FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS

CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MULTIDENT DEL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR - 2020

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA

JODIE ROSE FUNG PINTO
ORCID: 0009-0002-0817-2926

ASESOR

ING. SEGUNDO ZOILO VASQUEZ RUIZ
ORCID: 0000-0002-4373-9062

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

LIMA, PERÚ, JULIO DE 2020

CC BY-ND
https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Referencia bibliográfica

Fung Pinto, J. R. (2024). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Multident del distrito de Villa el Salvador - 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Jodie Rose Fung Pinto
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	77382055
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0002-0817-2926
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Segundo Zoilo Vasquez Ruiz
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	17858481
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-4373-9062
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Carlos Francisco José Tassara Salviati
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40969058
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Wilber Hugo Flores Vilca
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01324100
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40612463
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Multident del distrito de Villa el Salvador - 2020
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Administración De Operaciones
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: el MAG. CARLOS FRANCISCO JOSÉ TASSARA SALVIATI como presidente, el ING. WILBER HUGO FLORES VILCA como secretario y el DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MULTIDENT DEL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR – 2020

Presentado por la bachiller:

JODIE ROSE FUNG PINTO

Para obtener el **Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado** con una calificación de **TRECE (13).**

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 31 de julio del 2020.

PRESIDENTE MAG. CARLOS FRANCISCO JOSÉ TASSARA SALVIATI	**SECRETARIO** ING. WILBER HUGO FLORES VILCA	**VOCAL** DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo SEGUNDO ZOILO VASQUEZ RUIZ docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MULTIDENT DEL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR - 2020

De la bachiller JODIE ROSE FUNG PINTO, certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

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

Lima, 5 de junio de 2024

SEGUNDO ZOILO VASQUEZ RUIZ

DNI: 17858481

DEDICATORIA

A mi madre Carmen Pinto Santome, quien me motiva a ser una mejor persona cada día, por confiar en mí. A mi padre, quien se fue hace poco y está en el cielo cuidándome y mi familia que me apoya incondicionalmente.

AGRADECIMIENTOS

La finalización de este trabajo de investigación tuvo varios altibajos, pero no hubiese sido posible sin la ayuda de varias personas tales como la Dra. Tania Segura, directora médica de Multident de Villa El Salvador, a Jheyms Vega, gerente de corporación Sonrisa Segura. Asimismo, a mi madre Carmen Pinto Santome, quien es un ejemplo de madre y mujer, mi familia, quienes siempre me apoyaron en este camino. Finalmente, a cada una de estas personas que fueron fuente de inspiración para la culminación de este trabajo de investigación, me ayudaron muchísimo, también agradezco al ingeniero Segundo Zoilo, quien fue mi docente en los primeros ciclos y termina siendo mi asesor de tesis finalizando mi carrera universitaria.

ÍNDICE

DEDICATORIA ……... 2
AGRADECIMIENTOS ……... 3
LISTA DE TABLAS ……... 5
LISTA DE FIGURAS ……. 6
RESUMEN ……...……... 7
ABSTRACT ……. 8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN …….. 9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA ……. 24
2.1 Tipo y diseño de investigación……. 25
2.2 Población, muestra y muestreo……... 25
2.3 Hipótesis …… 26
2.4 Variables y operacionalización…… 26
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad 28
2.6 Procedimientos……... 31
2.7 Análisis de datos…… 31
2.8 Aspectos éticos…….. 32
CAPÍTULO III: RESULTADOS…… 33
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN…….. 44
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES…… 47
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES……. 49
REFERENCIAS
ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Establecimiento de medidas para la variable calidad de servicio
Tabla 2 Establecimiento de medidas para la variable satisfacción del cliente
Tabla 3 Resultados de validación de los cuestionarios
Tabla 4 Resultado de confiabilidad del instrumento de calidad de servicio
Tabla 5 Resultado de confiabilidad de la satisfacción del cliente
Tabla 6 Análisis descriptivo de la variable calidad de servicio
Tabla 7 Análisis descriptivo de la satisfacción del cliente
Tabla 8 Análisis descriptivo de la dimensión elementos tangibles
Tabla 9 Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta
Tabla 10 Análisis descriptivo de la dimensión empatía
Tabla 11 Análisis descriptivo de la dimensión seguridad
Tabla 12 Análisis descriptivo de la dimensión precio
Tabla 13 Análisis descriptivo de la dimensión servicio esperado
Tabla 14 Resultados de la prueba de normalidad de las variables
Tabla 15 Resultados de asociación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente
Tabla 16 Resultados de correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente
Tabla 17 Resultados de correlación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente
Tabla 18 Resultados de correlación entre la empatía y satisfacción del cliente

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Modelo Servqual

Figura 2 Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente

Figura 3 Gráfico de dispersión de las variables

CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MULTIDENT DEL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR - 2020

JODIE ROSE FUNG PINTO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

En esta era de la globalización el objetivo de toda empresa es la captación de clientes y hacerlos cautivos al producto servicio que presta, este difícil camino de rivalidad de ofrecer servicios de calidad y la satisfacción de servicio al cliente tiene como camino que la empresa sea exitosa o de lo contrario si no cumplen con los estándares de calidad están destinados al fracaso. En ese sentido, el objetivo consistió en identificar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Multident, Villa El Salvador - 2020. La investigación es de nivel básico de alcance descriptivo correlacional, diseño no experimental desarrollado en una población de 250 pacientes de la empresa. Los instrumentos fueron dos cuestionarios los cuales presenta un resultado alfa de Cronbach de 0,913 para el cuestionario de calidad de servicio y 0,859 para el cuestionario de satisfacción del cliente. En la prueba de hipótesis se alcanzó un Rho de Spearman 0.523, con un p valor de 0.000 lo que permitió concluir que existe una relación moderadamente positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Multident de Villa el Salvador. Por otro lado, las recomendaciones están enfocadas en la mejora continua de la calidad siendo aconsejable implementar iniciativas dirigidas a elevar la calidad del servicio.

Palabras clave: calidad, satisfacción del cliente, la calidad de servicio

QUALITY OF SERVICE AND ITS RELATIONSHIP WITH CUSTOMER SATISFACTION IN THE MULTIDENT COMPANY OF THE DISTRICT OF VILLA EL SALVADOR - 2020

JODIE ROSE FUNG PINTO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

In this era of globalization, the objective of every company is to attract customers and make them captive to the product and service it provides. This difficult path of rivalry of offering quality services and customer service satisfaction is the way for the company to be successful. or else if they do not meet quality standards they are destined to fail. In this sense, the objective was to identify the relationship between service quality and customer satisfaction in the Multident company, Villa El Salvador - 2020. The research is of a basic level of correlational descriptive scope, non-experimental design developed in a population of 250 patients of the company. The instruments were two questionnaires which presented a Cronbach's alpha result of 0.913 for the service quality questionnaire and 0.859 for the customer satisfaction questionnaire. In the hypothesis test, a Spearman's Rho of 0.523 was reached, with a p value of 0.000, which allowed us to conclude that there is a moderately positive relationship between service quality and customer satisfaction in the Multident company of Villa el Salvador. On the other hand, the recommendations are focused on continuous quality improvement, and it is advisable to implement initiatives aimed at raising the quality of service.

Keywords: quality, customer satisfaction, quality of service

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Durante los años se ha dado mucha importancia el servicio al cliente como un medio eficaz para sacar adelante las empresas y distinguirse de otras empresas y organizaciones del mismo rubro y hacer una mejor competencia de mercado. La calidad es una fortaleza de las empresas y organizaciones, siendo para ello importante destacar la percepción de la calidad en función a las anticipaciones de los clientes acerca de las prestaciones y atenciones que se oferta.

La excelencia en el servicio está asociado a la percepción de los clientes quienes van a ser los que califican la calidad del producto en el mercado. Estos juzgarán que el producto o servicio que se ofrece cumplan sus expectativas y cubran sus requerimientos, siendo estos factores asociados los precios razonables y sientan haber tenido una buena atención por parte de la empresa.

A nivel internacional se evidencian problemas sobre la excelencia en el servicio y las limitaciones directas por proceso que están implicados y como son llevados por las organizaciones y empresas que brindan servicios al cliente y como manejan para la resolución de los problemas encontrados durante el proceso y hacen notas de las limitaciones y de las capacidades que tienen las empresas y organizaciones que sirve de base para trazar el camino y hacerlas exitosas. La calidad es relevante para que las empresas y organizaciones puedan ingresar y competir en el mercado nacional e internacional del siglo XXI asegurando de esta manera el éxito de sus negocios. En ese sentido, Barker (1997) hace referencia que: “Está claro que la única opción para satisfacer al cliente externo o consumidor es aplicar la calidad como una estrategia en la dirección del negocio” (p. 39). Es decir, deja en claro que se debe considerar la presencia de aspectos importantes de los mercados sin dejar de considerar aspectos que los mercados van definiendo en torno a su actividad.

La situación del Perú respecto a la calidad de los servicios aún está en proceso

de desarrollo porque hasta ahora las empresas peruanas no han logrado el objetivo de ser calificado por su calidad ya sea en el producto que oferta como en el servicio que ofrece. Realmente en nuestro país de acuerdo con las experiencias de los consumidores más son de tipo negativa que positivas, pero se tiene la fortaleza de que los peruanos son personas cálidas y creativas, si estos recursos son capacitadas adecuadamente , lideradas y conducidas por gestiones exitosas se lograra sin dudarlo tener empresas con calidad de servicio y clientes satisfechos (García, 2020).

Por otro lado, las empresas peruanas afrontan muchos problemas de calidad de acuerdo con el estudio desarrollado por García (2020) se obtuvieron que los clientes encuestados del total, el 67% contestó que no regresaría porque no les gusto su experiencia y el otro porcentaje le pide su libro de reclamaciones. En ese sentido, la calidad de atención al cliente es fundamental para que el cliente compre nuevamente el producto o tome el servicio de la empresa porque se corre el riego es perder al cliente.

En el plano local, en la empresa Multident se ha podido evidenciar que aún no se han logrado bien los procesos de calidad, más en esta coyuntura a nivel global donde se ha detenido este proceso tan importante para el éxito total de la empresa. En base a la explicado, se plantea el problema ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador? Los problemas específicos planteados son ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020?, ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020? y ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020?

La investigación es importante porque la calidad servicio es actualmente el punto más empleado en todas las organizaciones, se utiliza en todos los ámbitos en una empresa convirtiéndose en un modelo y una exigencia de mejoramiento en la satisfacción del cliente. En cuanto a la justificación teórica, el estudio, indaga y brinda información del nivel de atención y la conformidad del cliente. En relación con las variables de estudios trata de ofrecer explicaciones sobre el tema, que funciona para la ejecución de las nuevas investigaciones. En cuanto a la justificación práctica, la investigación se justifica porque proporciona conocimientos importantes sobre temas de actualidad para llevar a cabo nuevas innovaciones en la clínica odontológica que permitan que estos tengan la flexibilidad de administrar su horario de trabajo de forma independiente, asumiendo el rol de gestores de su propio tiempo. Por otro lado, se justifica metodológicamente porque tiene un carácter cuantitativo respecto a la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Adicionalmente se construyó dos instrumentos de carácter politómico que miden de forma objetiva las variables.

En relación con el objetivo general se consideró determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020. Asimismo, los objetivos específicos consisten en determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020, determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020 y determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020.

En esta investigación se presentaron limitaciones relacionadas con la falta de los antecedentes nacionales actualizados de los últimos años que ayuden a contextualizar y fundamentar las variables.

Los antecedentes internacionales considerados en el estudio es el desarrollado por Araya et al. (2012) en su artículo “Determinación de la calidad de servicio odontológico de un centro de salud pública basado en intangibles, Talcahuano – Chile” llevado a cabo en la Universidad de Concepción, con el objetivo fue determinar la calidad de atención odontológica pública, donde se incluyó los clientes registrados en el centro de salud familiar. La validez metodológica. El tipo de investigación fue observacional, descriptiva y transversal. El instrumento que utilizó fue la escala Servperf en una muestra no probabilística, la encuesta se hizo a personas usuarias mayores de 14 años y estuvo conformada por 405 pacientes y las encuestas se distribuyeron por lugares estratificados. En sus conclusiones se denota que no solo es importante el equipamiento e infraestructura también se debe de dar relevancia y apoyo al crecimiento del capital humano porque es de mucho valor y complementa la satisfacción del usuario.

Ros (2016) en su tesis titulada *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual*, realizada en la Universidad Católica de San Antonio, tuvo como objetivo identificar el grado en la prestación de servicios y satisfacción, adicionalmente se determinó la relación que produce la calidad de servicio y el apoyo educativo. En este estudio se aplicó dos encuestas uno dirigido para los clientes internos y otro externo, siendo un cuestionario aplicado a 20 trabajadores que conforman el equipo de trabajo y la segunda encuesta estuvo dirigida a 17 clientes externos. En este estudio se concluye que los propósitos que deben tener todos los prestadores de servicios hoteleros es lograr brindar un buen servicio para la satisfacción de los clientes esto se logra mediante una buena planificación de sus actividades. En caso contrario se verían afectadas si no cuentan con todo lo necesario personal calificado buenas instalaciones equipamientos y

decoración para que el cliente disfrute su estancia y este satisfecho del servicio.

López (2018) en su tesis titulada *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil*, realizada con el propósito de desarrollar un proyecto centrado en la satisfacción del cliente. En este estudio se empleó el método cuantitativo, diseño no experimental. En su desarrollo se realizó prioritariamente un diagnóstico situacional de la empresa mediante una encuesta que brindó como conclusión la inconformidad de los usuarios en un 37% y que los niveles de insatisfacción del cliente eran del 15%. Finalmente, es preciso mencionar que el autor hacer una propuesta para la satisfacción del cliente a nivel internacional.

Droguett (2012) en la tesis titulada *Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: Análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes*, realizado con el objetivo principal diseñar un plan que permita mejorar la satisfacción de los clientes. El diseño fue no experimental, las encuestas fueron las técnicas de recolección de información y la muestra estuvo conformado por 384 sujetos. En sus resultados se indica que el 64% menciona sentirse cómodo con la frecuencia de llegada, el 39% de los usuarios considera que éste es largo y el 51% considera encontrar asientos disponibles. Por otro lado, el 32% opinan que el volumen de radio es alto y el ingreso de venteros y/o cantantes, genera una incomodidad del 25% y el 25% le es indiferente.

En los antecedentes nacionales, se considera a Arias (2019) en su tesis titulada *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la clínica dentales de la ciudad de Tingo María*, realizada con la finalidad de analizar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente como una opción para las clínicas odontológicas de la ciudad de Tingo María. La investigación es de diseño no experimental transversal y se consideró una muestra de 118 sujetos. En sus conclusiones se indica que se

establece una conexión directa y relevante entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, además tiene una calificación baja (rs=0.320). Adicionalmente se puede indicar que entre las expectativas versus las percepciones se presentan diferencias positivas. Finalmente, se obtuvieron un $p< 0.05$ (prueba de Wilcoxon) y una correlación directa y significativa entre ambas variables ($0.00 < 0.05$).

Mamani (2017) en su tesis *Grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada por el establecimiento de salud Salcedo, Minsa, Puno - 2017*, realizada con la finalidad de analizar el grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada por el establecimiento de salud. Este estudio es de corte transversal, alcance correlacional, diseño no experimental y un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 60 pacientes. En sus conclusiones se ha comprobado que el programa de administración de los centros de salud odontológica impacta en la satisfacción del cliente. En sus conclusiones se indica que la mayoría de los pacientes de dicho establecimiento presentan un elevado grado de satisfacción (81.7%) en relación con la calidad de servicio.

Gonzales (2016) en su tesis titulada *Relación entre calidad de atención odontológica y satisfacción de pacientes atendidos en el establecimiento de salud I-4 de castilla durante el año 2016*, realizada con el propósito de determinar el nivel de relación entre la calidad de atención odontológica y la satisfacción percibida por los pacientes que fueron atendidos en los consultorios odontológicos. Este estudio es de diseño no experimental de alcance correlacional, ya que no se encuentra la manipulación de las variables por parte de la investigación del investigador, el tipo de metodología usada es cuantitativa. Adicionalmente el estudio es transversal, ya que solo se medirá una sola vez en una muestra de 178 pacientes. En sus conclusiones

se señala que hay vinculación entre la calidad de la atención odontológica y el grado de satisfacción según la percepción del paciente.

Mitma (2019) en su tesis *Nivel de calidad de atención en la clínica odontológica privada Nueva Sonrisa según las percepciones y expectativas del paciente, Lima-2018*, desarrollada con el objetivo de evaluar el nivel de calidad de atención de los pacientes en la clínica odontológica. Este estudio se desarrolló con un estudio observacional, corte transversal y se consideró una muestra de 134 pacientes que oscilan entre los 22 y 39 años. En sus conclusiones se indica que la mayoría de los pacientes presentan satisfacción durante la atención del servicio brindado en la clínica odontológica Nueva Sonrisa. Asimismo, se evidencia que se observa una conexión positiva entre las dos variables especificadas (calidad de servicio y satisfacción del cliente).

Huamaní (2018) en su tesis *Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una clínica dental, San Roque, Ate - 2018*, realizada con el objetivo de explicar la relación entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del cliente de una clínica dental. Este estudio es alcance correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal. En sus conclusiones se indica que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente arroja un resultado de 0.894 con un grado de significancia de 0.00, siendo una correlación positiva alta, por lo cual la clínica debe de mantener un estándar de calidad alto.

Respecto a la fundamentación teórica de la calidad de servicio, se puede mencionar que este concepto por excelencia tiene diferentes conceptualizaciones de acuerdo con los diferentes modelos. En este sentido, Reeves y Bednar (1994) afirman que existen tres criterios de la conceptualización de la calidad como son los siguientes:

- Excelencia de la calidad. Referente al término las empresas y organizaciones buscan los mejores resultados. Este término es parcial porque es muy complicado entender lo que es la excelencia, puesto que es importante tener directivas claras para el logro de esa exigencia.
- Ajustes de las especificaciones de la calidad. Es una necesidad de contar modelos y guías de producción en función a la calidad determinando criterios de lo que se interpreta la calidad. El logro de este criterio depende de tener patrones donde se especifican las normas desde una visión de calidad y lograr metas como la calidad obtenida, la discrepancia de lo que se interpreta de lo que es calidad y también tener una base que permita comparar la calidad en diferentes periodos de tiempo, permitiendo establecer las causas de las dificultades.
- Calidad como valor. Las empresas estiman que hay eficiencia intrínseca y extrínseca, las cuales tienen como responsabilidad verificar los costos para tener productos o servicios de calidad y de esa forma mantener satisfechos a los clientes consumidores en sus expectativas que pueden ser variables en diferentes tiempos cada cliente elige el producto o servicio de acuerdo con sus expectativas.

Tigani (2006) sostiene que el tema de la calidad es una conversación interesante puesto que adquirir un nuevo cliente puede ser hasta cinco veces más costoso que vender a un cliente existente. Esto se debe a que, atraer un nuevo cliente, implica implementar estrategias como promociones, regalos, publicidad y descuentos. Las empresas deben entender que el cliente tiene un valor de por vida, ya que este va a consumir todo lo que él pueda. Finalmente, menciona que la pérdida de una venta es de menor importancia en comparación con la pérdida de un cliente.

Tschohl (2011) sostiene que la calidad de servicio es un camino que todos los recursos de la empresa van a seguir, puesto que su fin es llegar a un objetivo concreto y específico, que es satisfacer las necesidades del cliente, incluidos el personal interno y externo de la empresa, cuya función es la comunicación con los clientes mediante instrumentos, tales como celulares, fax, email, entre otros. Estos procesos inician en el almacenaje, inventarios, entrega, compras, relaciones interpersonales, capacitación del personal, las mejoras y justes de algunos procesos, la facturación, la contabilidad, las finanzas, los créditos, la publicidad que se realiza a los productos de la empresa y a la misma imagen de la empresa. Adicionalmente el cliente es aquel que evalúa la calidad de los productos y esta decisión se une a las acciones realizadas por los empleados de la empresa y todas sus acciones repercutirán en la empresa en el nivel de calidad.

Tigani (2006) sostiene que la calidad del servicio será de buena si se elige bien las dimensiones adecuadas mencionadas que la hacen de mayor valor, resuelven problemas y satisfacen necesidades del cliente.

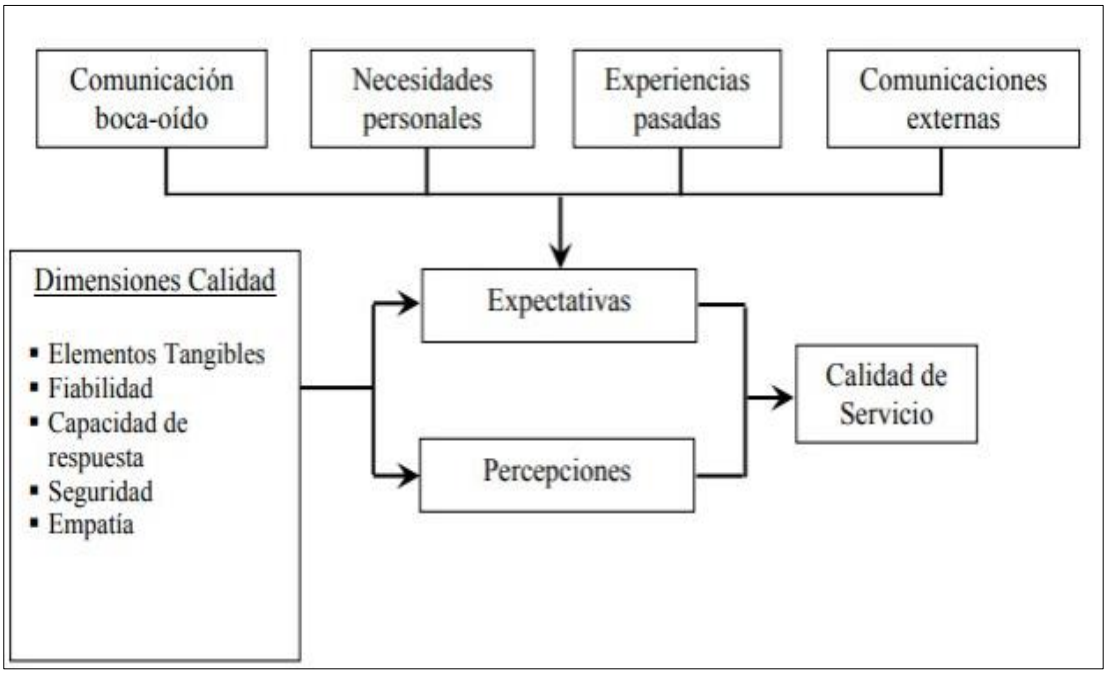
Hernández et al. (2009) sostiene que la calidad de servicio como la vía de focalizar la competitividad requiere mejorar la cultura organizacional, donde todos los que trabajen se sientan comprometidos, adicionalmente se conviertan en innovadores a la par están en constante evaluación y mejora, con el fin de diferenciarnos de los demás competidores.

Es importante mencionar a Parasuraman et al. (1985) quienes explicar de forma detallada el modelo Servqual que se fundamenta en una metodología de evaluación de la apreciación del cliente respecto a la calidad del servicio. Según los autores, la calidad servicio es una idea abstracta. Adicionalmente, se explica que la atención se define tal como disparidad entre las esperanzas y las interpretaciones del

cliente, este tipo de modelo destaca los servicios que presentan mayor problemática para su estudio.

Figura 1

Modelo Servqual



Nota. Hayes, 2002, p. 182.

Hayes (2002) sostiene que la excelencia en el servicio implica que existe diez dimensiones, las cuales cinco de ellas solo lo pueden observar los clientes, tales como:

- Elementos tangibles. Los elementos tangibles, representan características específicas físicas, eso quiere decir, que se cuida las instalaciones, además del recurso humano, ya que ellos brindan el producto o servicio y también los materiales.
- Fiabilidad. Se trata de la capacidad que tiene una organización de realizar un determinado servicio, el cual se realiza bajo ciertas condiciones, la finalidad es generar seguridad o inspirar confianza.
- Capacidad de respuesta. Se presenta por la condición y la aptitud que tiene el

trabajador de la empresa en apoyar al cliente, ante cualquier tipo de cambio. Su fin es brindarles un servicio rápido.

- Garantía. La garantía se da por la preparación de las competencias que tienen los colaboradores. Adicionalmente ellos influyen en el cuidado que se da al público y la forma de generar credibilidad al cliente y hacerlos sentir más seguros de elegir.
- Empatía. Es el reflejo de la atención brindada al cliente haciéndoles sentir seguro. Es comprender lo que necesita el cliente para desarrollar condiciones que permitan cumplir esa necesidad.

Bases teóricas de satisfacción del cliente

En cuanto a las bases teóricas de la satisfacción del cliente, se debe partir por entender que el cliente ha evolucionado, pasado por muchos cambios y ha producido varios cambios en su representación, previamente se decía que cuando el trabajo está correctamente hecho, el comprador se siente complacido. Al respecto, Tschohl (2011) sostiene que: “El servicio es vender, almacenar pasar inventarios, comprar instruir al personal, son todas las actividades que realiza cualquier empleado en la empresa y que tenga un elemento de servicio” (p. 9).

Según Thompson (2005) la satisfacción del cliente está conformado por tres elementos, los cuales son:

- Insatisfacción. La insatisfacción es originada cuando en la práctica el producto no logró llegar a cumplir los ideales que tenía el posible comprador.
- Satisfacción. Se produce siempre y cuando, cierto producto o servicio se asemeja o coincide con dichas expectativas que tiene el comprador y para que finalmente se siente este satisfecho.

- Complacencia. Se produce cuando un producto excede las expectativas que tiene un cliente antes de comprarlo y se siente complacido con el servicio o producto.

Por otro lado, Díaz y Sánchez (2017) explican que las dimensiones de la satisfacción del cliente son:

- Seguridad. Indica que los conocimientos y aptitudes de un trabajador, puede llegar a inspirar confianza y credibilidad ante los clientes, por lo que se coloca a la persona idónea, capaz y competente en el cargo.
- Precio. Establece el precio que el cliente debe pagar por un producto o servicio proporcionado por la empresa.
- Servicio esperado. Muestra un producto o servicio en comparación con la compra realizada por el cliente, junto con los beneficios obtenidos por dicha acción. Además, implica que la prestación del servicio se realice sin errores.

Luego de desarrollar las bases teóricas fue importante definir algunos términos que expliquen y ayuden a entender los fundamentos de cada variable, los cuales son:

Calidad del servicio. Son todas las medidas de precaución para evitar accidentes es el compromiso de toda la organización desde la alta gerencia y de los trabajadores. Es importante un amplio análisis de accidentes ocurridos y los que podrían pasar, de tal manera, se busca mejores estrategias que deben evitarla.

Capacidad de respuesta. Son las condiciones de la salud que tiene el trabajador que puede interferir en su trabajo y dificultar su trabajo normal. En este proceso se debe identificar los síntomas que pueden ser ocasionados por las condiciones del trabajo.

Elementos tangibles. Las capacitaciones del personal deben darse para evitar riesgos en el trabajo, como señalización en las instalaciones en forma adecuada, el

uso de equipos de protección personal es crucial para preservar la salud y prevenir lesiones graves. En este sentido, las inspecciones técnicas del trabajo cobran gran relevancia al corregir procedimientos que podrían causar accidentes. Además, se enfatiza la importancia de crear un entorno con instalaciones altamente seguras.

Empatía. Es un proceso donde al haber observado el problema de los colaboradores se le da un tratamiento correcto, el cual permite su pronta mejoría. Es aquel punto débil, que no permita a que el colaborador se desenvuelva correctamente en la totalidad de su capacidad. Un trabajador sano y en toda capacidad será capaz de contribuir para mejorar el producto también servicio

Precio. Los aspectos que se debe de considerar son la comodidad que se brinda al trabajador en su ambiente de trabajo; de acuerdo con lo establecido y que no resquebrajen la salud del trabajador dentro de los mismos. Esto incluye la calidad de la iluminación en el entorno, la presencia de ruidos que puedan interferir con las tareas laborales y el estado emocional del empleado.

Satisfacción del cliente. Consiste en instruir al trabajador a través de programas de formación continua sobre aspectos de higiene y salud laboral, con el objetivo de que pueda aplicarlos en su desempeño laboral.

Seguridad. Se refiere a una combinación de aspectos psicológicos, físicos, ambientales y sociales que contribuyen a que el empleado mantenga un estado de salud emocional y física adecuado, lo que le permite desempeñarse satisfactoriamente en su trabajo en un entorno laboral favorable. Si las organizaciones aprecian ciertos aspectos que brindan sus colaboradores con respecto a su salud, estas no deben de afectar su condición física, psicológica, ni que afecte las tareas ocupacionales recurrentes que realiza.

Servicio esperado. Son los factores que hacen que el trabajador crezca y

realice sus labores con normalidad sin que estas repercutan en su salud; Se requiere la adaptación del entorno circundante del individuo, así como la identificación de factores personales.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El estudio de carácter básico descriptivo puesto que metodológicamente se abordó el trabajo en función de la revisión literaria efectuada. Desde los argumentos de Hernández et al. (2014) en primer lugar, es descriptivo por cuanto está orientada a medir y valorar las características de las variables que se han definido.

Diseño de investigación

Este estudio llevó a cabo utilizando no experimental, ya que los factores de interés no fueron intervenidos. En lugar de eso, se observaron y analizaron los elementos de calidad de servicio y satisfacción del cliente empresa Multident, ubicada distrito de Villa El Salvador durante el año 2020.

2.2. Población, muestra y muestreo

Esta investigación se centró en los clientes corporación Multident ubicada localidad de Villa El Salvador durante el año 2020. Por esta razón, la población se considera como una muestra infinita. El criterio de inclusión se basa en la selección de todos los clientes corporación Multident ubicada en el distrito Villa El Salvador, quienes fueron parte de la muestra en este estudio de investigación. Al respecto, Gorgas et al. (2011) explican: “Se denomina población al conjunto completo de elementos con alguna característica común que es el objeto de nuestro estudio” (p. 11).

En relación con la muestra, está conformada por 50 pacientes de la clínica Multident del distrito de Villa El Salvador siendo una muestra que posee las características de ser representativa. Además, para propósitos de uso del estudio se empleó una técnica de selección aleatoria. Es decir, el método de selección de la población es el muestreo aleatorio simple, ya que se determinó qué cantidad de

clientes fueron encuestados mediante la generación de números aleatorios.

2.3 Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

Hipótesis específicas

Existen relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

Existe relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

2.4. Variables y operacionalización

Definición conceptual de la calidad de servicio

Prieto (2010) lo define como: “La calidad en el servicio implica un proceso de transformación abarca a la totalidad de la empresa en términos creencias, mentalidades y acciones orientados hacia la satisfacción de los usuarios” (p. 144).

La calidad en el servicio es una de las organizaciones privadas, públicas y sociales que ponen en práctica para asegurar que sus clientes, tanto internos como externos, estén completamente satisfechos.

Definición operacional de la calidad de servicio

El cuestionario es el instrumento utilizado en el estudio dirigido a evaluar el factor de calidad del servicio, cuenta con 27 reactivos tipo Likert además de 3 dimensiones.

Tabla 1

Establecimiento de medidas para la variable calidad de servicio

Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos
Elementos tangibles Capacidad de respuesta Empatía	- Capacidad intelectual - Canales de búsqueda - Inducción del personal - Capacitaciones - Formación profesional - Liderazgo - Cumplimiento descriptivo de puesto - Conductas observables - Retroalimentación	1. Completamente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. ni acuerdo ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Completamente de acuerdo	Deficiente [20 – 45⟩ Regular [18 – 40⟩ Eficiente [99 – 135⟩

Definición conceptual de la satisfacción del cliente

Gosso (2010) define: “La satisfacción del cliente se entiende que esta se produce cuando las expectativas de un cliente con respecto a un producto o servicio se comparan con la realidad experimentada”(p. 77).

La satisfacción del cliente es el estado emocional que experimenta después de efectuar una compra de un producto o servicio.

Definición operacional de la satisfacción del cliente

El cuestionario es el instrumento utilizado en el estudio dirigido a evaluar el factor de satisfacción de los clientes, cuenta con 22 reactivos tipo Likert además de 3 dimensiones.

Tabla 2

Establecimiento de medidas para la variable satisfacción del cliente

Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos
Seguridad Precio Servicio esperado	- Tecnología - Odontólogos especializados - Costo de los tratamientos - Atención a los pacientes - Tiempo de atención	1. Completamente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. ni acuerdo ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Completamente de acuerdo	Bajo [23 al 53⟩ Medio [54 al 84⟩ Alto [85 al 115⟩

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

Esta investigación empleó técnica de las encuestas. Arias (2012) la interpreta como: “Un método que busca recopilar datos proporcionados por un grupo o muestra de individuos sobre sí mismos o sobre un tema específico” (p. 72). Em este contexto, se utiliza esta herramienta para recopilar información que sea sólida, coherente y principalmente relevante para los factores, aspectos y marcadores del tema, obtenidos participantes, quienes son parte integral del entorno del problema.

Además, como complemento a los datos primarios, la investigadora llevó a cabo un análisis documental, tal como lo describieron Dulzaides y Molina (2004) como:

> Un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico-sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, indización, anotación,

extracción, traducción y la confección de reseñas .(p. 12)

Estas técnicas se llevaron a cabo actividades para el análisis minucioso, un examen exhaustivo, metódico y otras fuentes bibliográficas, como documentación, guías, recursos en línea, informes y estudios afines con los parámetros de administración, competencias, rendimiento en el trabajo, lo cual sirvieron como referencias conceptuales, interpretar la información.

Descripción de instrumentos utilizados

Se emplearon dos cuestionarios herramientas recolección datos para la investigación con preguntas politómicas basadas en la escala tipo Likert. Estos cuestionarios se aplicaron a los empleados organización Multident en Villa El Salvador durante el año 2020, especialmente a aquellos que desempeñan sus funciones . Hernández et al. (2014) sostienen: “Un cuestionario conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p. 217). Se utilizó esta herramienta para evaluar las variables de gestión por competencias ejecución en el trabajo, acompañado del objetivo determinar grado de relación entre ambas.

Los instrumentos politómicos fueron empleados de acuerdo con la rigurosidad del método científico, estos fueron sometidos a las respectivas pruebas de confiabilidad y validez a los efectos de certificar que los cuestionarios cumplieron con las cualidades y parámetros establecidos para aplicarse a los pacientes organización Multident del distrito de Villa El Salvador. Ahora bien, Hernández et al. (2014) sostienen: “La validez del contenido se obtiene mediante las opiniones de expertos y al asegurarse de que las dimensiones medidas por el instrumento sean representativas del universo o dominio de dimensiones de las variables de interés” (p. 298).

En virtud de ello, para determinar la credibilidad con la técnica opinión

especializada que se llevó a cabo a partir de pulsar la opinión profesional y especialistas de expertos en contenido, metodología y estadística para obtener valoración los expertos se diseñó un formato con una escala de Likert.

Tabla 3

Resultados de validación de los cuestionarios

Validador	Resultado de aplicabilidad
Mg. Jorge Alonso Ramos Chang	Aplicable
Mg. Mario Edgar Chura Alegre	Aplicable
Ing. Segundo Zoilo Vásquez Ruiz	Aplicable

Igualmente, expresaron Hernández et al. (2014) que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere: “Al grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p. 200). Por lo tanto, se estableció la confiabilidad mediante una prueba piloto, a una muestra pequeña representada por quince (15) sujetos seleccionados de manera aleatoria y que formaron parte de la muestra, con el objeto de plasmar la confiabilidad de los cuestionarios. Se realizó una validación empírica de los ítems total, las cuales fueron positivas y mayor a 0.3.

Ello permitió que se establecieran los modos para comprobar si los (2) instrumentos que se valoraron, estarán en capacidad de recopilar información defectuosa y por tanto podrá llevar a conclusiones equivocadas, o si se trató de cuestionarios fiables que hicieron mediciones estables y consistentes.

Tabla 4

Resultado de confiabilidad del instrumento de calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	23

En la tabla se muestra el resultado del coeficiente alfa de Cronbach donde se observa un valor de 0.913 que supera el umbral 0.75. Esto señala que la herramienta exhibe un alto nivel de confiabilidad, ya que se sitúa rango de 0.81 a 1.00, lo que lo

hace adecuado por el estudio.

Tabla 5

Resultado de confiabilidad de la satisfacción del cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,859	27

En la tabla se muestra el resultado del coeficiente alfa de Cronbach donde se observa un valor de 0.859 que supera el umbral 0.75. Esto señala que la herramienta exhibe un alto nivel de confiabilidad, ya que se sitúa rango de 0.81 a 1.00, lo que lo hace adecuado por el estudio.

2.6 Procedimientos

Este estudio se desarrolló considerando todos los lineamientos del enfoque cuantitativo, es decir, se analizó el problema, se fundamentaron las variables y se recogió datos que permitió llegar a conclusiones adecuadas y relacionadas con el cumplimiento de los objetivos.

2.7 Análisis de datos

A partir los registros recopilados mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de información, se llevó a cabo la tabulación respectiva de los datos utilizando tablas y representaciones gráficas. Esto se hizo en función de las variables, dimensiones e indicadores establecidos en la operacionalización, mostrando las opciones de respuesta, su peso mediante la frecuencia y el porcentaje correspondiente de cada una.

Luego para sintetizar los resultados, se introdujo toda la información recopilada en el programa estadístico SPSS, con el fin de identificar las correlaciones entre las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente, así como sus respectivas dimensiones. Luego, se procedió con el análisis estadístico y posteriormente con la

prueba de hipótesis. Este proceso comenzó con la verificación y selección del tipo de estadístico a emplear, utilizando la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.

Dado que los datos no siguen una distribución normal, se optó por emplear la medida de correlación estadística de Rho de Spearman para analizar la correlación entre las variables, lo que permitió validar las hipótesis planteadas en este estudio. Estos datos fueron procesados y luego presentados en tablas y gráficos, los cuales fueron descritos, analizados e interpretados.

2.8 Aspectos éticos

Este estudio cuenta con todos los lineamientos exigidos por la universidad en cuanto a la redacción en APA 7 y los niveles de similitud por debajo del 20% que exige la universidad.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1 Resultados descriptivos de las variables

Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio

Tabla 6

Análisis descriptivo de la variable calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	18	36,0
Regular	27	54,0
Eficiente	5	10,0
Total	50	100,0

En la tabla 6 se aprecia que el 54 % de los pacientes, representados por 27 individuos, percibe la variable de calidad de servicio como regular, mientras que el 36%, representado por 18 pacientes, la percibe como deficiente, y solamente el 10%, equivalente a 5 clientes la considera eficiente. Estos resultados demuestran la presencia de ciertas deficiencias que afectan la calidad de servicio que brinda la clínica.

Resultados descriptivos de la variable satisfacción del cliente

Tabla 7

Análisis descriptivo de la satisfacción del cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	14	28,0
Regular	32	64,0
Eficiente	4	8,0
Total	50	100,0

En la tabla 7 se observa que el 64% de los pacientes representados por 32 individuos percibe la variable satisfacción del cliente como estándar, mientras que el 28% representado por 14 pacientes, la percibe como deficiente, y finalmente, el 8% equivalente a 4 clientes la considera eficiente. Esto demuestra que los pacientes no se encuentran satisfechos con la atención recibida.

4.2 Resultados descriptivos de las dimensiones

Resultados descriptivos de las dimensiones de calidad de servicio

Tabla 8

Análisis descriptivo de la dimensión elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	14	28,0
Regular	26	52,0
Eficiente	10	20,0
Total	50	100,0

En la tabla 8 se observa que el 52% de los pacientes representados por 26 individuos, considera que la dimensión de elementos tangibles se encuentra nivel regular. Por otro lado, el 28%, representado por 14 pacientes la percibe como deficiente y finalmente, el 20%, equivalente a 10 pacientes considera esta dimensión en un nivel eficiente. Esto demuestra que la percepción de los pacientes respecto a los elementos observables de la clínica no es lo adecuado.

Tabla 9

Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	21	42,0
Regular	20	40,0
Eficiente	9	18,0
Total	50	100,0

En la tabla 9 se muestra que el 40% de los pacientes representados por 20 individuos percibe que la característica de capacidad de respuesta de la clínica tiene un nivel regular. Por otro lado, 42% representado por 21 pacientes considera esta dimensión en un nivel deficiente, mientras que solamente el 18% equivalente a 9 pacientes considera el desarrollo de esta dimensión en un escalón eficiente lo que demuestra que la clínica no atiende con prontitud los reclamos de los pacientes.

Tabla 10

Análisis descriptivo de la dimensión empatía

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	27	54,0
Regular	15	30,0
Eficiente	8	16,0
Total	50	100,0

En la tabla 10 se muestra que el 30% de los pacientes representados por 15 individuos percibe que la dimensión empatía presenta un nivel regular. Por otro lado, 54% representado por 27 pacientes la considera en un nivel deficiente, mientras que solamente el 16.0 % equivalente a 8 pacientes la considera un grado eficiente. Estos resultados demuestran que la atención en la clínica no es empática con los pacientes, siendo un aspecto importante para los pacientes.

Resultados descriptivos de las dimensiones de satisfacción del cliente

Tabla 11

Análisis descriptivo de la dimensión seguridad

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	14	28,0
Regular	34	68,0
Eficiente	2	4,0
Total	50	100,0

En la tabla 11 se observa que el 68% de los pacientes representados por 34 individuos percibe que la dimensión de seguridad tiene un nivel regular. Por otro lado, el 28%, representado por 14 pacientes la considera en un nivel deficiente, mientras que solamente el 4%, equivalente a 2 pacientes la considera eficientemente. Esto es preocupante porque los pacientes consideran que no se encuentran seguros en las instalaciones de la clínica o en todo caso no sienten seguridad en la atención que reciben dentro de la clínica.

Tabla 12

Análisis descriptivo de la dimensión precio

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	14	28,0
Regular	30	60,0
Eficiente	6	12,0
Total	50	100,0

En la tabla 12 que observa el 60% de los pacientes representados por 30 pacientes percibe que la dimensión precio tiene un nivel regular. Por otro lado, el 28%, representado por 14 pacientes la considera en un nivel deficiente, mientras que solamente el 12% equivalente a 6 pacientes la considera eficientemente. Lo que demuestra que los pacientes no están del todo conformes con los precios ofertados en la clínica.

Tabla 13

Análisis descriptivo de la dimensión servicio esperado

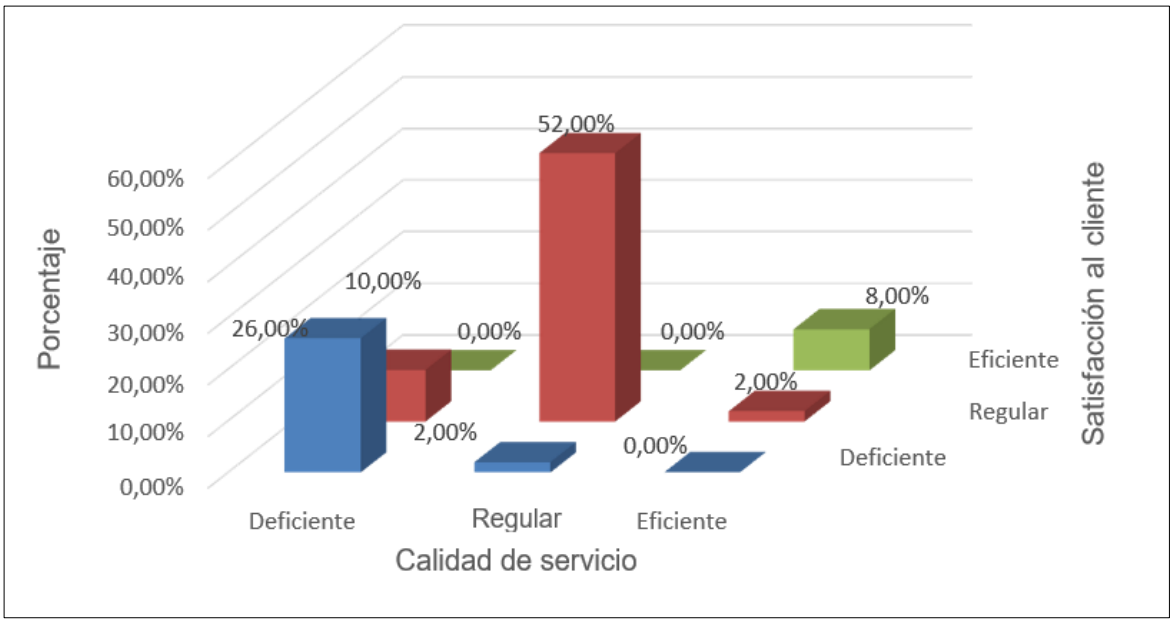
	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	26	52,0
Regular	18	36,0
Eficiente	6	12,0
Total	50	100,0

En la tabla 13 se visualiza que el 36% representados por 18 pacientes percibe que la dimensión servicio esperado presenta un nivel regular. Por otro lado, el 52% representado por 26 pacientes la considera en un nivel deficiente. Finalmente, el 12%, equivalente a 6 pacientes la considera eficientemente. Estos resultados demuestran que los pacientes esperan un servicio más eficiente con respecto a la atención que actualmente reciben la clínica.

3.3 Resultados descriptivos de las variables relacionadas

Figura 2

Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente



En la figura 2 se puede apreciar los resultados alusivos a la relación entre la calidad servicio y conformidad del cliente. En la imagen se observa que el 26% pacientes considera como deficiente la relación entre variables. Asimismo, el 52% de los pacientes considera esta relación en un nivel regular y finalmente, el 8% pacientes encuestados considera que las variables se relacionan en un nivel eficiente. Estos resultados evidenciados en la tabla son el paso previo a la prueba de hipótesis en un nivel inferencial.

3.4 Prueba de la normalidad para la variable de estudio

H_o. La distribución de los puntajes de la variable satisfacción del cliente presenta una distribución normal.

H_a. La distribución de los puntajes de la variable satisfacción del cliente difiera de una distribución normal.

Tabla 14

Resultados de la prueba de normalidad de las variables

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,357	50	,000	,738	50	,000

Correlación de significación de Lilliefors

El cuadro 14 presenta los datos obtenidos de la aplicación de la prueba de Kolmogorov-Smirnov para verificar la normalidad al instrumento utilizado 50 pacientes. Se percibe muchos de los puntajes no siguen una distribución normal en la variable de satisfacción del cliente, puesto que el coeficiente alcanzado con un valor p de 0,000 que es < 0,05. Este resultado lleva a la negación de la hipótesis nula y la validación de la hipótesis alternativa, lo que indica que la prueba estadística debe ser no paramétrica. Por lo tanto, se utilizó el estadístico Rho de Spearman.

3.5 Procedimientos correlacionales

Contraste de la hipótesis general

H_o. No existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

H_a. Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

Tabla 15

Resultados de asociación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente

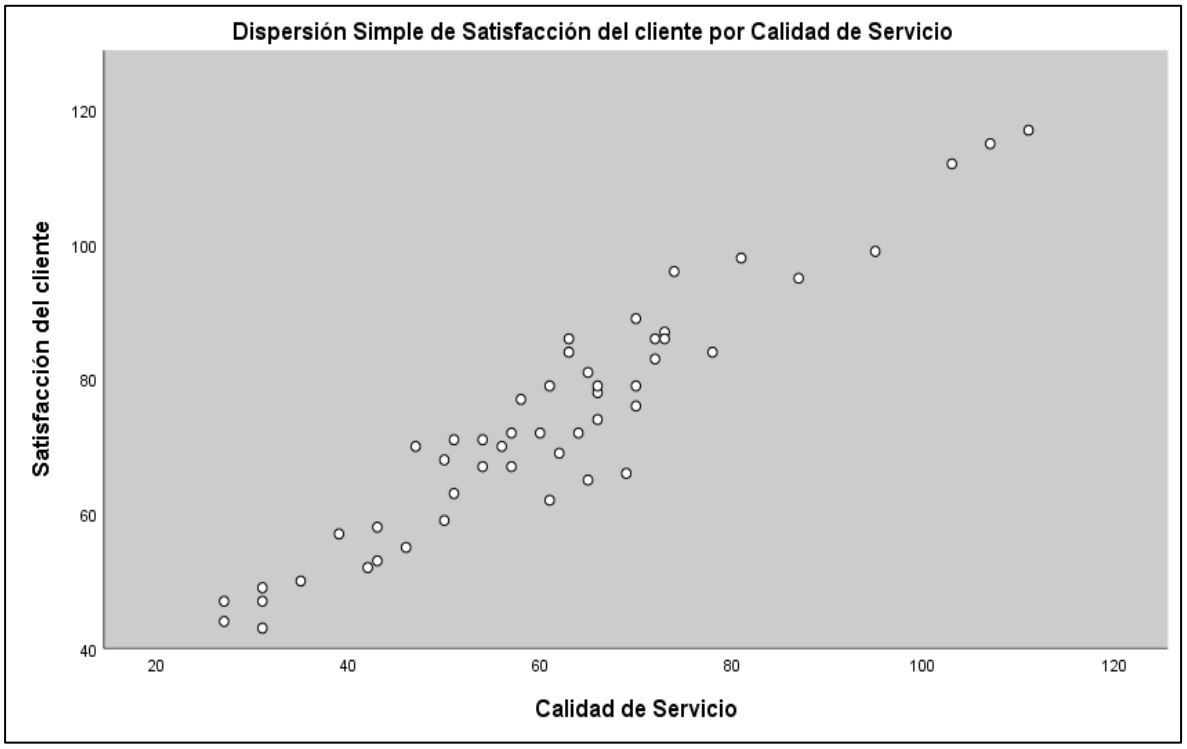
		Satisfacción del cliente
Calidad de servicio	Correlación de correlación	,796**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

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

En la tabla 15 se presentan los resultados de correlación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente. En ella se observa un índice de correlación Rho de Spearman de 0.796 valor significancia igual a 0.000, que es menor al 0.05. Por lo tanto, puede concluir que se evidencia una correlación positiva significativa entre los parámetros. Este resultado implica el rechazo de la hipótesis nula también la aceptación de la hipótesis alternativa, indicando la existencia de una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Multident distrito Villa El Salvador año 2020.

Figura 3

Gráfico de dispersión de las variables



En la figura 3 se presentan los resultados del gráfico de dispersión entre las variables de estudio. En ella se muestra un vínculo positivo alta medio de las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente. En resumen, se puede afirmar que en la medida que aumentan los puntajes de calidad de servicio, también aumentarán las calificaciones de la satisfacción del cliente.

Contrastación de hipótesis específica 1

H_o. No existen relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

H_1. Existen relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

Tabla 16

Resultados de correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente
Elementos tangibles	Correlación de Correlación	,523**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

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

En la tabla 16 se presentan los resultados de correlación entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción del cliente. En ella se observa un índice de correlación Rho de Spearman de 0.523 valor significancia igual a 0.000, que es menor al 0.05. Por lo tanto, puede concluir que se evidencia una correlación positiva y significativa entre los parámetros. Este resultado implica el rechazo de la hipótesis nula también la aceptación de la hipótesis alternativa, indicando la existencia de una correlación positiva moderada entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la empresa Multident ubicada en el distrito Villa El Salvador durante el año 2020.

Contrastación de hipótesis específica 2

H_o. No existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

H_2. Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

Tabla 17

Resultados de correlación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente
Capacidad de respuesta	Correlación de Correlación	,696**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

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

En la tabla 17 se presentan los resultados de correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente. En ella se observa un índice de correlación Rho de Spearman de 0.696 valor significancia igual a 0.000, que es menor al 0.05. Por lo tanto, puede concluir que se evidencia una correlación positiva y significativa entre los parámetros. Este resultado implica el rechazo de la hipótesis nula también la aceptación de la hipótesis alternativa, indicando la existencia de una correlación positiva moderada entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Multident ubicada en el distrito Villa El Salvador durante el año 2020.

Contrastación de hipótesis específica 3

H_o. No existe relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

H_3. Existe relación entre la empatía la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.

Tabla 18

Resultados de correlación entre la empatía y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente
Empatía	Correlación de Correlación	,596**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

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

En la tabla 18 se presentan los resultados de correlación entre la dimensión empatía y la satisfacción del cliente. En ella se observa un índice de correlación Rho de Spearman de 0.596 valor significancia igual a 0.000, que es menor al 0.05. Por lo tanto, puede concluir que se evidencia una correlación positiva y significativa entre los parámetros. Este resultado implica el rechazo de la hipótesis nula también la aceptación de la hipótesis alternativa, indicando la existencia de una correlación positiva moderada entre la dimensión empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Multident ubicada en el distrito Villa El Salvador durante el año 2020.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

La recopilación de datos para esta tesis se ha sometido a criterios de validez, lo que ha resultado en alto grado de confianza. En relación la prueba de medición de calidad de servicio se obtuvo un coeficiente alfa Cronbach de 0,913 y 0,859 para la consistencia interna de la satisfacción del cliente. Ambos valores superan el umbral de 0,75, lo que indica que los instrumentos utilizados para ambas variables son altamente confiables para recopilar datos.

El índice Rho de Spearman evidencia un resultado de 0,796 con un grado de significancia de 0,000, lo que indica una correlación positiva alta entre ambas variables. Estos hallazgos se comparan con los obtenidos en la tesis de Mitma (2019) titulada *Nivel de calidad de atención en la clínica odontológica privada Nueva Sonrisa según las percepciones y expectativas del paciente, Lima - 2018*, donde se concluye que la gran mayoría de pacientes presentan satisfacción durante la atención del servicio brindado en la clínica odontológica. Estos resultados indica que las apariencias de los bienes con que cuenta la organización aumentan su nivel de satisfacción.

En cuanto a los resultados de hipótesis específicas se comprobó que los elementos tangibles presentan un resultado Rho de Spearman de 0.523 con un nivel de probabilidad menor al 0.05 demostrando una correlaciona moderada son la satisfacción del cliente. La capacidad de respuesta presenta un resultado Rho de Spearman de 0.696 con un nivel de probabilidad menor al 0.05 demostrando una correlaciona moderada son la satisfacción del cliente. Finalmente, la empatía presenta un resultado Rho de Spearman de 0.597 con un nivel de probabilidad menor al 0.05 demostrando una correlaciona moderada son la satisfacción del cliente. Estos resultados se contrastan con los resultados de Mamani (2017) en su tesis *Grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada*

por el establecimiento de salud Salcedo, Minsa, Puno - 2017, donde se concluyen que los factores relacionados con la calidad de servicio afectan de forma importante y positiva con los niveles de satisfacción de los clientes o pacientes de la clínica odontológica. En ese sentido, es importante que las empresas relacionadas con la salud implementen acciones de mejora tanto a nivel de empatía del personal de atención, los elementos tangibles con la que interactúa los clientes y la capacidad de respuesta a los reclamos y quejas de los pacientes con la finalidad de implementar acciones de mejora de la clínica.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

Primero. En la organización Multident del distrito de Villa El Salvador en 2020, se observa una marcada correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Este hallazgo basa en índice de correlación Rho de Spearman de 0,796 con un valor de significancia de 0,000, que es inferior al 0,05.

Segundo. En la organización Multident del distrito Villa El Salvador año 2020, evidencia una correlación positiva moderada respecto a la dimensión elementos tangibles de la variable de calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Este análisis se sustenta en un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,523 con un valor de significancia de 0,000, que es inferior al 0,05.

Tercero. En la organización Multident del distrito Villa El Salvador año 2020, se observa una correlación positiva media entre la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Este hallazgo se sustenta en un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,696 con un valor de significancia de 0,000, que es inferior al 0,05.

Cuarto. En la organización Multident del distrito Villa El Salvador año 2020, se identifica una marcada correlación positiva entre la dimensión de empatía de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Este resultado se basa en un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,596 con un valor de significancia de 0,000, que es inferior al 0,05.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

En cumplimiento con el logro del objetivo general, se recomienda que el equipo directivo en la organización Multident promover una política centrada en la calidad del servicio, empleando un enfoque constructivista, que se traduzca en acciones concretas. Asimismo, se debe capacitar a los empleados en las labores de atención de servicio.

En relación con el logro del primer objetivo específico, se sugiere desarrollar un programa dirigido a mejorar la calidad del servicio, considerando aspectos intangibles como cuidado al cliente y la prontitud prestación de servicio, incluyendo también una atención personalizada para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios.

En relación con el logro del segundo objetivo específico, se sugiere implementar un programa de planificación con intervalos de tiempo para medir los tiempos de espera de cada usuario. Esto es crucial, ya que uno de los factores que contribuyen a los retrasos en los procesos es la falta de habilidad del personal para gestionar el tiempo de cada usuario adecuadamente

En relación con el logro del tercer objetivo específico, se recomienda brindar capacitaciones al personal de atención al usuario con el fin de mejorar interacción y el manejo de los consumidores. Estas capacitaciones podrían incluir instrucciones y orientaciones para garantizar una atención más cordial y una interacción más fluida.

REFERENCIAS

Araya, C., Bustos, A., Castillo, F., Oliva, P. & Araya, J. (2012). Determinación de la calidad de Servicio odontológico de un centro de Salud pública basado en intangibles. Talcahuano, Chile. *International journal of odontostomatology,* *6*(3), 349-354. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-381X2012000300018

Arias, F. (2012*). El proyecto de investigación* (6ª ed.). Episteme.

Arias, L., (2019). *Calidad de* servicio *y la satisfacción de los clientes de las clínicas dentales de la ciudad de Tingo María* [Tesis de pregrado, Universidad Agraria de la Selva]. Repositorio de la Universidad Agraria de la Selva. https://repositorio.unas.edu.pe/items/5a7d4d0c-4371-40c7-931d-579895bb2ebe

Barker, T. (1997). *Comunicación empresarial y técnica*. Prentice Hall.

Díaz, V. & Sánchez, O. (2017). *Calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C. Chiclayo -2016* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio de la Universidad Señor de Sipán. https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4226/Diaz%20Vasquez%20-%20Sanchez%20Bustamante%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Droguett, F. (2012). *Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: Análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108111

Dulzaides, M. & Molina, A. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *Acimed, 12*(2), 1-5.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200011

García, L. (2020). *El mejor servicio al cliente*. Morata.

Gonzales, O. (2016). *Relación entre calidad de atención odontológica y satisfacción de pacientes atendidos en el establecimiento de salud I-4 de Castilla durante el año 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio de la Universidad Alas Peruanas. https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/5938

Gorgas, J., Cardiel, N. & Zamorano, J. (2011). *Estadística básica para estudiantes de ciencia*. Universidad Complutense de Madrid.

Gosso, F. (2010). *Hiper satisfacción del cliente: Conceptos y herramientas para ofrecer un servicio sobresaliente*. Panorama.

Hayes, N. (2002). *Dirección de equipos de trabajo*. Paraninfo.

Hernández, J., Chumaceiro, A. & Cárdenas, A. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia, 14*(47), 458-472. https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-99842009000300009&script=sci_abstract

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Huamaní, A., (2018). *Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una clínica dental, San Roque, Ate – 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19600

López, D. (2018). *Calidad de Servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de maestría, Universidad Católica

Santiago de Guayaquil]. Repositorio de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867

Mamani, A. (2017). *Grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada por el establecimiento de salud Salcedo, Minsa, Puno – 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio de la Universidad Nacional del Altiplano. https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3275636

Mitma, N. (2019). *Nivel de calidad de atención en la clínica odontológica privada Nueva Sonrisa según las percepciones y expectativas del paciente, Lima. 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Norbert Wiener]. Repositorio de la Universidad Privada Norbert Wiener. https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/20.500.13053/3231?show=full

Parasuraman, A., Zeithaml, L. & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing, 1*(49), 41–50. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2094405&pid=S0186-1042201200030000800027&lng=es

Prieto, J. (2010). *Gerencia del servicio la clave para ganar todos* (2ª ed.). Ecoe ediciones.

Reeves, C. & Bednar, D. (1994). Defining Quality: Alternatives and Implications. *The Academy of Management Review, 19*(3), 419-445. https://www.jstor.org/stable/258934

Ros, A. (2016). *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual* [Tesis doctoral, Universidad Católica San Antonio]. Repositorio de la Universidad Católica San Antonio. https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequenc

e=1

Thompson, I. (2005). *La satisfacción del cliente*. Prentice Hall.

Tigani, D. (2006). *Excelencia de servicio.* Grao.

Tschohl , J. (2011). *Servicio al cliente* (8ª ed.). Publishing.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
Problema general	**Objetivo general**	**Hipótesis general**	**Variable 1: Calidad de servicio**			
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador?	Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.	Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Escala de medición**	**Niveles y rangos**
Problemas específicos	**Objetivos específicos**	**Hipótesis específicas**	Elementos tangibles	- Capacidad intelectual - Canales de búsqueda - Inducción del personal	1. Completamente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. ni acuerdo ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Completamente de acuerdo	Deficiente [20 – 45⟩ Regular [18 – 40⟩ Eficiente [99 – 135⟩
¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020?	Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020.	Existen relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.	Capacidad de respuesta	- Capacitaciones - Formación profesional - Liderazgo		
			Empatía	- Cumplimiento descriptivo de puesto - Conductas observables - Retroalimentación		

<table>
<tr><td rowspan="4">¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020?
¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020?</td><td rowspan="4">Dterminar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020.
Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador – 2020.</td><td rowspan="4">Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.
Existe relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Multident del distrito de Villa El Salvador - 2020.</td><td colspan="4">Variable 2: Satisfacción del cliente</td></tr>
<tr><td>Dimensiones</td><td>Indicadores</td><td>Escala de medición</td><td>Niveles y rangos</td></tr>
<tr><td>Seguridad</td><td>- Tecnología
- Odontólogos especializados</td><td rowspan="3">1. Completamente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. ni acuerdo ni desacuerdo
4. De acuerdo
5. Completamente de acuerdo</td><td rowspan="3">Bajo
[23 al 53⟩
Medio
[54 al 84⟩
Alto
[85 al 115⟩</td></tr>
<tr><td>Precio</td><td>- Costo de los tratamientos
- Atención a los pacientes</td></tr>
<tr><td>Servicio esperado</td><td>- Tiempo de atención</td></tr>
<tr><td>Nivel - diseño de investigación</td><td>Población y muestra</td><td colspan="2">Técnicas e instrumentos</td><td colspan="3">Estadísticas utilizadas</td></tr>
</table>

Tipo: Básica descriptiva **Diseño:** No experimental **Enfoque:** Cuantitativo	**Población:** Clientes corporación Multident ubicada localidad de Villa El Salvador **Muestra:** 50 clientes	**Variable 1:** Calidad de servicio **Técnicas:** Encuesta **Instrumentos:** Cuestionario de calidad de servicio **Variable 2:** Satisfacción de clientes **Técnicas:** Encuesta **Instrumentos:** Cuestionario de satisfacción de clientes	**Estadísticos descriptivos:** - Tablas estadísticas - Gráficos estadísticos **Medidas de dispersión:** - Desviación estándar **Estadísticos inferenciales:** - Rho de Spearman

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

INSTRUMENTO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Introducción. A continuación, le presentamos varias proposiciones y le solicitamos que frente a ello exprese su opinión considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas marcando con una (X) la que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con el siguiente código.

1. Completamente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni acuerdo, ni desacuerdo	4. De acuerdo	5. Completamente de acuerdo

Nº	ÍTEMS	PUNTAJES				
		1	2	3	4	5
1	La Clínica cuenta con el establecimiento adecuado para el servicio que brinda.					
2	El establecimiento cuenta con un área de servicios para el cliente.					
3	El establecimiento cuenta con la señalización correspondiente de bioseguridad.					
4	Considera que el personal actual es el adecuado para brindar el servicio al cliente.					
5	La empresa cuenta con odontólogos especializados.					
6	Los colaboradores de la clínica se encuentran bien uniformados.					
7	Considera adecuada la cantidad de especialidades odontológicas con que cuenta la clínica.					
8	Debería la empresa aumentar la cantidad de unidades odontológicas.					
9	La clínica cuenta unidades y equipo odontológico en buen estado.					
10	El horario de atención al público de la clínica es aceptable.					
11	La clínica debe ampliar su horario de atención al público.					
12	La clínica maneja un horario de atención estándar al público.					
13	Considera que la atención de su cita es puntual.					
14	La cantidad de pacientes citados excede a la capacidad de unidades odontológicas.					
15	Los ambientes de la clínica se encuentran siempre limpios y en buen estado.					

16	Considera que existe demoras en la atención de sus citas					
17	Es aceptable el tiempo que dura la evaluación odontológica					
18	Considera que la clínica debería reducir el tiempo de respuesta para agendar citas (web, WhatsApp, llamadas).					
19	La clínica comprende las necesidades específicas de los pacientes.					
20	El personal de la clínica reacciona adecuadamente ante cualquier conflicto y/o malestar.					
21	El personal de la clínica es tolerante ante las exigencias de los pacientes.					
22	Existe buena relación entre el personal de la clínica.					
23	La comunicación entre el personal de la clínica y los pacientes es buena.					
24	La clínica soluciona los problemas rápidamente con los pacientes.					
25	La clínica brinda servicio personalizado al paciente de la clínica.					
26	La clínica se preocupa por los intereses de los pacientes.					
27	Considera que la clínica le brinda un correcto servicio de odontológico especializado.					

INSTRUMENTO SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Introducción. A continuación, le presentamos varias proposiciones y le solicitamos que frente a ello exprese su opinión considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas marcando con una (X) la que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

1. Completamente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni acuerdo, ni desacuerdo	4. De acuerdo	5. Completamente de acuerdo

Nº	ÍTEMS	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
1	La clínica realiza el mantenimiento correspondiente de las unidades odontológicas.					
2	Los colaboradores de la clínica (personal de atención al cliente, odontólogos y administrativos) muestran honestidad en su trabajo.					
3	La clínica está comprometida con el servicio que se brinda a los pacientes.					
4	El personal de la clínica demuestra respeto hacia los pacientes.					
5	El personal de la clínica se muestra siempre amables.					
6	El personal de la clínica se muestra atentos ante las inquietudes de los pacientes.					
7	El comportamiento del personal de la clínica transmite confianza a los pacientes.					
8	La clínica transmite seguridad al paciente.					
9	El personal de la clínica brinda información correcta a los pacientes durante su cita en la clínica.					
10	Considera que los precios pagados en la clínica son justos por el servicio odontológico brindado.					
11	Considera justo el costo de los tratamientos y la citas.					
12	Considera que el precio de las promociones, son más atractivas respecto a otras clínicas.					
13	La clínica realiza promociones en el tarifario según el mes y fecha del año.					

14	La clínica promociona su servicio a través de tarjetas de descuento.					
15	Considera usted que la empresa la explica los beneficios de la clínica					
16	Es excesivo el costo de los tratamientos, cirugías y citas que ofrece la clínica.					
17	Considera correcto el cobro de las citas a los pacientes					
18	La clínica cubre el precio de las citas y tratamientos debido a la coyuntura de la pandemia.					
19	La velocidad en la que atienden los odontólogos es la adecuada.					
20	El odontólogo respeta los protocolos de bioseguridad					
21	Considera que la atención de los pacientes es demasiado lenta.					
22	La clínica cumple con su servicio esperado en el tiempo establecido					
23	La clínica cumple con los horarios establecidos.					
24	La clínica es puntual respecto a la atención de cada cita					
25	Los odontólogos de la clínica muestran responsabilidad en su trabajo.					
26	Los odontólogos de la clínica le generan confianza					
27	La clínica cuenta con equipamiento de bioseguridad.					

Anexo 3. Ficha de validación de cuestionario

Validación del instrumento: CALIDAD DE SERVICIO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Ing. Segundo Zoilo Vásquez Ruiz

DNI: 17858481

Especialidad del validador: **Temático [ ]** **Metodológico [ ]** **Estadístico [x]**

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**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

Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: SATISFACCIÓN DEL PACIENTE

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Ing. Segundo Zoilo Vásquez Ruiz

DNI: 17858481

Especialidad del validador: **Temático [ ]** **Metodológico [ ]** **Estadístico [x]**

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**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

Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: CALIDAD DE SERVICIO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: **Mario Edgart Chura Alegre**

DNI: 43486931

Especialidad del validador: Temático [ ] Metodológico [ ] Estadístico [X]

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**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

Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: **Mario Edgart Chura Alegre**

DNI: 43486931

Especialidad del validador: Temático [ ] Metodológico [ ] Estadístico [x]

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**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

Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: CALIDAD DE SERVICIO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Mg. Jorge Alonso Ramos Chang

DNI: 40968849

Especialidad del validador: **Temático [x]** **Metodológico [ ]** **Estadístico [ ]**

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**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

Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Mg. Jorge Alonso Ramos Chang

DNI: 40968849

Especialidad del validador: **Temático [x]** **Metodológico [ ]** **Estadístico [ ]**

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**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

Firma del Experto Informante.

Anexo 4. Ficha de documento informado

MULTIDENT

CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio de la presente , informamos que la empresa Dental Oblita & Segura SAC con nombre comercial Multident Villa el Salvador autoriza al estudiante JODIE ROSE FUNG PINTO

Con código universitario Nº 2141892533 De la escuela profesional de Administración de empresas, de la Universidad Autónoma del Perú, hacer uso de la información institucional para desarrollar la investigación y recolección de datos con fines académicos.

Título del perfil del proyecto de investigación "CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MULTIDENT DEL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR – JULIO 2020"

Dicha información se recopiló en el trabajo de campo para posteriormente ser registrada en su investigación netamente pedagógica.

Se expide la presente "Constancia de Consentimiento informado", a solicitud del interesado, para fines que estime por conveniente.

Villa el Salvador 22 de Julio del 2020

Firma del Estudiante

Jodie Rose Fung Pinto

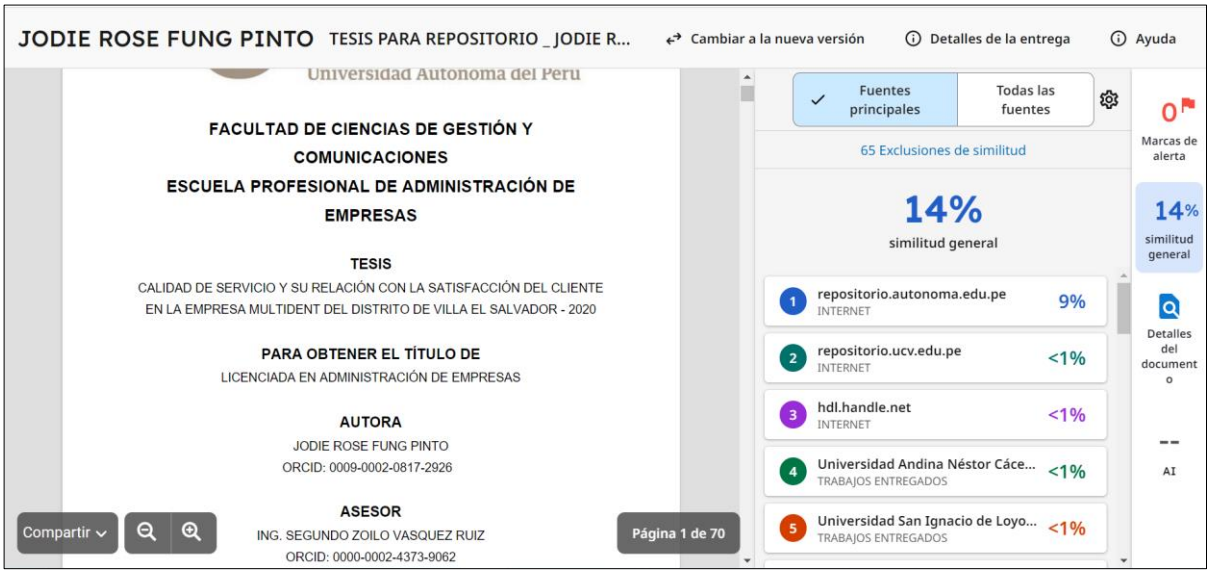
DNI 77382055

Firma de la empresa

David Oblitas C.
COP: 20407
DIRECTOR MEDICO

OFICINA ADMINISTRATIVA: TELF.: (01)494-7997 - Cel.: 923108390 - www.multident.pe

Anexo 5. Índice de coincidencias



Anexo 6. Base de datos

*Jodie Fung (4).sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1 : pre 2 Visible: 66 de 66 variables

	item 1	item 2	item	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	item 23
30	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	1	5	1	2	3	5	3	5	5	2	4	3	3	3	4	4	3	1	5	4	1
32	2	4	3	3	4	2	3	1	1	3	4	2	5	3	2	5	2	2	3	1	2	5	4
33	5	3	5	5	4	4	1	4	3	1	1	4	5	5	3	4	5	1	1	1	1	2	2
34	2	3	1	4	1	2	2	1	5	3	2	3	2	1	4	4	2	4	5	2	4	3	5
35	1	1	4	5	3	5	1	4	1	3	1	1	3	2	2	2	5	4	5	3	1	2	1
36	2	2	1	5	1	4	2	4	5	1	3	4	2	4	1	3	2	3	4	4	2	1	1
37	5	1	5	3	2	5	2	2	3	5	5	4	4	2	3	1	4	1	4	3	4	4	2
38	2	3	1	5	3	5	2	5	2	2	4	2	3	1	4	5	4	2	3	2	1	1	1
39	1	3	2	3	2	3	4	1	4	2	5	5	4	1	5	2	3	5	5	4	2	4	3
40	2	2	2	1	3	1	1	3	2	1	3	3	5	3	2	4	2	3	4	1	1	3	4
41	1	2	2	5	2	5	2	4	4	1	1	4	5	1	3	4	1	3	5	1	4	4	5
42	2	2	4	5	3	3	3	4	5	1	1	5	1	4	4	3	3	1	4	2	4	3	5
43	2	4	5	5	3	2	1	1	5	3	3	2	2	5	5	4	5	3	2	1	4	1	4
44	3	3	2	5	1	2	2	1	5	5	3	1	5	2	2	5	4	2	4	5	5	2	1
45	2	4	3	3	4	2	4	3	4	2	3	3	2	2	1	5	1	5	4	2	1	1	3
46	2	4	3	1	4	5	1	5	3	1	4	5	3	4	2	5	3	3	5	1	5	4	5
47	4	2	1	2	5	2	3	1	4	3	4	4	4	2	3	1	1	3	2	1	4	4	3
48	2	5	3	5	2	3	2	2	5	4	4	1	4	3	2	2	1	3	5	2	4	1	5
49	2	1	3	4	2	4	1	3	1	3	3	3	2	2	1	3	2	4	5	1	3	3	5
50	4	4	4	1	1	3	1	4	5	3	1	4	2	1	2	3	1	3	3	4	3	4	1

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*Jodie Fung (4).sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1 : pre 2 Visible: 66 de 66 variables

	item 28	item 29	item 30	item 31	item 32	item 33	item 34	item 35	item 36	item 37	item 38	item 39	item 40	item 41	item 42	item 43	item 44	item 45	item 46	item 47	item 48	item 49	item 50
30	4	1	3	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	1	5	5	3	5	3	3	1	5	1	2	3	5	3	5	5	2	4	3	3	4	3	3
32	1	3	4	5	4	2	4	3	3	4	2	3	1	1	3	4	2	5	3	2	5	3	2
33	4	1	1	3	1	5	3	5	5	4	4	1	4	3	1	1	4	5	5	3	5	5	3
34	4	3	2	4	2	2	3	1	4	1	2	2	1	5	3	2	3	2	1	4	2	1	4
35	2	5	1	3	1	1	1	4	5	3	5	1	4	1	3	1	1	3	2	2	3	2	2
36	5	5	3	5	3	2	2	1	5	1	4	2	4	5	1	3	4	2	4	1	2	4	1
37	3	5	5	4	5	5	1	5	3	2	5	2	2	3	5	5	4	4	2	3	4	2	3
38	4	2	4	5	4	2	3	1	5	3	5	2	5	2	2	4	2	3	1	4	3	1	4
39	4	2	5	5	5	1	3	2	3	2	3	4	1	4	2	5	5	4	1	5	4	1	5
40	2	3	3	2	3	2	2	2	1	3	1	1	3	2	1	3	3	5	3	2	5	3	2
41	1	4	1	3	1	1	2	2	5	2	5	2	4	4	1	1	4	5	1	3	5	1	3
42	4	3	1	4	1	2	2	4	5	3	3	3	4	5	1	1	5	1	4	4	1	4	4
43	1	3	3	3	3	2	4	5	5	3	2	1	1	5	3	3	2	2	5	5	2	5	5
44	5	1	3	3	3	3	3	2	5	1	2	2	1	5	5	3	1	5	2	2	5	2	2
45	2	2	3	3	3	2	4	3	3	4	2	4	3	4	2	3	3	2	2	1	2	2	1
46	1	1	4	4	4	2	4	3	1	4	5	1	5	3	1	4	5	3	4	2	3	4	2
47	5	5	4	2	4	4	2	1	2	5	2	3	1	4	3	4	4	4	2	3	4	2	3
48	3	1	4	2	4	2	5	3	5	2	3	2	2	5	4	4	1	4	3	2	4	3	2
49	4	1	3	3	3	2	1	3	4	2	4	1	3	1	3	3	3	2	2	1	2	2	1
50	1	5	1	1	1	4	4	4	1	1	3	1	4	5	3	1	4	2	1	2	2	1	2

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON