

Escala de Medición

Ordinal: Se usó esta escala ordinal ya que permite medir los atributos por medio de categorías:

- Muy alta
- Alta
- Media
- Baja
- Muy baja

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

Población: Esta población comprendió el promedio de pacientes atendidos dentro del mes (170)

Muestra: para la investigación, primero se utilizó la muestra piloto de una población de 30 personas y luego se aplicó de forma definitiva según el resultado del análisis matemático, el mismo que estuvo conformado por los pacientes del Consultorio Odontológico, ubicado en el distrito de Santiago de Surco, Lima, Perú.

**Tabla 1**

*Determinación de la muestra*

Parámetro	Valor	Leyenda
N	256	Tamaño de la Población
Z	1.96	Parámetro estadístico que depende el N (95%)
P	50%	Probabilidad que ocurra el evento estadístico(éxito)
Q	50%	(1-p) = probabilidad de que no ocurra (fracaso)
E	5%	Error de estimación máximo aceptado

Se utilizó el siguiente modelo matemático para determinar la muestra de estudio. Población Finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$
$$n = \frac{170 * 1.96_{\alpha}^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (170 - 1) + 1.96_{\alpha}^2 * 0.50 * 0.50}$$

$n = 118.062044$  Tamaño de la Muestra

**Reemplazando:**

Son 118 pacientes del Consultorio Odontológico CD

Criterios de Inclusión

- Número de Pacientes que asisten al Consultorio Odontológico en un mes: 170 pacientes

Muestreo: El tipo de muestreo es por conveniencia no probabilístico

Criterios de exclusión

- Pacientes que no deseen participar
- Personas que no han usado el servicio
- Trabajadores del consultorio odontológico

### 3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Los datos obtenidos para la realización del presente trabajo de investigación se basaron en la encuesta, esto nos permitió obtener la información sobre la variable Gestión estratégica y estándares de atención al paciente.

Los datos necesarios se obtuvieron del siguiente instrumento de recolección. Se elaboraron cuestionarios divididos en dos partes; el primero, describió la Gestión Estratégica y el segundo, describió los Estándares de Satisfacción.

**Tabla 2**

*Estadística de fiabilidad*

No. De Ítems	Instrumento	Alpha de Cronbach
09	Cuestionario: "Gestión Estratégica"	0.82
05	Cuestionario: "Estándar de Satisfacción"	de 0.81

**Tabla 3**

*Interpretación de los coeficientes de validez de confiabilidad*

Rangos	Magnitud
0.81 -1.00	Muy alto
0.61 -0.80	Alto
0.41 – 0.60	Moderada
0.21 – 0.40	Baja
0.01 – 0.20	Muy baja

### 3.5 Procedimientos

Los datos se han obtenido a través del Consultorio Odontológico CD mediante encuestas, tipos cuestionarios, estas fueron digitales usando el aplicativo "Google Form". Con anterioridad, al paciente seleccionado de forma aleatoria, se le enviarán por whatsapp la información adecuada

explicándoles el motivo del análisis de la investigación, solicitando el consentimiento del mismo.

### **3.6 Método de análisis de datos**

La encuesta estaba dividida en dos partes, la primera encuesta es para medir la variable de Gestión estratégica y la segunda encuesta es para medir la variable de Estándar de atención al paciente, cada una con sus respectivas dimensiones usando una base de datos Excel y el sistema SPSS. Debido a que los datos son ordinales, no es necesario hacer la prueba de normalidad por lo que se utilizó el estadístico Rho Spearman.

Los resultados fueron a través de tablas y gráficos, donde figura si la hipótesis y el objetivo se cumplen o no.

### **3.7 Aspectos éticos**

(Santillan López, 2018) Según este artículo, una investigación es muy influyente si está desarrollada bajo un aspecto de conducta moral, esto es básico ya que ahora esa información se encuentra con mayor facilidad debido a la tecnología, además el que prepara la investigación debe ser un líder ético.

(Salazar Raymond, Icaza Guevara, & Alejo Machado, 2018) Los autores de este artículo definen la ética como el resultado de la cultura que hay en la sociedad y que tiene gran importancia en el aspecto profesional y en la realización de los trabajos de investigación ya que da realce a los autores respetando sus estilos normativos y referenciación.

El presente trabajo de investigación, es desarrollado con datos reales, los mismos que nos permite obtener resultados precisos, también se ha trabajado bajo las Normas APA, citando debidamente a los autores que nos ayudan como fuente de información, protegiendo su propiedad intelectual.

#### IV. RESULTADOS

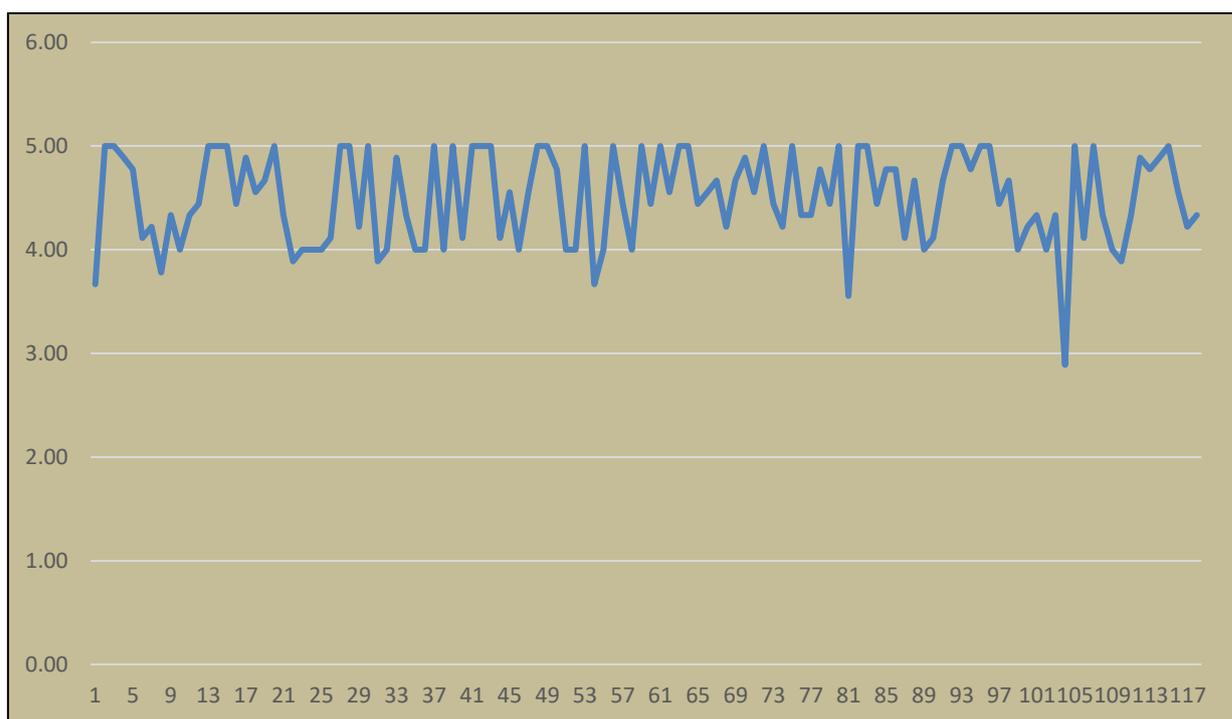
En este capítulo presentamos los objetivos con sus respectivas respuestas que han sido formulados en la presente investigación, a continuación, tenemos:

##### **Respecto al objetivo específico (1) describir el nivel de la Gestión Estratégica**

Según la muestra

##### **Figura 4**

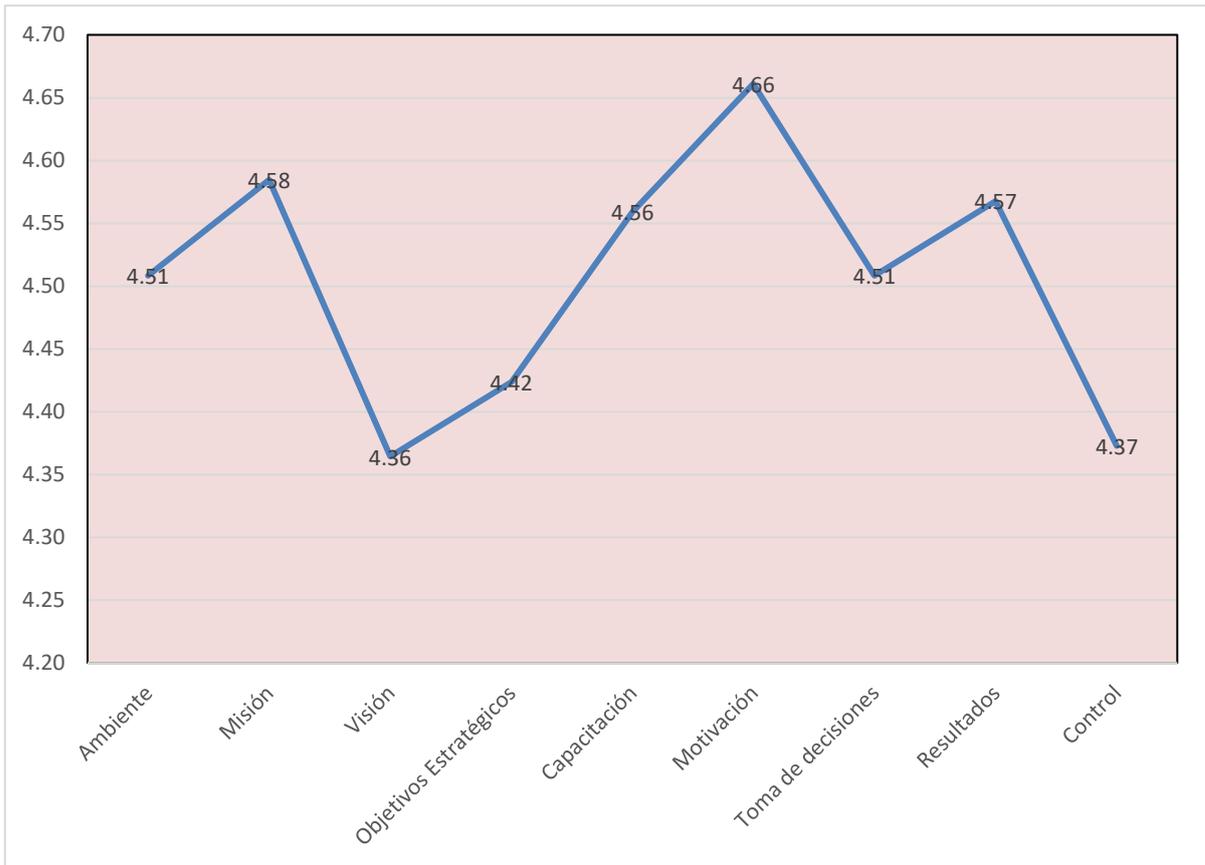
*Descripción de los niveles de la gestión estratégica según la muestra del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022*



**Interpretación:** En la figura superior vemos que el nivel mínimo es 2.89 “Baja” y el máximo 5 “Muy alto”. El promedio es 4.51 “Alto”; la mediana es 5 “Muy Alto” que significa que el 50% valora el nivel con una cifra menor de 5 “Muy Alto” y el otro 50% valora al nivel con una cifra mayor a 5 “Muy Alto”

##### **Figura 5**

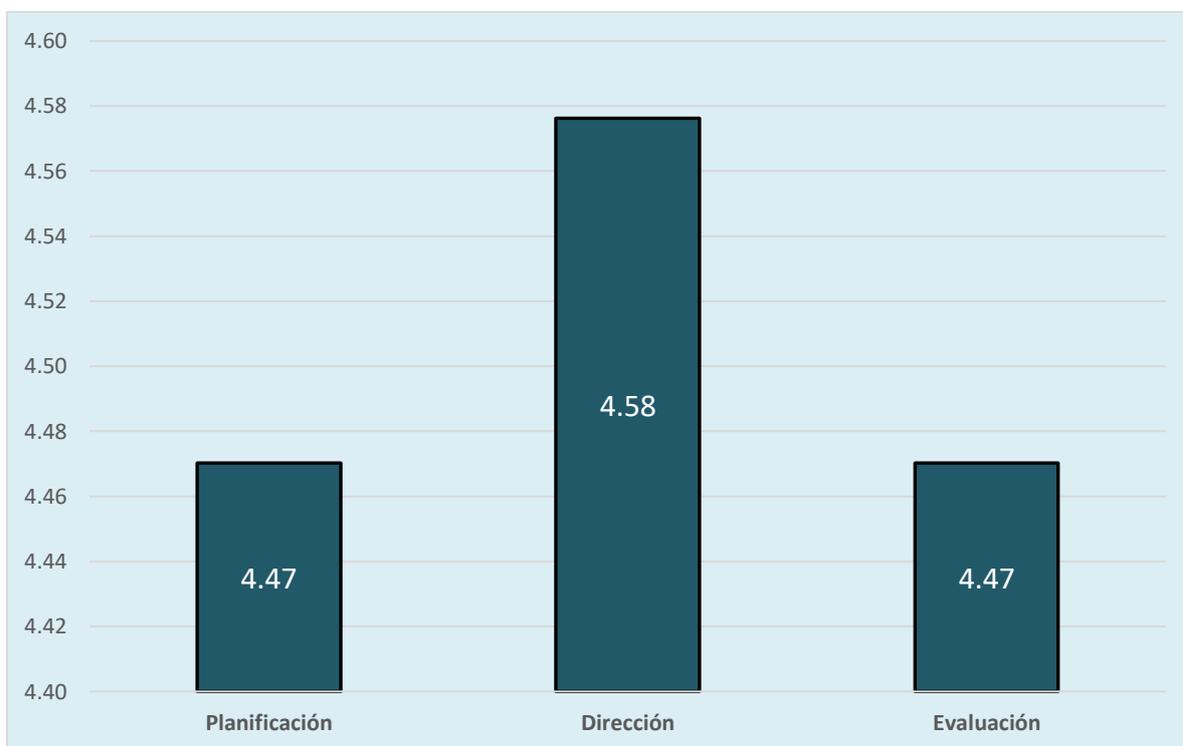
*Descripción de los niveles de la gestión estratégica según los indicadores en el CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022*



**Interpretación:** En la figura superior vemos que el nivel mínimo es 4.36 “Alto” que corresponde al indicador **visión** y el máximo 4.66 “Alto” que corresponde al indicador **motivación**. El promedio es 4.51 “Alto”.

## Figura 6

Descripción de los niveles de la gestión estratégica según las dimensiones en el CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022



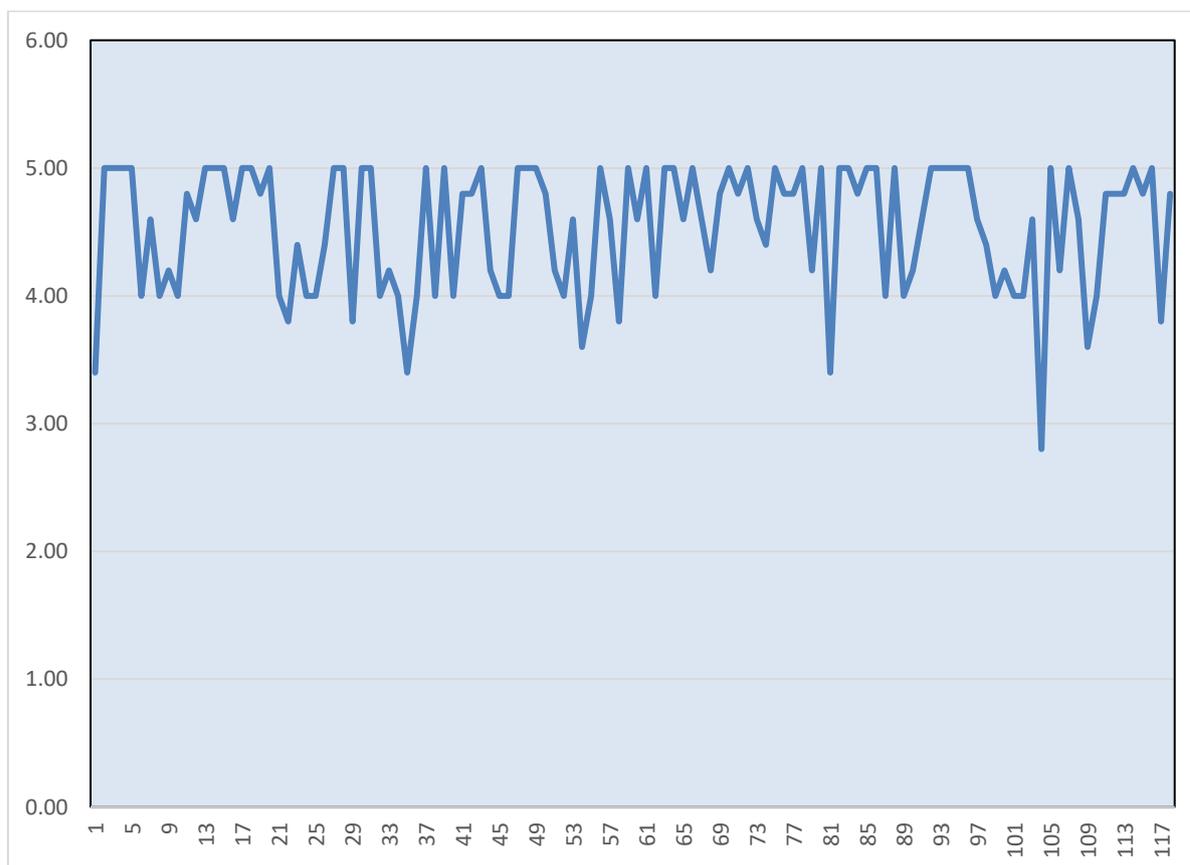
**Interpretación:** En la figura superior vemos que el nivel mínimo es 4.47 “Alto” que corresponde a las dimensiones **planificación** y **Evaluación** y el máximo 4.58 “Alto” que corresponde a la dimensión **dirección**. El promedio es 4.51 “Alto”.

**Respecto al objetivo específico (2) describir el nivel de los estándares de satisfacción**

Según la muestra

**Figura 7**

*Descripción de los niveles de los estándares de satisfacción según la muestra del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022*



**Interpretación:** En la figura superior vemos que el nivel mínimo es 2.80 “Baja” y el máximo 5 “Muy alto”. El promedio es 4.54 “Alto”; la mediana es 5 “Muy Alto” que significa que el 50% valora el nivel con una cifra menor de 5 “Muy Alto” y el otro 50% valora al nivel con una cifra mayor a 5 “Muy Alto”

### Figura 8

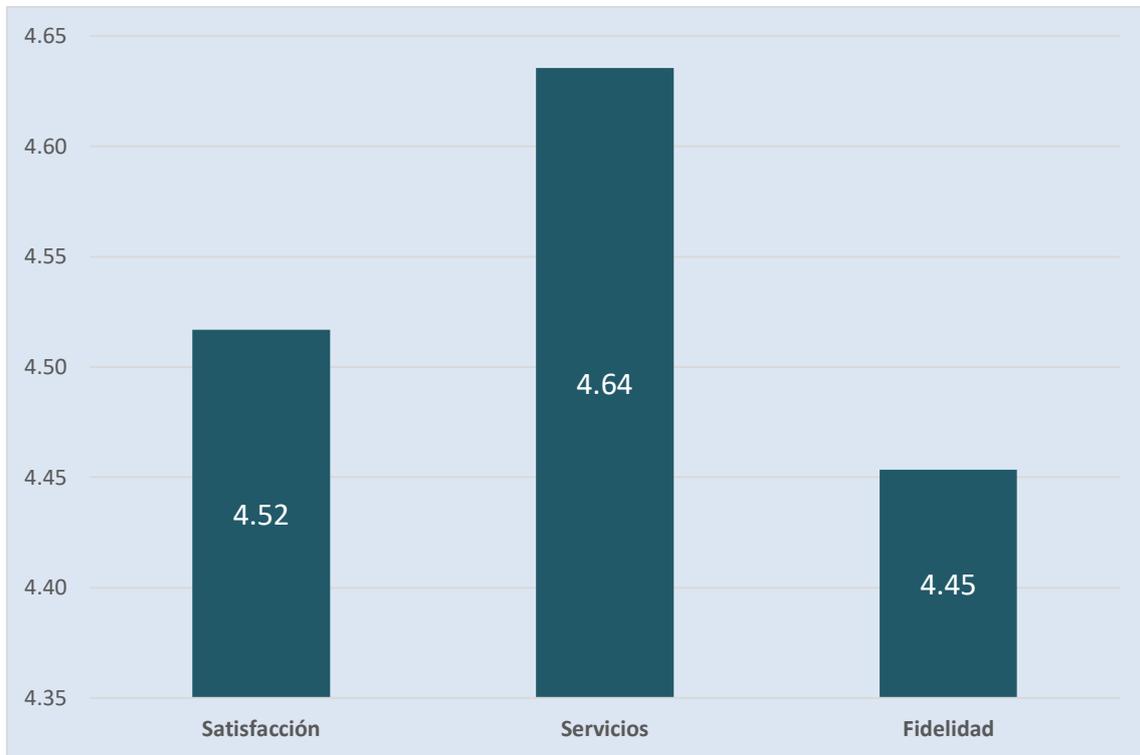
Descripción de los niveles de los estándares de satisfacción según los indicadores en el CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022



**Interpretación:** En la figura superior vemos que el nivel mínimo es 4.34 “Alto” que corresponde al indicador **lealtad** y el máximo 4.71 “Alto” que corresponde al indicador **intención de volver a usar el servicio**. El promedio es 4.54 “Alto”.

### Figura 9

Descripción de los niveles de los estándares de satisfacción según las dimensiones en el CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022



**Interpretación:** En la figura superior vemos que el nivel mínimo es 4.45 “Alto” que corresponde a la dimensión **fidelidad** y el máximo 4.64 “Alto” que corresponde a la dimensión **servicios**. El promedio es 4.54

**Respecto al objetivo específico (3) Determinar el efecto de la Gestión Estratégica y la Satisfacción del paciente**

**Tabla 4**

*Correlación de Spearman entre Gestión Estratégica y Satisfacción en muestra de pacientes de Consultorio Odontológico CD. Santiago de Surco. Febrero 2022*

<b>Correlación de Spearman entre Gestión Estratégica y Satisfacción</b>		<b>Gestión_Estratégica</b>	<b>Satisfacción</b>	
Rho de Spearman	Gestión Estratégica	Coefficiente de correlación	1,000	,720**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	118	118
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,720**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	118	118

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

**Interpretación:** En la Tabla 4 nos muestra la respuesta a la pregunta ¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente? Donde el efecto de correlación “positiva considerable” es de 0.720 o 72%. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis “Existe relación directa entre la **gestión estratégica** y la dimensión **satisfacción**”. Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%).

**Respecto al objetivo específico (4) determinar el efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente**

**Tabla 5**

*Correlación de Spearman entre Gestión Estratégica y Servicios en muestra de pacientes de Consultorio Odontológico CD. Santiago de Surco. Febrero 2022*

<b>Correlación de Spearman entre Gestión Estratégica y Servicios</b>		Gestión_Estratégica	Servicios
Rho de Spearman	Gestión Estratégica	Coficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,742**
		N	118
	Servicios	Coficiente de correlación	,742**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	118

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

**Interpretación:** En la Tabla 5 nos muestra la respuesta a la pregunta ¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente? Donde el efecto de correlación “positiva considerable” es de 0.742 o 74.2%. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis “Existe relación directa entre la **gestión estratégica** y la dimensión **servicios**”. Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%).

**Respecto al objetivo específico (5) determinar el efecto de la Gestión Estratégica y la Fidelidad del paciente**

**Tabla 6**

*Correlación de Spearman entre Gestión Estratégica y Fidelidad en muestra de pacientes de Consultorio Odontológico CD. Santiago de Surco. Febrero 2022*

<b>Correlación de Spearman entre Gestión Estratégica y Satisfacción</b>		Gestión_Estratégica	Fidelidad	
	Gestión_Estratégica	Coeficiente de correlación	1,000	,785**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	118	118
Rho de Spearman	Fidelidad	Coeficiente de correlación	,785**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	118	118

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

**Interpretación:** En la Tabla 6 nos muestra la respuesta a la pregunta ¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente? Donde el efecto de correlación “positiva fuerte” es de 0.785 o 78.5%. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis “Existe relación directa entre la **gestión estratégica** y la dimensión **satisfacción**”. Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%).

**Respecto al objetivo específico (6) contrastar la hipótesis de relación de la Gestión Estratégica y Estándares de satisfacción**

**Contrastación de hipótesis**

Parámetros para contrastar

- a) **Tipo de escala:** ordinal (*Rho de Spearman*)
- b) **Nivel de error: alfa =** menor o igual a 0.05; equivalente a 5%
- c) **Nivel de confiabilidad =** mayor o igual 95%
- d) **Aceptación de hipótesis** "Existe relación significativa de la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio odontológico CD, Santiago de Surco, 2022"
- e) **Rechazo de hipótesis** "Existe relación significativa de la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio odontológico CD, Santiago de Surco, 2022"
- f) **Conclusión:** Aceptamos la hipótesis

**Tabla 7**

*Correlación de Spearman entre Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción en muestra de pacientes de Consultorio Odontológico CD. Santiago de Surco. Febrero 2022*

		<i>Estándar_de_</i>	
		<i>Gestión_Estratégica</i>	<i>Satisfacción</i>
<b><i>de Satisfacción</i></b>			
<i>Gestión_Estratégica</i>	Coeficiente de correlación	1,000	,849**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	118	118
Rho de Spearman	<i>Estándar_de_Satisfacción</i>		
	Coeficiente de correlación	,849**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	118	118

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

**Interpretación:** En la Tabla 7 nos muestra la respuesta a la pregunta ¿Cuál es el efecto en la contrastación de la Gestión Estratégica y Estándares de satisfacción? Donde el nivel de correlación “positiva muy fuerte” es de 0.849 o 84.9%. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se

acepta la hipótesis “Existe relación directa entre las variables **gestión estratégica** y **estándar de satisfacción**”. Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%).

## **V. DISCUSIÓN**

Es el proceso de confirmar o negar los antecedentes comparando con los resultados de la investigación. Asimismo, confrontar el cumplimiento de la teoría con los resultados.

### **Respecto al objetivo específico (1) describir el nivel de la Gestión Estratégica**

(Ramírez Molina, Villalobos Antúnez, & Herrera Tapias, 2018) Evalúa la influencia del talento humano en la gestión estratégica, mediante un cuestionario con una muestra de 38 gerentes dando por conclusión un término medio de satisfacción, debiendo mejorar la selección del personal, diseñar los puestos y el sistema de información. Por lo cual, debemos de indicar que la Gestión estratégica debe de tener un proceso de retroalimentación en el talento humano, mantener una capacitación continua y considerar la estabilidad emocional del personal. Así como el sistema tecnológico para adecuar con mayor facilidad las estrategias de la organización. Los resultados fueron: el nivel mínimo es 2.89 “Baja” y el máximo 5 “Muy alto”. El promedio es 4.51 “Alto”; la mediana es 5 “Muy Alto” que significa que el 50% valora el nivel con una cifra menor de 5 “Muy Alto” y el otro 50% valora al nivel con una cifra mayor a 5 “Muy Alto”

Se confirma lo indicado por los autores (Ramírez Molina, Villalobos Antúnez, & Herrera Tapias, 2018)

Se podría decir que la Gestión estratégica es sinónimo de la Administración estratégica, cuyo concepto es más dinámico, ya que permite establecer los objetivos a corto, mediano y largo plazo, desarrollando las estrategias adecuadas y retroalimentándose a medida que se van encontrando desafíos, logrando el objetivo principal que es la supervivencia de la organización a través de los años. Este mismo, se relaciona con la palabra administración ya que parte fundamental para el desarrollo de la misma es seguir un conjunto integrado de los conceptos básicos de la administración, como la administración financiera, financiera, ventas, marketing etc. que facilitan el desarrollo de la administración pública y privada.

Se confirma la teoría general de la administración que es la unión de varias teorías que incluyen la planificación, preparación de objetivos y gestiones estratégicas, dirección, y la evaluación de los resultados, todo un conjunto de conocimientos que permite optimizar las decisiones. (Torres Hernández, 2014, págs. 5-6)

## **Respecto al objetivo específico (2) describir el nivel de los estándares de satisfacción**

(Carlson, Wyllie, Rahman, & Voola, 2019) En este artículo en inglés se investiga si existe relación entre las dimensiones del valor percibido por el cliente, la satisfacción del cliente y la lealtad; se observa que en la dimensión auto gratificación existe un efecto positivo entre el precio, la calidad con la satisfacción y la lealtad, y la dimensión del valor percibido no existe efecto positivo en la satisfacción y la lealtad. Encontrándose finalmente que la satisfacción del cliente tiene efecto positivo directo en la lealtad.

Por lo anteriormente mencionado, podemos concluir que el cliente encuentra satisfacción en relación a precio y calidad, es un factor importante en tomar en cuenta al hacer el planeamiento estratégico. Los resultados fueron: nivel mínimo es 2.80 “Baja” y el máximo 5 “Muy alto”. El promedio es 4.54 “Alto”; la mediana es 5 “Muy Alto” que significa que el 50% valora el nivel con una cifra menor de 5 “Muy Alto” y el otro 50% valora al nivel con una cifra mayor a 5 “Muy Alto”. Se confirma lo indicado por los autores (Carlson, Wyllie, Rahman, & Voola, 2019)

Se confirma la teoría de las necesidades de Maslow, la cual consiste en satisfacer de forma jerárquica las necesidades del individuo según las circunstancias externas o circunstancias individuales, al satisfacer las necesidades básicas, aparecerán necesidades nuevas y superiores (Rodulfo, 2021)

## **Respecto al objetivo específico (3) determinar el efecto de la Gestión Estratégica y la Satisfacción del paciente**

(Serruto Perea, Huarachi Chávez, Loaiza Chumacero, Fernández Chávez, & Holguín Segura, Análisis de Gestión Estratégica del Sector Hotelero en la Región Lambayeque, 2019) Análisis de Gestión Estratégica del Sector Hotelero en la Región Lambayeque. Esta investigación se centra en analizar los factores de éxito y los niveles de desempeño en hoteles de tres estrellas, se concluyó que el 72% de la muestra, está relacionado el éxito con las instalaciones, calidad de servicio, posicionamiento y tecnología con el nivel de desempeño de satisfacción del cliente, garantizando el éxito y satisfacción del cliente.

Los resultados muestran el efecto de asociación “positiva considerable”, donde indica 72% de los datos asociados. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo mayor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis “Existe

relación directa entre la **gestión estratégica** y la dimensión **satisfacción**". Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%).

Se confirma que *la satisfacción* del cliente consiste que *el estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicios con sus expectativas*. Actualmente, el paciente tiene una variedad de alternativas tanto en productos como servicios por lo que le cuesta decidirse, es ahí que la empresa debe de tener como estrategia la fidelización del cliente, desarrollando productos y servicios según sus necesidades (Kotler, 2006)

#### **Respecto al objetivo específico (4) determinar el efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente.**

(Alvarez Botello, Chaparro Salinas, & Reyes Pérez, 2015)en este artículo se estudia la importancia que tiene la satisfacción del usuario dentro los servicios de calidad que ofrece la organización, para eso se aplicó el instrumento en base a la escala de Likert a los estudiantes del sistema educativo. El resultado concluye que los estudiantes están mayormente satisfechos con la habilidad de enseñanza de los docentes, pero poco satisfechos con la infraestructura y gestión administrativas, la prueba del Chi-cuadrado demuestra que existe gran diferencia entre la entre las universidades pública y privadas.

Por lo anteriormente expuesto, se puede indicar que la satisfacción del usuario es parte importante para que el sistema funcione, esta satisfacción debe ser cubierta en su totalidad, tanto en infraestructura, servicios y calidad profesional. Lo que se puede concluir que la variable satisfacción está influenciada por la calidad que la organización ofrece

Los resultados muestran el efecto en la asociación es "positiva considerable", donde indica 74.2% de los datos asociados. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis "Existe relación directa entre la **gestión estratégica** y la dimensión **servicios**". Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%).

Se confirma la teoría, donde el servicio es un conjunto de acciones o actividades que se implementan en el proceso de adquisición de un producto o servicio ya sea físico o no, este debe ser enfocado también en el grado de

cumplimiento ya que nos daría como beneficio la satisfacción del cliente, por ende, el retorno del mismo (Gil Lopez, 2020, pág. 11)

### **Respecto al objetivo específico (5) determinar el efecto de la Gestión Estratégica y la Fidelidad del paciente**

(Carlson, Wyllie, Rahman, & Voola, 2019) En este artículo en inglés se investiga si existe relación entre las dimensiones del valor percibido por el cliente, la satisfacción del cliente y la lealtad; se observa que en la dimensión auto gratificación existe un efecto positivo entre el precio, la calidad con la satisfacción y la lealtad, y la dimensión del valor percibido no existe efecto positivo en la satisfacción y la lealtad. Encontrándose finalmente que la satisfacción del cliente tiene efecto positivo directo en la lealtad.

El resultado nos muestra el efecto en la asociación es “positiva muy fuerte”, donde indica 78.5% de los datos asociados. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis “Existe relación directa entre la **gestión estratégica** y la dimensión **fidelidad**”. Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%).

Se confirma la teoría donde la fidelidad es el más alto de nivel de satisfacción, este puede ser medido a través de los consumidores, que se ve reflejando en la preferencia hacia el producto o servicio que ofrece la organización, la fidelidad nos indica también cuando es imprescindible hacer los cambios ya que, si su lealtad disminuye, significa que no estamos cumpliendo con el nivel de satisfacción. (Cestau Liz, 2020, pág. 54).

### **Respecto al objetivo específico (6) contrastar la hipótesis de relación de la Gestión Estratégica y Estándares de satisfacción**

(Feldman, y otros, 2007) en este artículo tiene como objetivo medir la satisfacción del paciente respecto a la atención que recibe, los instrumentos fueron mediante cuestionarios y un aparato sociodemográfico de 6 ítems, el resultado fue que el paciente encuentra una diferencia de atención, entre la atención pública a la atención privada, debido a que la pública ofrece condiciones precarias a comparación de la atención privada, así como la diferenciación del servicio ofrecido.

Por lo expuesto, debemos de interpretar que se debe planificar una estrategia y establecer acciones que permitan nivelar el sistema de atención, satisfacción y servicio tanto en la atención privada y pública.

Los resultados fueron que existe una correlación “positiva muy fuerte”, donde indica 84.9% de los datos están asociados. Teniendo como grado de significancia (bilateral) 0.000 siendo menor a 0.05. Esta aseveración se realiza con un nivel de significancia de 0.01 (1%) o con probabilidad de acertar en 0.99 (99%). Por lo tanto, mientras una variable se incrementa la otra también, existiendo una relación “positiva muy fuerte” entre las variables **gestión estratégica** y **estándar de satisfacción**.

## VI CONCLUSIONES

Para realizar las conclusiones se tiene que dar respuesta a los objetivos, preguntas formuladas y/o confirmar, rechazar las hipótesis planteadas

### **Respecto al objetivo específico (1) describir el nivel de la Gestión Estratégica del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022**

Se concluye que el nivel mínimo es 2.89 “Baja” y el máximo 5 “Muy alto”. El promedio es 4.51 “Alto”; la mediana es 5 “Muy Alto”. La respuesta a ¿Cuál es el nivel de la Gestión Estratégica en el paciente? es alto, rechazando la hipótesis “*El nivel de la Gestión Estratégica en el paciente; es medio*”.

### **Respecto al objetivo específico (2) describir el nivel de los estándares de satisfacción del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022**

Se concluye que el nivel mínimo es 2.80 “Baja” y el máximo 5 “Muy alto”. El promedio es 4.51 “Alto”; la mediana es 5 “Muy Alto”. La respuesta a ¿Cuál es el nivel de los estándares de satisfacción del paciente? Es alto, rechazando la hipótesis "El nivel de los estándares de satisfacción del paciente; es medio".

### **Respecto al objetivo específico (3) describir el nivel de la Gestión Estratégica y la Satisfacción del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022**

Se concluye que existe un nivel de correlación de 72% o 0.720 de los datos están asociados. La respuesta a ¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente? Es positiva considerable, rechazando la hipótesis "*El efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente; es medio*".

### **Respecto al objetivo específico (4) describir el nivel de la Gestión Estratégica y el servicio del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022**

Se concluye que existe un nivel de correlación de 0.742 o 74.2% de los datos están asociados. La respuesta a ¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente? es positiva considerable, rechazando la hipótesis "El efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente; es medio"

**Respecto al objetivo específico (5) describir el nivel de la Gestión Estratégica y la Fidelidad del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022**

Se concluye que existe un nivel de correlación de 0.785 o 78.5% de los datos están asociados. La respuesta a ¿Cuál es efecto de la Gestión Estratégica y la fidelidad del paciente? es positiva fuerte, rechazando la hipótesis "El efecto de la Gestión Estratégica y la fidelidad del paciente; es medio".

**Respecto al objetivo específico (6) contrastar la hipótesis de relación de la Gestión Estratégica y Estándares de satisfacción del CONSULTORIO ODONTOLÓGICO CD, Santiago de Surco. Febrero 2022**

Se concluye que existe un nivel de correlación de 0.849 o 84.9% de los datos están asociados y/o relacionados. ¿Cuál es la contrastación de hipótesis de relación a la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción? es positiva muy fuerte, aceptando la hipótesis por tener una relación directa.

## **VII RECOMENDACIONES**

En este capítulo se elabora, considerando el diseño de la investigación, hipótesis nuevas, nuevos problemas e indicando a quien se recomienda, considerando la jerarquía dentro de la organización.

### **Respecto al diseño de la investigación dirigidos a futuros investigadores del campo de la administración.**

Se podría enfocar en un nuevo diseño; pasar del diseño no experimental a otro experimental manteniendo las mismas variables *Gestión Estratégica* y *Estándar de Satisfacción*. Se tendría otro enfoque para comparar con el diseño de la presente investigación. Puesto que, manipulando la primera variable, esta impacta en la segunda variable; así lo valida el presente estudio.

### **Respecto a nuevos problemas dirigidos a investigadores del campo de la administración.**

Se recomienda plantear problemas desde el punto de vista descriptivo tales como describir cada una de las dimensiones de cada una de las variables a fin de cuantificar el nivel o la métrica que midan la *Gestión Estratégica* y *Estándar de Satisfacción*. Así cumplimos el principio de la gerencia estratégica "No se puede mejorar lo que no se puede medir".

### **Respecto a nuevas hipótesis dirigidos a investigadores del campo de la administración.**

Se recomienda plantear hipótesis desde "*Existe relación significativa de la Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio odontológico CD, Santiago de Surco, 2022,*"

a "*Existe impacto significativo de la Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio odontológico CD, Santiago de Surco, 2022, es directo*" Pasando de una hipótesis relacional a una causal

**Respecto a los hallazgos de la investigación dirigido al Gerente de la Empresa.**

Se recomienda mejorar o mantener los niveles del *Gestión Estratégica* y los *Estándares de satisfacción*. Si los niveles están por debajo del promedio es una oportunidad de incrementarlo. Si son regulares es una oportunidad para mejorarlo y si son buenos los niveles es conservar la ***Gestión Estratégica*** para obtener resultados competitivos. En este caso los niveles son “positiva muy fuerte”. La relación 0.849 valida la ***gestión estratégica***; si mejoramos una variable va a tener un alto impacto en la otra variable. Por ello recomendamos gestionarlas desde el punto de vista gerencial.

Una ***Propuesta de Gestión Estratégica y estándares de Satisfacción*** se consolidaría en una recomendación efectiva.

## REFERENCIAS

- Aggerholm, H. K. (2018). Strategic Management in the international Encyclopedia of Estrategic Communication. *Wiley Online Library*, 1-9.
- Alvarez Botello, J., Chaparro Salinas, E. M., & Reyes Pérez, D. E. (2015). Servicios Educativos Brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca. *Revista iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, Volumen 13 Núm 2*.
- Arias Pérez, M. G., & Shinchiguano Pinto, S. J. (Agosto de 2019). Gestión estratégica organizacional aplicada para la determinación de los costos de producción en la empresa Incalsid Cía. Ltda. Ambato, Ecuador.
- Arnoletto, E. J. (2014). *Fundamento de la administración de organizaciones*. Cordova, Argentina: Servicio Académicos internacionales para eumed.net.
- Barrientos-Monsalve, E. J., & Lesmes Silva, A. K. (2020). Strategic management innovation in Asian. *Sostenibilidad, Tecnología y Humanismo*.
- Betancourt, J. (2006). *Gestión Estratégica: Navegando hacia el cuarto paradigma*. Eumed.net.
- Boz, G. (2014). Addressing Critical Business Issues through Strategic Management of Human Resources. *Universitat Autònoma de Barcelona. Departament d'Economia de l'Empresa*.
- Carlson, J., Wyllie, J., Rahman, M. M., & Voola, R. (2019). Enhancing brand relationship performance through customer participation and value creation in social media brand communities. *Journal of Retailing and Consumer services*, 333-341.
- Carter , J. R., & Narasimhan, R. (1994). The Role of Purchasing and Materials Management in Tota Quality Management and Customer Satisfaction. *Wiley Online Library*, 2-13.
- Cestau Liz, A. D. (2020). *CMR y fidelización del cliente*. México: Edición Daniel Cestau Liz.
- Cruz Sumarriva, B. V. (2017). Gestión Estratégica y Competitividad Sostenible en Empresas Gráficas de Lima Metropolitana-2016. Lima, Perú.
- David, F. R. (2008). *Concepto de Administración Estratégica*. México: PEARSON EDUCATION.

- Etleva, L. (2017). The Challenges Faced by The Strategic Management of Public Organizations. *Administratie si Management Public*, 11.
- Fajardo, T., Fajardo, H., & Pinto, L. (2020). Gestión Estratégica del Talento Humano en el Sector Salud de Ecuador. *Revista Científica Electrónica del talento Humano*.
- Feldman, L., Vivas, E., Lugli, Z., Alviarez, V., Pérez, M. G., & Bustamante, S. (2007). La satisfacción del paciente hospitalario: una propuesta de evaluación. *Revista de Calidad Asistencial Vol. 22 Núm. 3*, 133-140.
- Gil Lopez, J. V. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. España: Editorial Elearning S.L.
- Hérnandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de la Mercadotenia*.
- Lazzati, S., & De Luca, R. (2018). *Gestión estratégica en los distintos niveles de la organización*. Argentina: [www.granicaeditor.com](http://www.granicaeditor.com).
- Lenos Trigeorgis, J. J. (2016). Real options theory in strategic management. *Wiley Online Library*, 42-63.
- Lora Salgado, I. M., Tirado Amador, L. R., Montoya Mendoza, J. L., & Simancas Pallares, M. A. (2016). Percepción de satisfacción y calidad de servicios odontológicos en una clínica universitaria de Cartagena, Colombia. *Revista Nacional de Odontología*.
- Maza Figueroa, N. P., & Orozco Acevedo, M. A. (2017). MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO DE UN CAMPUS INTELIGENTE BASADO EN CONCEPTOS DE SMART CITY EN LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA – CAMPUS PIEDRA DE BOLÍVAR. Cartagena, Colombia.
- Milla Toro, S. O., Briseño Martínez, M. A., & Cherres Cordovilla, T. G. (2017). La gestión estratégica: impacto en la toma de decisiones en las empresas grandes y medianas de Tungurahua. *Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios*.
- Molina Albornoz, V. G., & Loli Ponce, R. A. (2002). Determinación de estándares para la acreditación de servicios odontológicos y su aplicación en la clínica

- odontológica y su aplicación en la clínica odontológica de la U.N.M.S.M. 2001. *Revista Nacional de Odontología*.
- Molina Albornoz, V., & Loli Ponce, R. (2002). Determinación de estándares para la acreditación de servicios odontológicos y su aplicación en la clínica odontológica de la U.N.M.S.M.. 2001. *Revista UNMSM - Odontología Sanmarquina*.
- Morales Ospina, A. (2019). El servicio al cliente como estrategia competitiva. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 1(1), 8-20.
- Natarajan, R., & Yi, Y. (2018). *Satisfacción al cliente*. Asia: Asian, sostenibilidad, Tecnología y Humanismo.
- Ntshengedzeni, T. R. (2009). The Effectiveness of Strategic Management in the public service: a case study on the department of local government and housing in Limpopo provincial administration. *University of Kwazulu-Natal*.
- Organización Panamericana de la Salud. (s.f.). *La Salud bucodental es esencia para la salud general*. Obtenido de OPS: [https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=8387:2013-oral-health-vital-overall-health&Itemid=135&lang=es](https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=8387:2013-oral-health-vital-overall-health&Itemid=135&lang=es)
- Ortiz Isaza, L., & Perdomo Gonzáles, L. (2020). Factores destacados en la Gestión del Talento humano para conseguir los objetivos estratégicos de la empresa S&S Administración PH S.A.S. *Resvista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 2(2), 59-77.
- Pinto, J. M. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT*, 81-85.
- Puertas Hidalgo, R., Cadme, E., & Alvarez Nobell, A. (2015). Gestión Estratégica de la Comunicación Digital en la Empresa Ecuatoriana. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*.
- Quispe Fernández, G., & Ayaviri Nina, V. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación al Desarrollo. *Revista empresarial*, 5.
- Ramírez Molina, R. I., Villalobos Antúnez, J. V., & Herrera Tapias, B. A. (2018). Proceso de talento humano en la gestión estratégica. *Repositorio Universidad de la Costa*.

- Rodulfo, J. (2021). *¿Por qué Maslow? Cmo usar su Teoría para permanecer en el Poder para siempre*. Aussie Trading.
- Saavedra González, J. (2005). *Administración Estratégica: Evolución y Tendencias. Economía y Administración*.
- Salazar Manosalvas, F. M., & Del Salto Mariño, E. (2014). Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que siste a la consulta en el departamento Médico del Instituto Nacional Mejía en el periodo 2012. Ecuador: Quito: UCE.
- Salazar Raymond, M. B., Icaza Guevara, M., & Alejo Machado, O. J. (2018). La Importancia de la Ética en la Investigación. *Revista Científica de la Universidad Cienfuegos*.
- Sammut-Bonnici, T. (2015). Strategic Management in Wilen Encyclopediaof Management. *Wiley Online Library*, 1-4.
- Sánchez Jacas, I. (2017). La planeación estratégica en el Sistema de Salud cubano. 2-3.
- Santillan López, L. G. (2018). La importancia de la ética en la Investigación. *Revista Académica Ecuatoriana e Iberoamericana* , 31.
- Serna Gómez, H. (2006). En servicio al cliente. *Panamericana Editorial Ltda*.
- Serruto Perea, Y. A., Huarachi Chávez, J., Loaiza Chumacero, S., Fernández Chávez, M., & Holguín Segura, M. (2019). Análisis de gestión estratégica del sector hotelero en la región Lambayeque. *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*.
- Serruto Perea, Y. A., Huarachi Chávez, J., Loaiza Chumacero, S., Fernández Chávez, M., & Holguín Segura, M. (2019). Análisis de Gestión Estratégica del Sector Hotelero en la Región Lambayeque. *USAT-Revistas*.
- Silva Zapata, V. A. (2012). La gestion administrativa y su efecto en las ventas del ón SalcedoSupermercado Balarezo Paez Cía. Ltda., del cant. *Universidad Técnica de Ambato*.
- Suárez Alvarez, L., Vásquez Casielles, R., & Díaz Martín, A. M. (2007). La confianza y la satisfacción del cliente: variables clave en el sector turístico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol 16, núm 3, 115-132.
- Torres Hernández, Z. (2014). *Teoria General de la Administración*. Grupo Editorial Patria.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

## ANEXOS

### ANEXO 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN Y VARIABLES

Variable 1	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
<b><i>Gestión Estratégica</i></b>	Se podría decir que la Gestión estratégica es sinónimo de Administración estratégica; entonces partamos por el concepto de administración, se dice que la administración es la unión de varias disciplinas como la planificación, preparación de objetivos estratégicos dirección, y la evaluación de los resultados, es todo un conjunto de conocimientos que permite optimizar las decisiones. (Torres Hernández, 2014, págs. 5-6)	Se empleará como instrumento el cuestionario con un total de 9 ítems. Se utilizará una escala de medición ordinal para medir las dimensiones de la variable Gestión Estratégica, para el presente proyecto de tesis se utilizará la escala de Likert. (1) Muy bajo (2) Bajo (3) Regular (4) Alta (5) Muy alta	Planificación	Ambiente Misión Visión Objetivos Estratégicos	Ordinal
			Dirección	Capacitación  Motivación  Toma de decisiones	
			Evaluación	Resultados    Control	

Variable 2	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
<b>Estándar de Satisfacción del Paciente</b>	Podemos definir que Estándar de satisfacción es el proceso de interacción entre el cliente y la organización, el cual mide la calidad de los servicios y bienes, dando como resultado niveles de satisfacción, en dicho proceso la variable ya no es estática por que se observa dimensiones como la satisfacción, servicio y fidelidad, que contribuyen a maximizarlo o minimizarlo (Quispe Fernández & Ayaviri Nina, 2016)	Se empleará como instrumento el cuestionario con un total de 5 ítems. Se utilizará una escala de medición ordinal para medir las dimensiones de la variable estándares de satisfacción al paciente, para el presente proyecto de tesis se utilizará la escala de Likert. (1) Muy bajo (2) Bajo (3) Regular (4) Alta (5) Muy alta	Satisfacción	Expectativas	Ordinal
			Servicios	Intención de volver a usar el servicio Cumplimiento de servicio	
			Fidelidad	Lealtad Compromiso al usuario	

## ANEXO 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022.

Autora: Borjas Yactayo, Bertha

Formulación del Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Métodos
¿Cuál es la relación entre la Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022?	Determinar la relación de La Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio Odontológico CD, Santiago de Surco, 2022.	"Existe relación significativa de la Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio odontológico CD, Santiago de Surco, 2022, es directo"	1. Gestión Estratégica	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiente</li> <li>- Misión</li> <li>- Visión</li> <li>- Objetivos</li> <li>- Estratégicos</li> </ul>	Tipo de Investigación Aplicada
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>				Diseño: No Experimental
1. ¿Cuál es el nivel de la Gestión Estratégica en el paciente?	1. Estimar el nivel de la Gestión Estratégica en el paciente	H1. "El nivel de la Gestión Estratégica en el paciente; es medio"		Dirección	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación</li> <li>- Motivación</li> <li>- Toma de Decisiones</li> </ul>	Población: 118 pacientes
2. ¿Cuál es el nivel de los estándares de satisfacción del paciente?	2. Determinar el nivel de los estándares de satisfacción del paciente	H2: "El nivel de los estándares de satisfacción del paciente; es medio"				Nivel de Investigación: Transversal-Descriptivo correlacional
3. ¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente?	3. Determinar el efecto de la gestión Estratégica y la satisfacción del paciente	H3: "El efecto de la Gestión Estratégica y la satisfacción del paciente; es medio"				Evaluación

4. ¿Cuál es el efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente?	4. Determinar el efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente	H4: "El efecto de la Gestión Estratégica y el servicio al paciente; es medio"				
5. ¿Cuál es efecto de la Gestión Estratégica y la fidelidad del paciente?	5. Determinar el efecto de la Gestión Estratégica y la fidelidad del paciente	H5: "El efecto de la Gestión Estratégica y la fidelidad del paciente; es medio"	2. Estándares De Satisfacción	Satisfacción	- Expectativas	Instrumento: Cuestionario
				Servicio	- Intención de volver a usar el servicio - Cumplimiento del Servicio	
<b>(6) ¿Cuál es la contrastación de hipótesis de relación a la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción?</b>	<b>(6) Contrastar hipótesis de relación de la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción</b>	<b>(H6) " Al Constrastar la hipótesis de relación el nivel de la Gestión Estratégica y los Estándares de Satisfacción, se establecería la relación"</b>			Fidelidad	- Lealtad - Compromiso al paciente

## ANEXO 03: Instrumentos de recolección de datos.

### Cuestionario N° 1.

#### “La Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio odontológico CD”

<b>MEDICIÓN: Gestión Estratégica</b>						
<b>Instrucciones:</b> Por favor, usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos.						
Marque sus respuestas con las alternativas:						
(1) Muy baja      (2) Baja      (3) Regular      (4) Alta      (5) Muy alta						
	<b>Preguntas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>Dimensión 1: Planificación</b>					
01	¿Qué puntaje le daría al <i>ambiente profesional del Consultorio</i> ?					
02	¿Cómo calificaría nuestro compromiso dental para su mejor atención?					
03	¿Cómo calificaría <i>nuestro propósito de llegar a ser los mejores</i> ?					
04	¿Qué puntaje le daría a <i>nuestros logros obtenidos en el área dental</i> ?					
	<b>Dimensión 2: Dirección</b>					
05	¿Qué puntaje le daría a <i>la capacitación profesional</i> del consultorio?					
06	¿Cómo calificaría <i>el entusiasmo de nuestros profesionales</i> ?					
07	¿Cómo calificaría <i>nuestro accionar ante los imprevistos odontológicos</i> ?					
	<b>Dimensión 3: Evaluación</b>					
08	¿Cómo calificaría <i>nuestra eficacia odontológica</i> ?					
09	¿Cómo calificaría <i>la evaluación constante del sistema de atención dental</i> ?					

### Cuestionario N° 2.

#### “La Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente en el Consultorio

## Odontológico CD”.

<b>MEDICIÓN: Estándares de Satisfacción del Paciente</b>						
<b>Instrucciones:</b> Por favor, usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos						
Responda con las alternativas:						
(1) Muy bajo		(2) Bajo		(3) Regular		
(4) Alta			(5) Muy alta			
	<b>Preguntas</b>	1	2	3	4	5
	<b>Dimensión 1: Satisfacción</b>					
<b>01</b>	¿Qué puntaje le daría a su satisfacción el cumplimiento de <i>expectativas de atención</i> ?					
	<b>Dimensión 2: Servicio</b>					
<b>02</b>	¿Qué puntaje le daría a la <i>intención de volver a usar el servicio</i> ?					
<b>03</b>	¿Cómo calificaría a su satisfacción el <i>cumplimiento en el tratamiento dental</i> ?					
	<b>Dimensión 2: Fidelidad</b>					
<b>04</b>	¿Cómo calificaría a su satisfacción el <i>sistema de fidelización hacia el paciente</i> ?					
<b>05</b>	¿Qué puntaje de satisfacción le daría al <i>compromiso odontológico con el paciente</i> ?					

## ANEXO 04: VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA GESTION ESTRATÉGICA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: PLANIFICACIÓN</b>								
1	¿Qué puntaje le daría al ambiente profesional del Consultorio?	X		X		X		
2	¿Cómo calificaría nuestro compromiso dental para su mejor atención?	X		X		X		
3	¿Cómo calificaría nuestro propósito de llegar a ser los mejores?	X		X		X		
4	¿Qué puntaje le daría a nuestros logros obtenidos en el área dental?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: DIRECCION</b>								
5	¿Qué puntaje le daría a la capacitación profesional del consultorio?	X		X		X		
6	¿Cómo calificaría el entusiasmo de nuestros profesionales?	X		X		X		
7	¿Cómo calificaría nuestro accionar ante los imprevistos odontológicos?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: EVALUACION</b>								
8	¿Cómo calificaría nuestra eficacia odontológica?	X		X		X		
9	¿Cómo calificaría la evaluación constante del sistema de atención dental?	X		X		X		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable** [ X ]      **Aplicable después de corregir** [ ]      **No aplicable** [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Willian Ricardo Diaz Torres**

**Especialidad del validador: Docente en Investigación**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...De... del 20...

.....  
Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: ESTÁNDARES DE SATISFACCIÓN**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN</b>							
1	¿Qué puntaje le daría a su satisfacción el cumplimiento de expectativas de atención?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2: SERVICIO</b>							
2	¿Qué puntaje le daría a la intención de volver a usar el servicio?	X		X		X		
3	¿Cómo calificaría a su satisfacción el cumplimiento en el tratamiento dental?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3: FIDELIDAD</b>							
4	¿Cómo calificaría a su satisfacción el sistema de fidelización hacia el paciente?	X		X		X		
5	¿Qué puntaje de satisfacción le daría al compromiso odontológico con el paciente?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **William Ricardo Díaz Torres**

Especialidad del validador: **Docente en Investigación**

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..O.S.de...R.C.del 20.B.I.



Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA GESTION ESTRATÉGICA**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: PLANIFICACION</b>								
1	¿Qué puntaje le daría al ambiente profesional del Consultorio?	x		x		x		
2	¿Cómo calificaría nuestro compromiso dental para su mejor atención?	x		x		x		
3	¿Cómo calificaría nuestro propósito de llegar a ser los mejores?	x		x		x		
4	¿Qué puntaje le daría a nuestros logros obtenidos en el área dental?	x		x		x		
<b>DIMENSIÓN 2: DIRECCION</b>								
5	¿Qué puntaje le daría a la capacitación profesional del consultorio?	x		x		x		
6	¿Cómo calificaría el entusiasmo de nuestros profesionales?	x		x		x		
7	¿Cómo calificaría nuestro accionar ante los imprevistos odontológicos?	x		x		x		
<b>DIMENSIÓN 3: EVALUACION</b>								
8	¿Cómo calificaría nuestra eficacia odontológica?	x		x		x		
9	¿Cómo calificaría la evaluación constante del sistema de atención dental?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [  ]      Aplicable después de corregir [  ]      No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: ... Vergara Díaz Susan Elizabeth..... DNI: 40201696.....

Especialidad del validador:.... Doctor en Administración.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

03 de diciembre. del 2021

.....  
  
 Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: ESTÁNDARES DE SATISFACCIÓN**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN</b>							
1	¿Qué puntaje le daría a su satisfacción el cumplimiento de expectativas de atención?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2: SERVICIO</b>							
2	¿Qué puntaje le daría a la intención de volver a usar el servicio?	x		x		x		
3	¿Cómo calificaría a su satisfacción el cumplimiento en el tratamiento dental?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3: FIDELIDAD</b>							
4	¿Cómo calificaría a su satisfacción el sistema de fidelización hacia el paciente?	x		x		x		
5	¿Qué puntaje de satisfacción le daría al compromiso odontológico con el paciente?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:      **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: ... Vergara Díaz Susan Elizabeth..... DNI: 40201696.....

Especialidad del validador:.... Doctor en Administración.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...03 de diciembre. del 2021.

.....  
  
 Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA GESTION ESTRATÉGICA**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: PLANIFICACIÓN</b>								
1	¿Qué puntaje le daría al ambiente profesional del Consultorio?	X		X		X		
2	¿Cómo calificaría nuestro compromiso dental para su mejor atención?	X		X		X		
3	¿Cómo calificaría nuestro propósito de llegar a ser los mejores?	X		X		X		
4	¿Qué puntaje le daría a nuestros logros obtenidos en el área dental?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: DIRECCION</b>								
5	¿Qué puntaje le daría a la capacitación profesional del consultorio?	X		X		X		
6	¿Cómo calificaría el entusiasmo de nuestros profesionales?	X		X		X		
7	¿Cómo calificaría nuestro accionar ante los imprevistos odontológicos?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: EVALUACION</b>								
8	¿Cómo calificaría nuestra eficacia odontológica?	X		X		X		
9	¿Cómo calificaría la evaluación constante del sistema de atención dental?	X		X		X		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable** [  ]    **Aplicable después de corregir** [  ]    **No aplicable** [  ]

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Christian Lister Blondet DNI: 43029114**

**Especialidad del validador: Periodoncia e implantes**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

03 de diciembre del 2021

.....  
**Firma del Experto Informante**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: ESTÁNDARES DE SATISFACCIÓN**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN</b>							
1	¿Qué puntaje le daría a su satisfacción el cumplimiento de expectativas de atención?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2: SERVICIO</b>							
2	¿Qué puntaje le daría a la intención de volver a usar el servicio?	X		X		X		
3	¿Cómo calificaría a su satisfacción el cumplimiento en el tratamiento dental?							
	<b>DIMENSIÓN 3: FIDELIDAD</b>							
4	¿Cómo calificaría a su satisfacción el sistema de fidelización hacia el paciente?	X		X		X		
5	¿Qué puntaje de satisfacción le daría al compromiso odontológico con el paciente?	X		X		X		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable** [  ]    **Aplicable después de corregir** [  ]    **No aplicable** [  ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr/ Mg: Christian Lister Blondet    **DNI:** 43029114

**Especialidad del validador:** Periodoncia e implantes

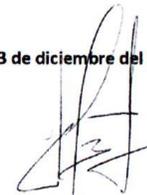
<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

03 de diciembre del 2021



.....  
**Firma del Experto Informante**

## ANEXO 05: AUTORIZACIÓN PARA DESARROLLAR EL PROYECTO

# Consultorio Odontológico CD

Santiago de Surco, 06 de diciembre del 2021

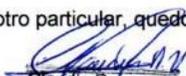
Señorita  
**BERTHA BORJAS YACTAYO**  
Estudiante de la Universidad César Vallejo  
Lima

**ASUNTO. Autoriza realizar el proyecto de Investigación/Tesis en el Consultorio Odontológico CD**

Estimada señorita:

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. en nombre del Consultorio Odontológico CD, para comunicarle que queda autorizada para realizar el Proyecto de Investigación/Tesis sobre la **Gestión Estratégica y Estándares de Satisfacción del Paciente.**

Sin otro particular, quedo de Ud.

  
Claudia Deacon V.  
Cajano Dentista  
COP. 9650

---

**Dra. Claudia Deacon Villanueva**  
**Rehabilitadora Oral**

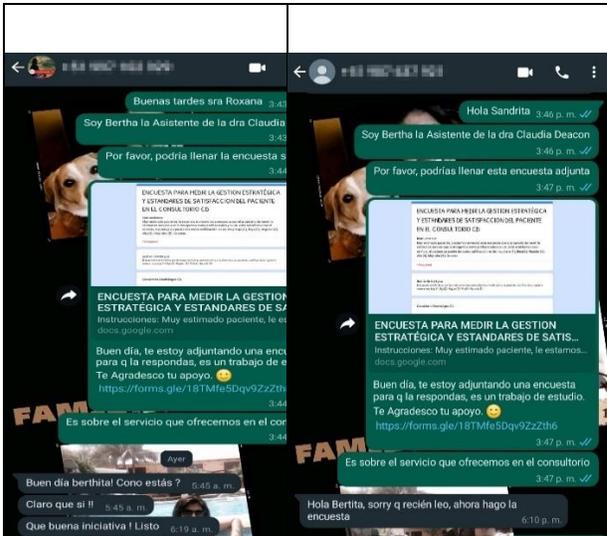
## ANEXO 06: INFORMACIÓN DE LOS PACIENTES ENCUESTADOS

Código No.	Correo	Código No.	Correo
P-001	<a href="mailto:ampy40@gmail.com">ampy40@gmail.com</a>	P-036	<a href="mailto:julapiccini@gmail.com">julapiccini@gmail.com</a>
P-002	<a href="mailto:apaz@tottus.com.pe">apaz@tottus.com.pe</a>	P-037	<a href="mailto:karelia_66@hotmail.com">karelia_66@hotmail.com</a>
P-003	<a href="mailto:bepiccini@gmail.com">bepiccini@gmail.com</a>	P-038	<a href="mailto:lucianafournier54@hotmail.com">lucianafournier54@hotmail.com</a>
P-004	<a href="mailto:noemis_22@hotmail.com">noemis_22@hotmail.com</a>	P-039	<a href="mailto:jruizeldredge@yahoo.es">jruizeldredge@yahoo.es</a>
P-005	<a href="mailto:valeriesarmientoamed21@gmail.com">valeriesarmientoamed21@gmail.com</a>	P-040	<a href="mailto:cedromar@gmail.com">cedromar@gmail.com</a>
P-006	<a href="mailto:nr377963@gmail.com">nr377963@gmail.com</a>	P-041	<a href="mailto:lilibalah@hotmail.com">lilibalah@hotmail.com</a>
P-007	<a href="mailto:athenas227za@gmail.com">athenas227za@gmail.com</a>	P-042	<a href="mailto:jorgecampodonico@hotmail.com">jorgecampodonico@hotmail.com</a>
P-008	<a href="mailto:gunther.flores1978@gmail.com">gunther.flores1978@gmail.com</a>	P-043	<a href="mailto:pmamarotta@gmail.com">pmamarotta@gmail.com</a>
P-009	<a href="mailto:alrojas.lr@gmail.com">alrojas.lr@gmail.com</a>	P-044	<a href="mailto:mcp1987.mc@gmail.com">mcp1987.mc@gmail.com</a>
P-010	<a href="mailto:terezimic@yahoo.com">terezimic@yahoo.com</a>	P-045	<a href="mailto:lrebata4@gmail.com">lrebata4@gmail.com</a>
P-011	<a href="mailto:virginiamartinez143@gmail.com">virginiamartinez143@gmail.com</a>	P-046	<a href="mailto:olgamariar702@gmail.com">olgamariar702@gmail.com</a>
P-012	<a href="mailto:waltervicente1234@gmail.com">waltervicente1234@gmail.com</a>	P-047	<a href="mailto:maiocchi2000@hotmail.com">maiocchi2000@hotmail.com</a>
P-013	<a href="mailto:annasophiasf@hotmail.com">annasophiasf@hotmail.com</a>	P-048	<a href="mailto:r.alarcon.castro@gmail.com">r.alarcon.castro@gmail.com</a>
P-014	<a href="mailto:carlapiccini@hotmail.com">carlapiccini@hotmail.com</a>	P-049	<a href="mailto:memefry55@gmail.com">memefry55@gmail.com</a>
P-015	<a href="mailto:cmoreno@muehlstein.com">cmoreno@muehlstein.com</a>	P-050	<a href="mailto:mirtha.martina@gmail.com">mirtha.martina@gmail.com</a>
P-016	<a href="mailto:ceciliafoyg@gmail.com">ceciliafoyg@gmail.com</a>	P-051	<a href="mailto:oliver@kielperu.com">oliver@kielperu.com</a>
P-017	<a href="mailto:fabiolalf@gmail.com">fabiolalf@gmail.com</a>	P-052	<a href="mailto:hugo_peru@yahoo.com">hugo_peru@yahoo.com</a>
P-018	<a href="mailto:gonchimll@gmail.com">gonchimll@gmail.com</a>	P-053	<a href="mailto:jduffooa@hotmail.com">jduffooa@hotmail.com</a>
P-019	<a href="mailto:lf.neumann58@gmail.com">lf.neumann58@gmail.com</a>	P-054	<a href="mailto:jaimefarje@hotmail.com">jaimefarje@hotmail.com</a>
P-020	<a href="mailto:daniel.gihar@gmail.com">daniel.gihar@gmail.com</a>	P-055	<a href="mailto:janila2054@yahoo.com">janila2054@yahoo.com</a>
P-021	<a href="mailto:alvaropiqueras1@gmail.com">alvaropiqueras1@gmail.com</a>	P-056	<a href="mailto:arcebermann@gmail.com">arcebermann@gmail.com</a>
P-022	<a href="mailto:aledelaflor@gmail.com">aledelaflor@gmail.com</a>	P-057	<a href="mailto:olsaez4@hotmail.com">olsaez4@hotmail.com</a>
P-023	<a href="mailto:claudiafrasson@hotmail.com">claudiafrasson@hotmail.com</a>	P-058	<a href="mailto:ngl1970@gamil.com">ngl1970@gamil.com</a>
P-024	<a href="mailto:jacps2014@gmail.com">jacps2014@gmail.com</a>	P-059	<a href="mailto:norma_spiers@hotmail.com">norma_spiers@hotmail.com</a>
P-025	<a href="mailto:inescaravedoac@gmail.com">inescaravedoac@gmail.com</a>	P-060	<a href="mailto:omardeacon@gmail.com">omardeacon@gmail.com</a>
P-026	<a href="mailto:cjhc_57@yahoo.com">cjhc_57@yahoo.com</a>	P-061	<a href="mailto:adiclaux@gmail.com">adiclaux@gmail.com</a>
P-027	<a href="mailto:gabymiani@bellsouth.net">gabymiani@bellsouth.net</a>	P-062	<a href="mailto:gdanitza60@gmail.com">gdanitza60@gmail.com</a>
P-028	<a href="mailto:andresbueno1515@gmail.com">andresbueno1515@gmail.com</a>	P-063	<a href="mailto:kml171269@hotmail.com">kml171269@hotmail.com</a>
P-029	<a href="mailto:giorgia.crevoisier86@gmail.com">giorgia.crevoisier86@gmail.com</a>	P-064	<a href="mailto:jcarrillorebata@gmail.com">jcarrillorebata@gmail.com</a>
P-030	<a href="mailto:bryanschwarzman@gmail.com">bryanschwarzman@gmail.com</a>	P-065	<a href="mailto:lurka.ramirez@gmail.com">lurka.ramirez@gmail.com</a>
P-031	<a href="mailto:epiallendeb@gmail.com">epiallendeb@gmail.com</a>	P-066	<a href="mailto:gdelriego.liliana@gmail.com">gdelriego.liliana@gmail.com</a>
P-032	<a href="mailto:huamanivicentejean@gmail.com">huamanivicentejean@gmail.com</a>	P-067	<a href="mailto:ibossano@gmail.com">ibossano@gmail.com</a>
P-033	<a href="mailto:janinad001@gmail.com">janinad001@gmail.com</a>	P-068	<a href="mailto:pattywo2062@gmail.com">pattywo2062@gmail.com</a>
P-034	<a href="mailto:javier@cangalloperu.com">javier@cangalloperu.com</a>	P-069	<a href="mailto:candiecn@gmail.com">candiecn@gmail.com</a>
P-035	<a href="mailto:nator313@gmail.com">nator313@gmail.com</a>	P-070	<a href="mailto:rmpicc1997@gmail.com">rmpicc1997@gmail.com</a>

Código No.	Correo	Código No.	Correo
P-071	<a href="mailto:jrfmaktub@yahoo.com">jrfmaktub@yahoo.com</a>	P-106	<a href="mailto:mirza.pineda92@gmail.com">mirza.pineda92@gmail.com</a>
P-072	<a href="mailto:isaabuid@hotmail.com">isaabuid@hotmail.com</a>	P-107	<a href="mailto:pmmo28@gmail.com">pmmo28@gmail.com</a>
P-073	<a href="mailto:ribaf.29@gmail.com">ribaf.29@gmail.com</a>	P-108	<a href="mailto:katiapestana@yahoo.com">katiapestana@yahoo.com</a>
P-074	<a href="mailto:pfryal@gmail.com">pfryal@gmail.com</a>	P-109	<a href="mailto:carolinacarrillo1698@gmail.com">carolinacarrillo1698@gmail.com</a>
P-075	<a href="mailto:borellynina@hotmail.com">borellynina@hotmail.com</a>	P-110	<a href="mailto:augusto.gabaltoni@gmail.com">augusto.gabaltoni@gmail.com</a>
P-076	<a href="mailto:silviarojasseminario@hotmail.com">silviarojasseminario@hotmail.com</a>	P-111	<a href="mailto:mel.hammond@gmail.com">mel.hammond@gmail.com</a>
P-077	<a href="mailto:rosariocastrosa@gmail.com">rosariocastrosa@gmail.com</a>	P-112	<a href="mailto:alex.neumannf@gmail.com">alex.neumannf@gmail.com</a>
P-078	<a href="mailto:rosamariaserranop@hotmail.com">rosamariaserranop@hotmail.com</a>	P-113	<a href="mailto:veronicavalderramag@gmail.com">veronicavalderramag@gmail.com</a>
P-079	<a href="mailto:roxanavalosjara@gmail.com">roxanavalosjara@gmail.com</a>	P-114	<a href="mailto:alinamqs@gmail.com">alinamqs@gmail.com</a>
P-080	<a href="mailto:sandraustechmann@gmail.com">sandraustechmann@gmail.com</a>	P-115	<a href="mailto:alexandrak18@gmail.com">alexandrak18@gmail.com</a>
P-081	<a href="mailto:steph.n124@gmail.com">steph.n124@gmail.com</a>	P-116	<a href="mailto:mfernandaguzman30@gmail.com">mfernandaguzman30@gmail.com</a>
P-082	<a href="mailto:una@anthaix.com">una@anthaix.com</a>	P-117	<a href="mailto:maxarcadier@gmail.com">maxarcadier@gmail.com</a>
P-083	<a href="mailto:smontesdeoca@limagourmetcompany.com">smontesdeoca@limagourmetcompany.com</a>	P-118	<a href="mailto:andreaauslin1@gmail.com">andreaauslin1@gmail.com</a>
P-084	<a href="mailto:cicalarosa@gmail.com">cicalarosa@gmail.com</a>		
P-085	<a href="mailto:pcurrarino@hotmail.com">pcurrarino@hotmail.com</a>		
P-086	<a href="mailto:sofinun@gmail.com">sofinun@gmail.com</a>		
P-087	<a href="mailto:paleman@yanbal.com">paleman@yanbal.com</a>		
P-088	<a href="mailto:jorgepizzorno@gmail.com">jorgepizzorno@gmail.com</a>		
P-089	<a href="mailto:capayetc@gmail.com">capayetc@gmail.com</a>		
P-090	<a href="mailto:hablapat@gmail.com">hablapat@gmail.com</a>		
P-091	<a href="mailto:silcachay@gmail.com">silcachay@gmail.com</a>		
P-092	<a href="mailto:peterramsey@agenciamsey.com">peterramsey@agenciamsey.com</a>		
P-093	<a href="mailto:delapuentepatricia@gmail.com">delapuentepatricia@gmail.com</a>		
P-094	<a href="mailto:margotcapie@hotmail.com">margotcapie@hotmail.com</a>		
P-095	<a href="mailto:gustavo.ramos.bermejo@gmail.com">gustavo.ramos.bermejo@gmail.com</a>		
P-096	<a href="mailto:mgiunta_p.azul@hotmail.com">mgiunta_p.azul@hotmail.com</a>		
P-097	<a href="mailto:Patriciavega25@hotmail.com">Patriciavega25@hotmail.com</a>		
P-098	<a href="mailto:htenchy@gmail.com">htenchy@gmail.com</a>		
P-099	<a href="mailto:lucy1104@outlook.com">lucy1104@outlook.com</a>		
P-100	<a href="mailto:bstarph@gmail.com">bstarph@gmail.com</a>		
P-101	<a href="mailto:gianellalobaton@gmail.com">gianellalobaton@gmail.com</a>		
P-102	<a href="mailto:mparistizabal@hotmail.com">mparistizabal@hotmail.com</a>		
P-103	<a href="mailto:rocioelespuru9@gmail.com">rocioelespuru9@gmail.com</a>		
P-104	<a href="mailto:srissoch@gmail.com">srissoch@gmail.com</a>		
P-105	<a href="mailto:scampbell.fernandini@gmail.com">scampbell.fernandini@gmail.com</a>		

# ANEXO 07: EVIDENCIA DE LA ENCUESTA

<p>Buenas tardes sr Carlos</p> <p>Soy Bertha la Asistente de la dra Claudia</p> <p>Por favor puede responder a esta encuesta</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo</p> <p>Ok, lo hago</p> <p>Ya la contesté</p>	<p>13 de enero de 2022</p> <p>Los mensajes y las llamadas están cifrados de extremo a extremo. Nadie fuera de este chat, ni siquiera WhatsApp, puede leerlos ni escucharlos. Toca para obtener más información.</p> <p>Si buenos días</p> <p>Tengo una encuesta, si por favor puede llenarla</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Listo!</p>	<p>Buenos días sra Fabrica</p> <p>Soy la asistente de la dra Claudia</p> <p>Por favor, si puede llenar esta encuesta</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo</p> <p>Bertha?</p> <p>Soy yo</p>	<p>Buenos días sr Fernando</p> <p>Quien eres?</p> <p>Soy Bertha, la asistente de la dra Claudia, por favor, si puede llenar esta encuesta</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Ok</p> <p>Ya está</p>
<p>Evidencia 1 (P-024)</p>	<p>Evidencia 2 (P-021)</p>	<p>Evidencia 3 (P-019)</p>	<p>Evidencia 4 (P-017)</p>
<p>13 de enero de 2022</p> <p>Buenos días sra Cecilia, soy Bertha la Asistente de la dra Claudia, estoy adjuntando una encuesta, por favor si puede responder</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Listo Bertha!</p>	<p>Por favor, podría llenar esta encuesta, soy Bertha la Asistente de la dra Claudia</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>pasame el link...</p> <p>Carlos ahí está</p> <p>El q dice https</p> <p>Listo, ya la contesté saludos</p>	<p>Bettina</p> <p>Cambió tu código de seguridad con Bettina PICINI. Toca para obtener información.</p> <p>18 de diciembre de 2021</p> <p>Cambió tu código de seguridad con Bettina PICINI. Toca para obtener información.</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Listo</p>	<p>Buenos días, soy la Asistente de la dra Claudia, Bertha</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Por favor, no se olvide llenar y enviar la encuesta</p> <p>Gracias</p> <p>Listo!! Soy por la demora!!</p> <p>Gracias sra Ada</p>
<p>Evidencia 5 (P-016)</p>	<p>Evidencia 6 (P-015)</p>	<p>Evidencia 7 (P-003)</p>	<p>Evidencia 8 (P-061)</p>
<p>Hola Jaime Luis</p> <p>Soy la asistente de la dra Claudia, Bertha, por favor puede responder a esta encuesta</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo</p> <p>Hola Jaime Luis</p> <p>Por fis, no te olvides de llenar la encuesta</p> <p>ya está!</p>	<p>Buenos días sra Gaby, soy Bertha, la asistente de la dra Claudia</p> <p>Por favor, podría llenar la encuesta, gracias</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Hola Berta,</p> <p>Ya lo respondí</p>	<p>Buenas tardes</p> <p>Soy Bertha la Asistente de la dra Claudia</p> <p>Por favor podría llenar esta encuesta</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Es sobre el servicio que ofrecemos en el consultorio</p> <p>Listo!</p> <p>Gracias</p>	<p>SRK Rosario buenas tardes</p> <p>Soy Bertha la Asistente de la dra Claudia</p> <p>Por Favor, podría llenar la encuesta si</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTION ESTRATEGICA Y ESTANDARES DE SATIS...</p> <p>Buen día, te estoy adjuntando una encuesta para q la respondas, es un trabajo de estudio. Te Agradesco tu apoyo.</p> <p>Es sobre el servicio que ofrecemos en el consultorio</p> <p>Listo!</p> <p>Ya lo hice. Mil gracias. Necesito una cita para mi</p>
<p>Evidencia 9 (P-064)</p>	<p>Evidencia 10 (P-027)</p>	<p>Evidencia 11 (P-076)</p>	<p>Evidencia 12 (P-077)</p>



Evidencia 13 (P-079)



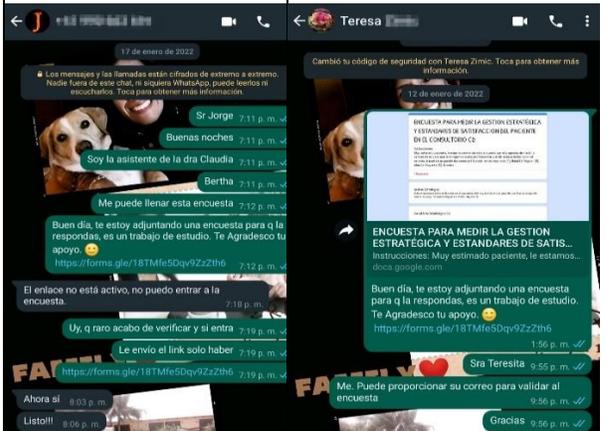
Evidencia 14 (P-80)



Evidencia 15 (P-82)



Evidencia 16 (P-054)



Evidencia 17 (P-040)



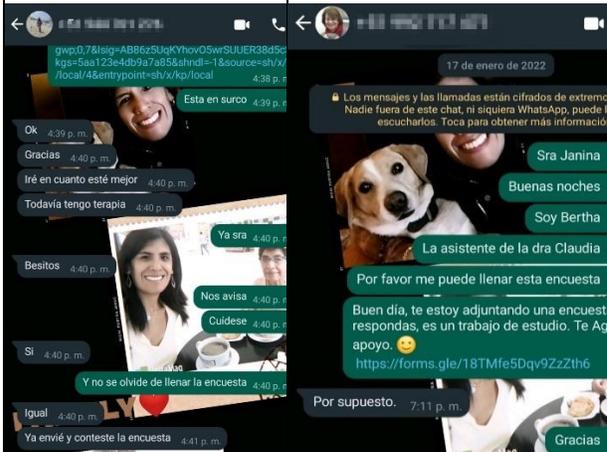
Evidencia 18 (P-010)



Evidencia 19 (P-047)



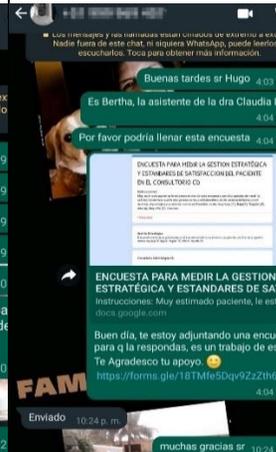
Evidencia 20 (P-054)



Evidencia 21 (P-053)



Evidencia 22 (P-033)



Evidencia 23 (P-052)



Evidencia 24 (P-055)



Evidencia 25 (P-056)



Evidencia 26 (P-057)



Evidencia 27 (P-078)



Evidencia 28 (P-075)



Evidencia 29 (P-083)



Evidencia 30 (P-081)



Evidencia 31 (P-004)