

# Universidad Católica de Santa María

## Escuela de Post Grado

### Maestría en Gerencia en Salud



“RELACIÓN ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO EN EL SERVICIO DE ODONTOLOGÍA DEL CENTRO DE SALUD SANDRITA PÉREZ DE EL PEDREGAL, AREQUIPA, 2017”

Tesis presentada por el Bachiller:  
**Cárdenas Cabala, Nick Carlos**

Para optar el Grado Académico de:  
**Maestro en Gerencia en Salud**

Asesor:  
**Dr. Ocola Ticona, Berlie**

**AREQUIPA- PERU  
2018**

**DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN GERENCIA EN SALUD**

Arequipa, 06 de octubre de 2018

Señor

Dr. Hugo Tejada Pradell

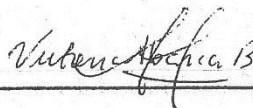
Director de la Escuela de Postgrado de la UCSM

Presente.-

De mi mayor consideración:

En atención al nombramiento como jurado dictaminador del Borrador de Tesis titulado: **"RELACIÓN ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO EN EL SERVICIO DE ODONTOLOGÍA DEL CENTRO DE SALUD SANDRITA PÉREZ DE EL PEDREGAL, AREQUIPA, 2017"**; presentado por el bachiller **NICK CARLOS CÁRDENAS CABALA** para optar el grado académico de Maestro en Gerencia en Salud; debo informar a su despacho que habiendo el interesado subsanado las indicaciones correspondientes, el trabajo se encuentra apto para su sustentación; por lo que doy mi **OPINIÓN FAVORABLE**.

Atentamente,



Dra. Victoria Abarca Benavente



**DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS**

**A** : **DR. JOSÉ ANTONIO VILLANUEVA SALAS**  
Director de la Escuela de Postgrado de la UCSM

**DE** : **DR. GILBERTO RAFAEL GALLEGOS RAMOS**

Borrador de Tesis: "RELACIÓN ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO EN EL SERVICIO DE ODONTOLOGÍA DEL CENTRO DE SALUD SANDRITA PEREZ PEDREGAL 2017"

**MAESTRISTA** : **CARDENAS CABALA, NICK CARLOS**

**FECHA** : **05/OCTUBRE/2018**

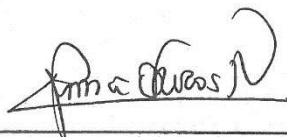
---

En concordancia por lo dispuesto por la Dirección de la Escuela de Postgrado, se ha procedido a revisar desde una perspectiva metodológica del Borrador de Tesis presentada, informándose lo siguiente:

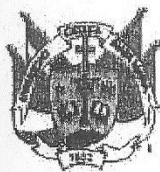
1.- El maestría ha levantado las observaciones correspondientes.

Se sugiere, que el presente borrador de Tesis, continúe con el trámite correspondiente.

Atentamente,



**Dr. Gilberto Rafael Gallegos Ramos**  
DNI N° 06293595



*Universidad Católica de Santa María*

**ESCUELA DE POSTGRADO**

**Dr. JOSE VILLANUEVA SALAS**  
Director de la escuela de postgrado.

**BOLETA DE NOMBRAMIENTO DE JURADO DICTAMINADOR N166:  
BORRADOR DE TESIS PARA EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO**

Visto el Expediente N° 20180000030401 presentado (a) por el(a) BACHILLER:

**CARDENAS CABALA, Nick Carlos**

Dictamen en el borrador de Tesis Titulada:

**"RELACIÓN ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO EN EL SERVICIO DE ODONTOLOGÍA DEL CENTRO DE SALUD SANDRITA PEREZ PEDREGAL 2017 "** con la que podrá optar el grado académico de **MAESTRO EN GERENCIA EN SALUD.**

**Cumplo con emitir dictamen favorable:**

Arequipa, 20 DE NOVIEMBRE del 2018



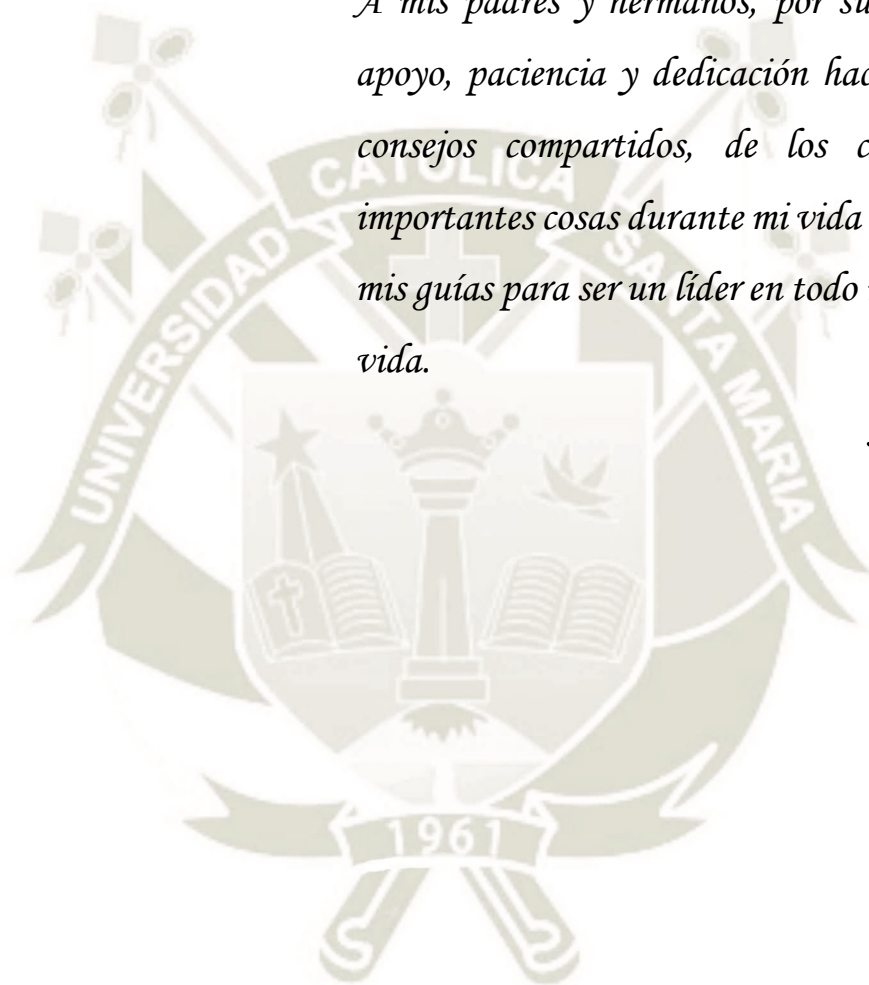
**DR. BERLIE OCOLA TICONA**  
Docente de la Escuela de Postgrado  
Universidad Católica Santa María

## *DEDICATORIA*

*Dedico este trabajo a Dios, por darme la sabiduría y fortaleza que necesite cada día para poder culminar mi proyecto con éxito.*

*A mis padres y hermanos, por su incondicional apoyo, paciencia y dedicación hacia mí, por sus consejos compartidos, de los cuales aprendí importantes cosas durante mi vida diaria y por ser mis guías para ser un líder en todo momento de mi vida.*

*Nick Cárdenas*

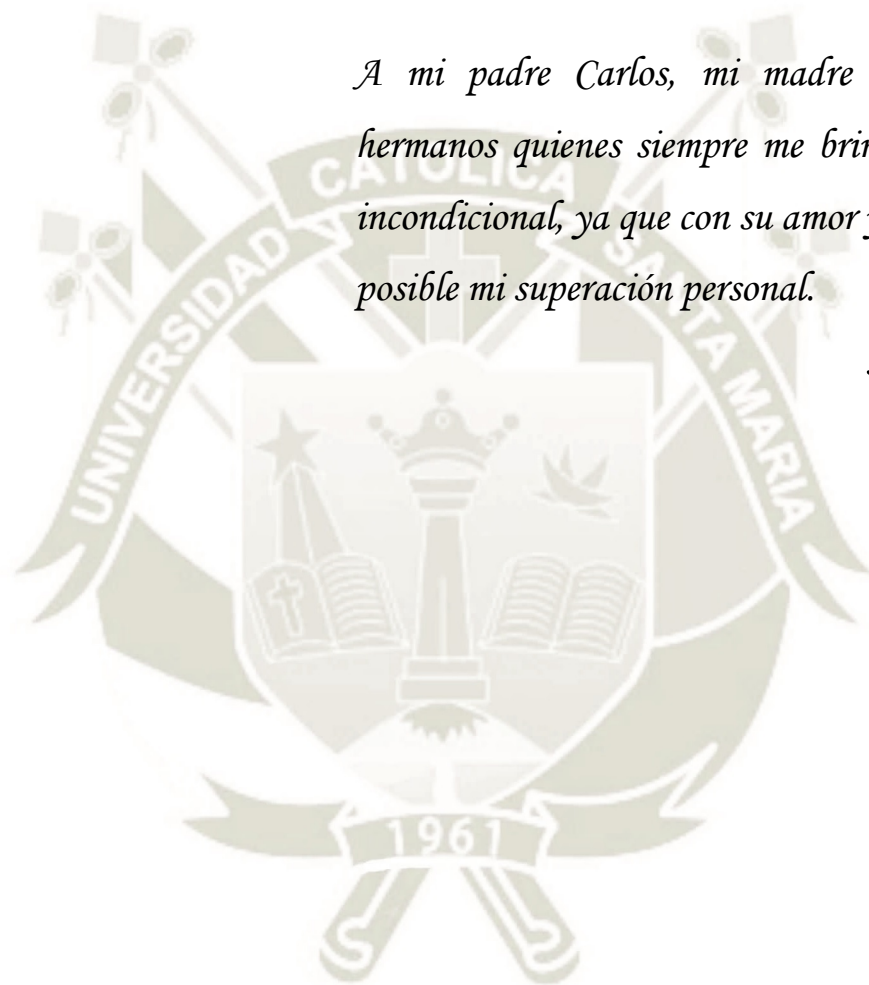


## *AGRADECIMIENTO*

*A los señores Miembros del Jurado Evaluador de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa, mi especial reconocimiento y agradecimiento.*

*A mi padre Carlos, mi madre María y mis hermanos quienes siempre me brindan su apoyo incondicional, ya que con su amor y tiempo hacen posible mi superación personal.*

*Nick Cárdenas*



## INTRODUCCIÓN

En diversos países del mundo ha crecido vertiginosamente el interés por la calidad de atención, especialmente en el área de la salud, lo que se manifiesta con el incremento de eventos relacionados a este tema; eventos que se dan tanto en el ámbito académico como en el de la prestación del servicio y cuyo objetivo es que las nociones y métodos se hagan conocidos para justipreciar los niveles de calidad. Asimismo se ha observado que esto se manifiesta con el surgimiento y manifestación de organizaciones lucrativas y no lucrativas, que brindar prestaciones de consultoría o capacitación sobre el tema.

Es muy probable que esto se haya originado porque el mundo moderno ha tomado una mayor conciencia sobre la calidad, que se ha transformado en una exigencia ineludible de supervivencia económica y para muchos certeramente también, de integridad moral y de responsabilidad social.

La calidad es un nuevo desafío para los líderes del sector Salud, es decir, se requiere de la creación y funcionamiento de un sistema que mejore en forma permanente los servicios de salud, logre la satisfacción plena de los usuarios, mejore el nivel de competencia profesional del personal de salud y fundamentalmente logre el mejoramiento de la gestión administrativa de dichos servicios.<sup>1</sup>

La satisfacción del usuario constituye un elemento particularmente importante para la evaluación de los servicios de salud. En primer lugar, es un resultado de valor incuestionable, ya que está relacionada con el bienestar que la salud intenta promover; en segundo, contribuye a una óptima atención, porque es más probable que el paciente participe de una manera más efectiva y, en tercero, la satisfacción y el descontento constituyen los juicios de valor de la persona sobre la calidad de la atención recibida y sus resultados.

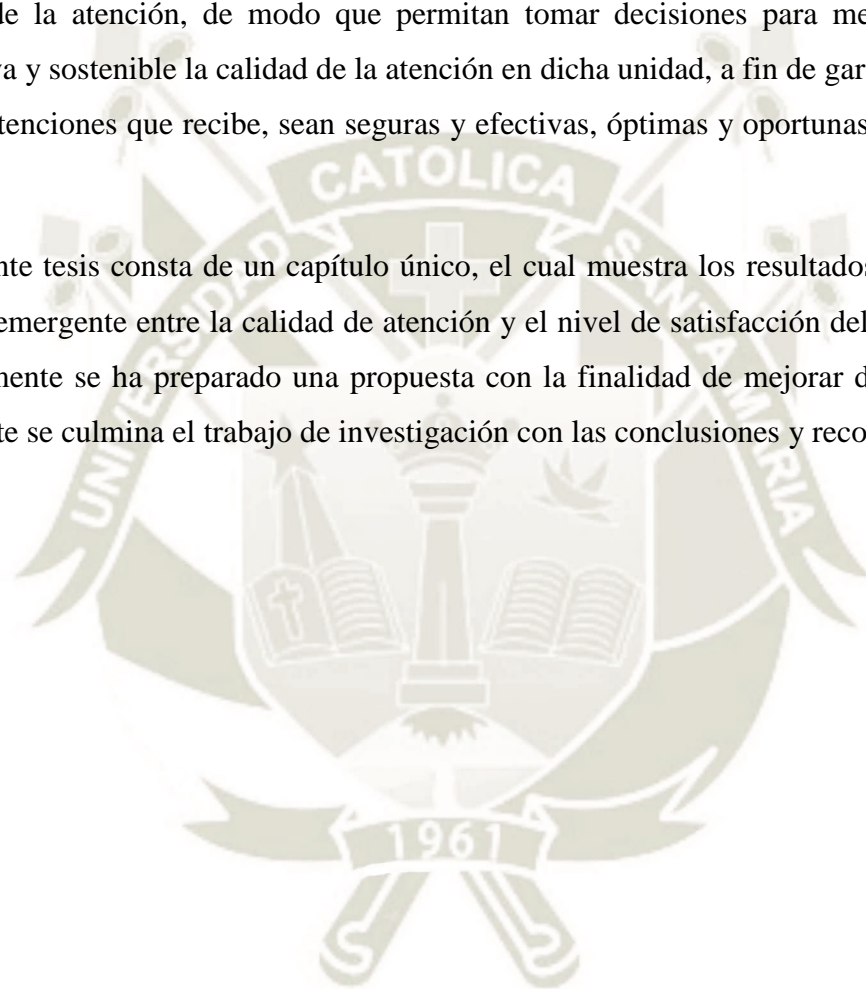
En su mayoría los usuarios que asisten a los Centros de Salud tienen como expectativa contar con servicios accesibles, tanto en distancia y traslado, asimismo a los trámites requeridos para poder disponer de ellos; atención amable y oportuna así como un ambiente agradable.

Se ha evidenciado además, que los usuarios tienen como expectativas contar con información precisa y rápida por parte del personal que lo atiende y que éste se encuentre capacitado, ya sea técnica y/o profesionalmente respectivamente.

Todo esto nos hace meditar que la satisfacción del usuario con los servicios de salud depende en gran medida de la calidad de la atención de los servicios que les son brindados y la atención personalizada que recibe el usuario, que en su conjunto y dentro del enfoque de sistemas tienen que ver con los indicadores de estructura, proceso y resultado del servicio que provee un determinado Centro de salud.

Así mismo, es preciso conocer el grado de satisfacción de nuestros usuarios respecto a la calidad de la atención, de modo que permitan tomar decisiones para mejorar de manera progresiva y sostenible la calidad de la atención en dicha unidad, a fin de garantizar al usuario que las atenciones que recibe, sean seguras y efectivas, óptimas y oportunas, legítimas y con equidad.

La presente tesis consta de un capítulo único, el cual muestra los resultados obtenidos de la relación emergente entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo. Seguidamente se ha preparado una propuesta con la finalidad de mejorar dichos aspectos y finalmente se culmina el trabajo de investigación con las conclusiones y recomendaciones.



## RESUMEN

Este trabajo de investigación asumió como objetivo establecer la relación entre Calidad de Atención y Nivel de Satisfacción del Usuario Externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, Arequipa – Perú.

Esta investigación plantea un estudio de campo, transversal y comunicacional, con un nivel de investigación relacional, en el que a partir de la utilización del Cuestionario Servqual y la Encuesta de Satisfacción, se elabore un procesamiento estadístico descriptivo en el software SPSS 23, lo que nos pueda dejar como evidencia la relación existente entre la calidad de atención percibida y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, Arequipa - Perú.

Después de haber realizado una relación cruzada entre las expectativas y las percepciones, se ha obtenido como resultados que en la dimensión Aspectos Tangibles un 51.71% considera que sus expectativas guardan relación positiva con la percepción; mientras que en la dimensión Fiabilidad un 44.26% manifestaron que se encuentran muy de acuerdo, deduciendo con esto que también existe una relación significativamente positiva entre las expectativas y las percepciones; por otro lado en la dimensión Capacidad de Respuesta, se demostró que 36.96% dieron como respuesta que se encontraban muy de acuerdo con la seguridad que se les brindó, existiendo también relación significativamente positiva; finalmente un 39.35% manifestaron estar muy de acuerdo con respecto de la Empatía, siendo también significativamente la relación positiva.

Con la finalidad de realizar la recopilación de la información se ha utilizado el cuestionario de calidad de servicio (SERVQUAL) y el cuestionario de satisfacción del usuario externo. La muestra fue de 257 usuarios externos del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, Arequipa.

Se demostró con esta tesis que sí existe una relación directa y significativa entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, Arequipa 2017.

**Palabras clave:** Calidad de Atención, Nivel de satisfacción, usuario externo.

## ABSTRACT

This research work aimed to establish the relationship between Quality of Care and Level of Satisfaction of the External User in the Dentistry Service of the Sandrita Pérez Health Center in El Pedregal, Arequipa - Peru.

This research proposes a field, cross-sectional and communicational study, with a level of relational research, in which, based on the use of the Servqual Questionnaire and the Satisfaction Survey, descriptive statistical processing will be developed in the SPSS 23 software, which We can leave as evidence the relationship between the perceived quality of care and the level of satisfaction of the external user in the Dentistry Service of the Sandrita Pérez Health Center in El Pedregal, Arequipa - Peru.

After having made a cross relationship between expectations and perceptions, it has been obtained as results that in the Tangible Aspects dimension, 51.71% consider that their expectations have a positive relationship with perception; while in the Reliability dimension, 44.26% said that they strongly agree, inferring that there is also a significantly positive relationship between expectations and perceptions; On the other hand, in the Response Capacity dimension, it was shown that 36.96% responded that they were very in agreement with the security provided, and there was also a significantly positive relationship; finally, 39.35% said they were very in agreement with respect to Empathy, the positive relationship being also significant.

In order to collect the information, the quality of service questionnaire (SERVQUAL) and the external user satisfaction questionnaire were used. The sample was from external users of the Sandrita Pérez Health Center in El Pedregal, Arequipa.

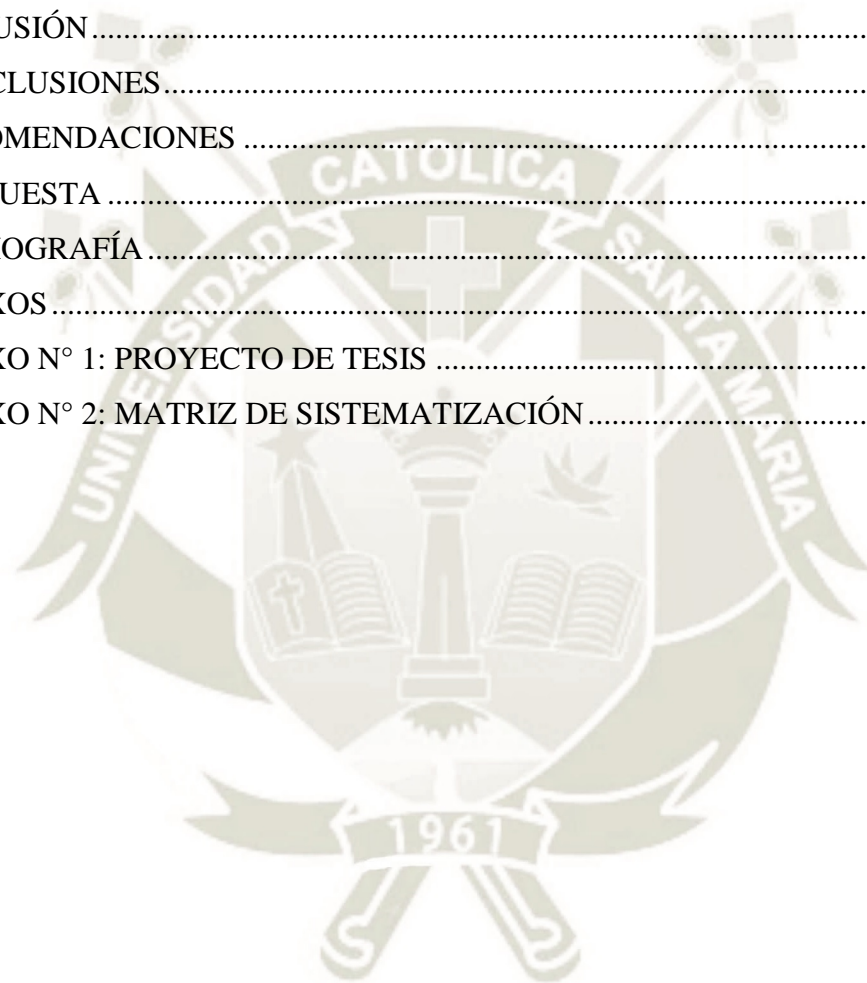
This thesis showed that there is a direct and significant relationship between the quality of care and the level of satisfaction of the external user of the Sandrita Pérez Health Center in El Pedregal, Arequipa 2017.

**Keywords:** Quality of Attention, Level of satisfaction, external user.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
INTRODUCCIÓN	
RESUMEN	
ABSTRACT	
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>1</b>
I. MARCO TEÓRICO .....	2
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	2
1.1.1 Enunciado del problema .....	2
1.1.2 Descripción del problema.....	2
1.1.3 Justificación del problema .....	5
1.2 MARCO CONCEPTUAL .....	6
1.2.1 Datos Generales del Centro de Salud .....	6
1.2.2 Calidad.....	7
1.2.3 Satisfacción.....	19
1.3 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	23
1.4 OBJETIVOS .....	25
1.5 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.....	25
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA .....</b>	<b>26</b>
I. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL .....	27
1.1 Técnicas, instrumentos y materiales de verificación .....	27
1.1.1 Técnica.....	27
1.1.2 Instrumentos .....	27
1.2 Campo de Verificación .....	29
1.2.1 Ubicación Espacial .....	29
1.2.2 Ubicación temporal.....	29
1.2.3 Unidad de estudio .....	29
1.3 Estrategia de recolección .....	30

1.3.1	Organización.....	30
1.3.2	Recursos .....	30
1.3.3	Validación del Instrumento .....	31
1.3.4	Criterios para manejar los resultados.....	31
1.3.5	Cronograma de trabajo .....	32
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>		<b>33</b>
DISCUSIÓN.....		87
CONCLUSIONES.....		91
RECOMENDACIONES .....		92
PROPUESTA .....		93
BIBLIOGRAFÍA .....		97
ANEXOS.....		99
ANEXO N° 1: PROYECTO DE TESIS .....		100
ANEXO N° 2: MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN .....		125



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1:	EDAD.....	34
TABLA N° 2:	GÉNERO.....	36
TABLA N° 3:	GRADO DE INSTRUCCIÓN .....	38
TABLA N° 4:	SITUACIÓN LABORAL .....	40
TABLA N° 5:	ASEGURADO SIS .....	42
TABLA N° 6:	LOS EQUIPOS SON APARENTEMENTE MODERNOS .....	44
TABLA N° 7:	LAS INSTALACIONES SON VISIBLEMENTE ATRACTIVAS .....	46
TABLA N° 8:	LOS EMPLEADOS TIENEN APARIENCIA PULCRA.....	48
TABLA N° 9:	LOS MATERIALES QUE UTILIZA EL SERVICIO SON VISUALMENTE ATRACTIVOS (FOLLETOS, ETC.).....	50
TABLA N° 10:	CUANDO EN EL SERVICIO PROMETEN HACER ALGO EN CIERTO TIEMPO, LO HACEN .....	52
TABLA N° 11:	CUANDO UD. TIENE UN PROBLEMA EN EL SERVICIO MUESTRAN UN INTERÉS SINCERO EN SOLUCIONARLO .....	54
TABLA N° 12:	LOS EMPLEADOS REALIZAN BIEN EL SERVICIO A LA PRIMERA VEZ .....	56
TABLA N° 13:	CONCLUYEN EL SERVICIO EN EL TIEMPO PROMETIDO .....	58
TABLA N° 14:	EN EL SERVICIO INSISTEN EN MANTENER REGISTROS EXENTOS DE ERRORES .....	60
TABLA N° 15:	LOS EMPLEADOS INFORMAN CON PRECISIÓN A LOS USUARIOS CUANDO CONCLUIRÁ LA REALIZACIÓN DE UN SERVICIO .....	62
TABLA N° 16:	LOS EMPLEADOS LE SIRVEN CON RAPIDEZ.....	64
TABLA N° 17:	LOS EMPLEADOS SIEMPRE ESTÁN DISPUESTOS A AYUDARLE.....	66
TABLA N° 18:	LOS EMPLEADOS NUNCA ESTÁN DEMASIADO OCUPADOS PARA RESPONDER A SUS PREGUNTAS .....	68
TABLA N° 19:	EL COMPORTAMIENTO DE LOS EMPLEADOS LE TRANSMITE CONFIANZA.....	70
TABLA N° 20:	UD. SE SIENTE SEGURO EN SUS TRANSACCIONES EN EL SERVICIO .....	72
TABLA N° 21:	LOS EMPLEADOS SON SIEMPRE AMABLES CON LOS CLIENTES .....	74

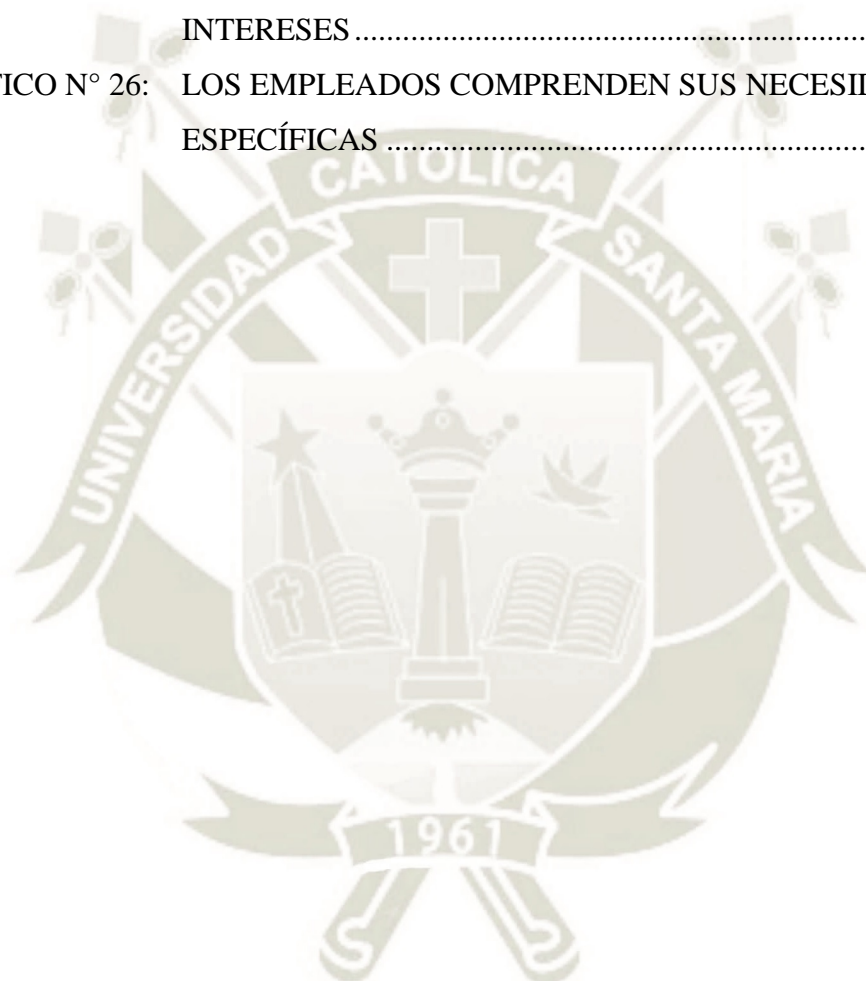
TABLA N° 22: LOS EMPLEADOS TIENEN CONOCIMIENTOS SUFICIENTES PARA RESPONDER A LAS PREGUNTAS QUE LES HACEN.....	76
TABLA N° 23: EN EL SERVICIO LE DAN UNA ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA.....	78
TABLA N° 24: TIENEN HORARIOS DE TRABAJO CONVENIENTES PARA TODOS LOS PACIENTES .....	80
TABLA N° 25: EN EL SERVICIO SE PREOCUPAN POR SUS MEJORES INTERESES.....	82
TABLA N° 26: LOS EMPLEADOS COMPRENDEN SUS NECESIDADES ESPECÍFICAS .....	84



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1:	EDAD .....	35
GRÁFICO N° 2:	GÉNERO .....	37
GRÁFICO N° 3:	GRADO DE INSTRUCCIÓN.....	39
GRÁFICO N° 4:	SITUACIÓN LABORAL.....	41
GRÁFICO N° 5:	ASEGURADO SIS.....	43
GRÁFICO N° 6:	LOS EQUIPOS SON APARENTEMENTE MODERNOS.....	45
GRÁFICO N° 7:	LAS INSTALACIONES SON VISIBLEMENTE ATRACTIVAS..	47
GRÁFICO N° 8:	LOS EMPLEADOS TIENEN APARIENCIA PULCRA .....	49
GRÁFICO N° 9:	LOS MATERIALES QUE UTILIZA EL SERVICIO SON VISUALMENTE ATRACTIVOS (FOLLETOS, ETC.).....	51
GRÁFICO N° 10:	CUANDO EN EL SERVICIO PROMETEN HACER ALGO EN CIERTO TIEMPO, LO HACEN.....	53
GRÁFICO N° 11:	CUANDO UD. TIENE UN PROBLEMA EN EL SERVICIO MUESTRAN UN INTERÉS SINCERO EN SOLUCIONARLO .....	55
GRÁFICO N° 12:	LOS EMPLEADOS REALIZAN BIEN EL SERVICIO A LA PRIMERA VEZ.....	57
GRÁFICO N° 13:	CONCLUYEN EL SERVICIO EN EL TIEMPO PROMETIDO.....	59
GRÁFICO N° 14:	EN EL SERVICIO INSISTEN EN MANTENER REGISTROS EXENTOS DE ERRORES.....	61
GRÁFICO N° 15:	LOS EMPLEADOS INFORMAN CON PRECISIÓN A LOS USUARIOS CUANDO CONCLUIRÁ LA REALIZACIÓN DE UN SERVICIO.....	63
GRÁFICO N° 16:	LOS EMPLEADOS LE SIRVEN CON RAPIDEZ.....	65
GRÁFICO N° 17:	LOS EMPLEADOS SIEMPRE ESTÁN DISPUESTOS A AYUDARLE .....	67
GRÁFICO N° 18:	LOS EMPLEADOS NUNCA ESTÁN DEMASIADO OCUPADOS PARA RESPONDER A SUS PREGUNTAS .....	69
GRÁFICO N° 19:	EL COMPORTAMIENTO DE LOS EMPLEADOS LE TRANSMITE CONFIANZA .....	71
GRÁFICO N° 20:	UD. SE SIENTE SEGURO EN SUS TRANSACCIONES EN EL SERVICIO.....	73
GRÁFICO N° 21:	LOS EMPLEADOS SON SIEMPRE AMABLES CON LOS CLIENTES .....	75

GRÁFICO N° 22:	LOS EMPLEADOS TIENEN CONOCIMIENTOS SUFICIENTES PARA RESPONDER A LAS PREGUNTAS QUE LES HACEN ....	77
GRÁFICO N° 23:	EN EL SERVICIO LE DAN UNA ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA .....	79
GRÁFICO N° 24:	TIENEN HORARIOS DE TRABAJO CONVENIENTES PARA TODOS LOS PACIENTES.....	81
GRÁFICO N° 25:	EN EL SERVICIO SE PREOCUPAN POR SUS MEJORES INTERESES .....	83
GRÁFICO N° 26:	LOS EMPLEADOS COMPRENDEN SUS NECESIDADES ESPECÍFICAS .....	85



## PREÁMBULO

En los tiempos modernos se ha observado que el tema de la calidad ha tomado una muy considerable relevancia en las instituciones del sector salud, proporcionalmente en el nivel nacional como internacional. En el Perú, uno de los principales principios de la política sectorial es la calidad de la atención a la salud como un derecho ciudadano, siendo que la atención gira en torno a la satisfacción de los usuarios.

Una meta prioritaria en todos los establecimientos de salud es la búsqueda de la calidad en los servicios brindados, lo que significa el estudio de las condiciones en que se ofrece la atención al usuario y la implementación de las medidas correctivas para alcanzar los estándares de calidad deseados.

El conocimiento del nivel de satisfacción del usuario nos permite realizar el contraste entre lo que se le brinda y lo que lo que haría falta para que el usuario se sienta satisfecho con el servicio brindando.

El interés de las organizaciones de salud por evaluar la calidad de sus servicios, se ha dado por las numerosas ventajas que ofrece la filosofía de la excelencia, asociado al ineludible potenciamiento del número de usuarios leales, el incremento de la atracción de nuevos clientes, presentar oportunidades para el desarrollo institucional, así como mejorar la política de reducción de costos y perfeccionar la imagen institucional, vigorizando la permanencia de sus miembros.

La evaluación de la calidad, asimismo puede ser realizada a partir de sus distintos atributos; en el presente trabajo la vamos a considerar como la brecha entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez – Pedregal 2017.



**CAPÍTULO I:  
MARCO TEÓRICO**

## I. MARCO TEÓRICO

### 1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1.1 Enunciado del problema

Relación entre calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez- Pedregal 2017.

#### 1.1.2 Descripción del problema

##### A. Área del conocimiento

**Campo** : Ciencias de la Salud

**Área Específica** : Gerencia en Servicios de Salud Oral

**Especialidad** : Calidad

**Línea** : Atención en Salud Oral

##### B. Operacionalización de variables

Variables	Indicadores	Subindicadores 1	Subindicadores 2
<b>CALIDAD DE ATENCIÓN</b>	Expectativas	Aspectos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones atractivas.</li> <li>• Equipos modernos.</li> <li>• Pulcritud de los tratantes.</li> <li>• Atractivos materiales de comunicación.</li> </ul>
		Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplen con lo prometido.</li> <li>• Interés en solucionar los problemas.</li> <li>• Realizan bien el servicio a la primera.</li> <li>• Cumplen el servicio en el tiempo prometido.</li> <li>• Mantienen registros sin errores.</li> </ul>
		Sensibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunican cuando culminará el servicio.</li> <li>• Ofrecen servicio rápido.</li> <li>• Disposición para ayudar al usuario.</li> <li>• Responden las preguntas del usuario.</li> </ul>
		Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El comportamiento de los tratantes transmite confianza.</li> <li>• El usuario se siente seguro en el servicio.</li> <li>• Los tratantes son amables.</li> <li>• Los tratantes tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los usuarios.</li> </ul>
		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención individualizada.</li> <li>• Horarios de atención convenientes.</li> <li>• Atención personalizada.</li> <li>• Se preocupan por los mejores intereses del usuario.</li> <li>• Comprenden las necesidades específicas del usuario.</li> </ul>
<b>CALIDAD DE ATENCIÓN</b>	Percepciones	Aspectos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones atractivas.</li> <li>• Equipos modernos.</li> <li>• Pulcritud de los tratantes.</li> <li>• Atractivos materiales de comunicación.</li> </ul>
		Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplen con lo prometido</li> <li>• Interés en solucionar los problemas.</li> <li>• Realizan bien el servicio a la primera.</li> <li>• Cumplen el servicio en el tiempo prometido.</li> <li>• Mantienen registros sin errores.</li> </ul>

Variables	Indicadores	Subindicadores 1	Subindicadores 2
		Sensibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunican cuando culminará el servicio.</li> <li>• Ofrecen servicio rápido.</li> <li>• Disposición para ayudar al usuario.</li> <li>• Responden las preguntas del usuario.</li> </ul>
		Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El comportamiento de los tratantes transmite confianza.</li> <li>• El usuario se siente seguro en el servicio.</li> <li>• Los tratantes son amables.</li> <li>• Los tratantes tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los usuarios.</li> </ul>
		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención individualizada.</li> <li>• Horarios de atención convenientes.</li> <li>• Atención personalizada.</li> <li>• Se preocupan por los mejores intereses del usuario.</li> <li>• Comprenden las necesidades específicas del usuario.</li> </ul>
<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>	<b>Satisfacción</b>	Muy satisfecho	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En total desacuerdo,</li> <li>2. En desacuerdo,</li> <li>3. Indiferente,</li> <li>4. De acuerdo,</li> <li>5. Totalmente de acuerdo.</li> </ol>
		Satisfecho	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En total desacuerdo,</li> <li>2. En desacuerdo,</li> <li>3. Indiferente,</li> <li>4. De acuerdo,</li> <li>5. Totalmente de acuerdo.</li> </ol>
		Indiferente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En total desacuerdo,</li> <li>2. En desacuerdo,</li> <li>3. Indiferente,</li> <li>4. De acuerdo,</li> <li>5. Totalmente de acuerdo.</li> </ol>
		Insatisfecho	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En total desacuerdo,</li> <li>2. En desacuerdo,</li> <li>3. Indiferente,</li> <li>4. De acuerdo,</li> <li>5. Totalmente de acuerdo.</li> </ol>
		Muy insatisfecho	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En total desacuerdo,</li> <li>2. En desacuerdo,</li> <li>3. Indiferente,</li> <li>4. De acuerdo,</li> <li>5. Totalmente de acuerdo.</li> </ol>

### C. Interrogantes de investigación

- ¿Cómo es la Calidad de Atención del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017?
- ¿Cómo es el Nivel de Satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017?

### D. Tipo de investigación

De campo, transversal y comunicacional.

### E. Nivel de investigación

Relacional.

#### 1.1.3 Justificación del problema

La **relevancia científica** de la presente investigación, se evidenciará al medir la relación entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal aportando datos estadísticos para el manejo de las condiciones existentes en este centro asistencial.

La presente investigación propone evaluar el nivel de la calidad del Servicio de Odontología, evidenciando tanto las dimensiones mejor desarrolladas como las más problemáticas, a fin de adoptar las modificaciones necesarias para lograr un servicio competitivo y de acuerdo a los estándares de calidad.

La base del estudio serán los pacientes nuevos, aquellos que acuden por primera vez al Servicio de Odontología, pues consideramos que al no ser clientes fidelizados darán la información sin ningún tipo de influencia externa.

En estos tiempos la calidad de servicios de salud se mide mediante diversos instrumentos, nosotros usaremos el SERVQUAL, colocando esta investigación en el escenario de las investigaciones contemporáneas, lo cual garantiza su **relevancia actual**.

El trabajo es **viable**, debido a que se cuenta con los recursos institucionales, económicos y humanos para la realización de dicho proyecto.

La concordancia con las políticas investigativas que propone la institución, garantiza la **relevancia institucional** del presente estudio, ya que está acorde con la problemática, nivel y relevancia exigidos por ella.

## 1.2 MARCO CONCEPTUAL

### 1.2.1 Datos Generales del Centro de Salud

#### Ficha técnica <sup>(4)</sup>

Nombre del Establecimiento de Salud: C. S. Sandrita Pérez – El Pedregal.

Clasificación: Centro de salud con camas de internamiento

Categoría del EESS: I4

Código RENAES: 1325

Ubicación: Plaza principal s/n El Pedregal

Teléfono: 054-58209

Centro Poblado, Localidad: Villa El Pedregal

Distrito: Majes, Provincia: Caylloma, Región: Arequipa

Latitud: 16°21'54.8"S 72°10'41.1"W

Micro Red: El Pedregal, Red: Arequipa-Caylloma, Diresa: Arequipa

Horario: 24 horas

Área geográfica: urbana, Región geográfica: costa

Años de funcionamiento: 23, Creación: 12 de abril de 1995

Director o Médico Jefe 2018: Dr. Reynaldo Lazo

Población asignada: 65,625

#### **Cartera de servicios del Servicio de Odontología:**

Atención ambulatoria por cirujano dentista,

Atención ambulatoria por cirujano dentista con soporte de radiología oral.

Atención ambulatoria por cirujano dentista especialista.

#### **Incidencia y Prevalencia de Salud Oral en Arequipa <sup>(5)</sup>**

Según el Estudio Epidemiológico a nivel nacional realizado los años 2001-2002 la prevalencia de caries dental es de 90.4%; además en lo que se refiere a caries dental el índice de dientes cariados, perdidos y obturados (CPOD), a los 12 años es de aproximadamente 6, ubicándose según la Organización Panamericana de la Salud – OPS en un País en estado de emergencia; según un estudio del año 1990, la prevalencia de enfermedad periodontal fue de 85% y en estudios referenciales se estima que la prevalencia actual de maloclusiones es del 80%.

El Plan Nacional Concertado de Salud (PNCS) identifica los problemas sanitarios del Perú y las iniciativas políticas de concertación para dirigir los esfuerzos y recursos a fin de mitigar esos daños, entre ellos señala la Alta Prevalencia de Enfermedades de la Cavidad

Bucal como uno de los 12 principales problemas sanitarios en el Perú y el estado peruano tiene como respuesta a este problema sanitario, la estrategia sanitaria nacional de salud bucal.

Con R. M. N° 649-2007/MINSA, se establece a la Estrategia Sanitaria Nacional de Salud Bucal de la Dirección General de Salud de las Personas; la cual se reestructura con R.M. N° 525-2012/MINSA, teniendo entre sus principales funciones la gestión de las actividades promocionales, preventivas, recuperativas y de rehabilitación en todas las etapas de vida en el marco de la atención integral de salud; formulación y propuesta normativa, la articulación intra e intersectorial y con la sociedad civil para el abordaje multidisciplinario de las enfermedades bucales.

En ese contexto se viene implementado el Plan de Intervención para la Rehabilitación Oral con Prótesis Removibles en el Adulto Mayor 2012-2016 “Vuelve a Sonreír”, el Módulo de Promoción de la Salud de la Higiene Bucal en el marco del Plan de Salud Escolar y la atención odontológica integral a la población asegurada al SIS.

### **1.2.2 Calidad**

#### **¿Qué es calidad?**

El término “calidad” ha evolucionado a lo largo del tiempo. Algunas de las enunciaciones recopiladas más representativas son las siguientes:

“Constitución, con la cual la mercadería satisface el empleo previsto” [Asociación Alemana para la Calidad, DGQ, 1972];

“Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio, que confiere su aptitud para satisfacer las necesidades dadas” [Instituto Alemán para la Normalización, DIN 55 350-11, 1979];

“La totalidad de las características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas” [Instituto Centroamericano de Tecnología Industrial – Comisión Panamericana de Normas Técnicas – Organización Internacional de Normalización ICAITI-COPANT-ISO 8402, 1995]

Tomando en consideración las enunciaciones anteriores, la calidad se encuentra relacionada con las exigencias de los consumidores, en lo relacionado a la satisfacción de sus necesidades.

Las necesidades están representadas por el conjunto de todas las características de un producto o servicio a los que el cliente considera importante, muchas de ellas pueden encontrarse ya implícitas sin que el cliente las exija de manera explícita, pero de todas maneras son vitales.

#### **Calidad ISO 9001<sup>(6)</sup>**

Las necesidades de los clientes de una empresa deben ser identificadas y definidas. Estas necesidades pueden cambiar con el tiempo, y son definidas en términos de seguridad, utilidad, viabilidad, versatilidad, compatibilidad con otros productos, confiabilidad, mantenibilidad, bajos costes (incluyendo los costes de compra, costes de mantenimiento, y vida del producto), impacto ambiental, etc.

Teniendo esto en cuenta, las empresas deben satisfacer las necesidades del cliente y al mismo tiempo realizar sus procesos en forma eficiente a un coste mínimo sin caer en la tentación de disminuir la calidad de sus productos con la esperanza que los clientes no se percaten de ello, pues tarde o temprano lo harán y esto implicará inevitablemente incurrir en los costos de la “no-calidad”.

Estos se pueden clasificar en: costos controlables o medidos (retoque, desperdicio, garantía, reinspección) y costos no controlables u ocultos (accidentes, tiempo perdido de gestión y de ingeniería, existencias excesivas, dificultades de despacho e imagen negativa de la empresa, entre otros).

General y desgraciadamente, los controles de calidad se basan en la producción a través de un departamento de calidad, que funciona como un control de vigilancia del mal funcionamiento general. Esto no debería ser así, sino que los departamentos de producción y control de calidad deberían colaborar mutuamente en la identificación de procedimientos ineficientes y proponer posibles soluciones, es decir, analizar conjuntamente problemas, como por ejemplo, la generación de desperdicio innecesario o problemas de control de calidad.

Las ventajas de este otro planteamiento se han logrado experimentar al incorporar en las organizaciones procesos de certificación de calidad basados en normas de reconocimiento internacional, procesos que involucran, no sólo al departamento de control de calidad, sino a todos los miembros de la organización, especialmente a la alta dirección y al personal con poder de decisión, logrando un compromiso generalizado con las prácticas de calidad y mejora de procesos en todos los niveles jerárquicos.

### **Concepto de calidad**

A nivel macro, con la intención de incrementar la fundamentación teórica de la investigación, procederemos a explorar el término de calidad, luego abordaremos los aportes de diferentes autores a la gestión de la calidad, a partir de las filosofías de W. E. Deming, Joseph Juran y Philip B. Crosby, y por último revisaremos las contribuciones de otros autores a la gestión total de la calidad.

La calidad en el pensamiento tradicional, indica Shridhara (2010) es definida en términos de conformidad a las especificaciones. Aquí la calidad es relativa a para que fue diseñado el producto y medible a partir de la relación entre las necesidades del cliente y dicha conformidad. <sup>(7)</sup>

En los años 90, el padre de la administración científica como llama Shridhara (2010) a F. W Taylor, la calidad estaba asociada a la inserción de la inspección del producto y a definir en las áreas de gestión de manufactura. Hacia 1924 a fin de observar la producción, es introducido el concepto de diagramas de control estadístico de W. Shewhart (1931) <sup>(8)</sup>. Este énfasis en el control de la calidad se ve fortalecido por la Segunda Guerra Mundial y con ella el uso a nivel industrial de técnicas de muestreo estadístico y el apercebimiento de organizaciones norteamericanas cuya orientación está dirigida a la calidad.

En el lapso de 1950 puntualiza Shridhara (2010) el movimiento de la calidad se consolida como Aseguramiento de la Calidad y de ella los aportes de pioneros en la calidad como W. Edwards Deming quien introdujo a los métodos estadísticos de control de calidad, Joseph Juran quien da inicio a la identificación y medición de los costos de la calidad, Armand Fiegen Baum quien propone el control total de la calidad enfocada en una manufactura que incluya el diseño del producto y Philip Crosby, también pionero de la calidad en los años 1960, quien consolida el concepto de Cero Defectos centrado en la motivación y conciencia de los empleados. De esta manera la pauta para 1970 se da por el gran auge en el uso del Aseguramiento de la Calidad. <sup>(7)</sup>

Aunque a finales de esta década se afianza un cambio en el enfoque hasta ahora logrado, en dirección a uno estratégico para la calidad; conduciendo de un enfoque reactivo orientado a la corrección de defectos en los productos manufacturados, a un enfoque proactivo que fundamentado en la satisfacción del cliente, se encuentra orientado a precaver los defectos a partir de la intervención conjunta de los trabajadores por mejorar la calidad.

A partir de este periodo de 1970 y principalmente en la década de 1980s según Shridhara (2010, pp. 3) se enmarca lo que él llama la “Revolución de la Calidad” en Estados Unidos, transcurrida en los cambios y toma de conciencia de la calidad para el gobierno, la industria y los consumidores. En este proceso de competitividad global en la que el diferenciador era la calidad de los productos estadounidenses y japoneses, el consumidor asume un rol vital en la toma de decisiones para comparar, evaluar y elegir; en la industria la excelencia a la calidad se reconoce como clave de competitividad; mientras que gubernamentalmente se consolidaron regulaciones de seguridad para mantener estándares en los productos para los consumidores. Desde los años 1980 a 1990 el interés por la calidad

continuó en aumento, las compañías realizan avances para mejorarla, siendo la gestión de la calidad y su control hoy en día integradas a la práctica de los negocios y reconocidas como bases en la fundación de la competitividad. <sup>(7)</sup>

Según Shridhara (2010), el movimiento de la calidad en Japón se inscribe después de la II Guerra Mundial en el establecimiento de exportaciones de bienes de calidad a bajo costo, ante una economía interrumpida. El enfoque con base en el cual se desarrolló este objetivo entre 1950 y 1960 fue el Control Estadístico de la Calidad de Deming, E., o SQC por las siglas en inglés de Statistical Quality Control. Los resultados de su implementación derivaron en la entrada de Japón al mercado en términos de competitividad, una reducción en los costos de producción y un mejoramiento de la calidad. En el periodo de 1950 y 1970 con el transcurso del movimiento de la calidad, incremento significativamente el ingreso per cápita, evidenciándose un crecimiento en la economía del país. <sup>(7)</sup>

A diferencia de Estados Unidos y Japón en India el movimiento de la calidad tiene sus inicios con la aplicación del Control Estadístico de la Calidad; cuyo precursor Walter Shewart (1891-1967) <sup>(8)</sup> visitó India entre 1947 y 1948. Sin embargo es hasta 1982 que se desencadena el movimiento de la calidad en India con el lanzamiento de la Gestión Total de la Calidad proveniente de Estados Unidos en 1980. <sup>(7)</sup>

En este periodo, en India la calidad encabezada por la Confederación de Industrias Indias emprendió por la implantación de las técnicas de círculos de control de calidad, y seguidamente se enfocó en la Gestión Total de la Calidad hacia 1987. Es este año, que comienza la aparición de los estándares de calidad ISO 9000 que surgen del mercado Europeo, como inclinación de estandarización y certificación en los Sistemas de Calidad, a los cuales se acoge la Confederación de Industrias Indias.

De acuerdo con Shridhara (2010) las certificaciones ISO 9000 de la mano de la Gestión Total de la Calidad se han convertido en ejes centrales para la competitividad de las empresas a nivel mundial en industrias de ingeniería, de servicios y de tecnología para la información.<sup>(7)</sup>

#### **A. Aportes al Concepto de Calidad**

Shridhara en el capítulo titulado Quality Management Philosophies, de su libro Total Quality Management, señala a Dr. W. Edwards Deming, Dr. Joseph Juran, Philip B. Crosby junto con Masaaki Imai, como individuos que han propulsado el desarrollo del actual conjunto de herramientas de gestión de la calidad, consolidando en el siglo XX una “Revolución de la Calidad” y las bases para la fundación de la Gestión Total de la Calidad.<sup>(9)</sup>

## B. La Filosofía de Deming

De acuerdo con Shridhara (2010) W. E. Deming ha influenciado la gestión de calidad, a partir de sus experiencias al exponer a gerentes japoneses a los conceptos fundamentales de la calidad en producción y observando como ellos creaban sistemas y procesos para generar calidad. <sup>(7)</sup>

A partir de ello, de acuerdo con Deming la calidad es una responsabilidad de la gestión en la alta dirección que no se puede inspeccionar en un producto. Más bien una firma puede asegurar la calidad de un producto al encontrar dos condiciones: un buen diseño y métodos de producción efectivos. <sup>(9)</sup>

Desde este punto de vista, realizar mejoras en la calidad llevarían a una disminución de costos, lo que daría como consecuencia de un menor re-trabajo, pocos errores, menos retrasos, mejor uso del tiempo y materiales. Es decir, como afirma Deming, una mayor calidad conduce a una mayor productividad, lo cual se refleja a largo plazo en una competitividad fuerte y por tanto en una mayor permanencia del negocio. <sup>(9)</sup>

De acuerdo con Shridhara (2010) la mayoría del trabajo de Deming gira en torno a la Teoría de la Variación. Ve a las variaciones desde actividades estándares como la mayor fuente de problemas en todos los procesos, al causar imprevisibilidad que aumenta la incertidumbre y reduce el control sobre los procesos. Se pueden categorizar en controladas y no controladas, las cuales atañen a variaciones en procesos estándares, que por un lado el trabajador puede controlar y por el otro lado salen del control de los trabajadores, respectivamente. <sup>(9)</sup>

Deming resumió en 14 puntos la relación entre la gestión y la calidad, en los que enfatiza el rol crítico de los gerentes en la Gestión Total de la Calidad, y los cuales según Shridhara (2010) describen la base fundamental de una cultura organizacional. <sup>(9)</sup>

- El primero es la creación de constancia en el propósito de un mejoramiento continuo del producto y del servicio.
- El segundo es la adopción de nuevas filosofías para la estabilidad económica, con base en las cuales, en el entorno global, las compañías tomen enfoques conducidos al cliente y basados en la co-operación entre el trabajo y gerencia y un ciclo de mejoramiento que no termina. Esto de frente a que las compañías no pueden sobrevivir conformadas por productos de pobre calidad y baja aptitud de uso, que dejan a sus clientes insatisfechos.
- El tercero es cesar la dependencia en las inspecciones para lograr calidad, ya que, según Deming (En: Shridhara, 2010). las inspecciones aumentan los costos en vez de reducirlos al enfocarse en corregir los defectos, dejando sus causas intactas. El enfoque en la

corrección de los defectos sería la base para que, en el ciclo de operaciones, pasen productos imperfectos que poco generan valor al cliente.

- El cuarto atañe a la necesidad de hacer una evaluación total de los costos para cada compra más allá de un direccionamiento hacia la reducción de costos. A esto el autor le llama terminar la práctica de conceder compras, basado solo en el precio (En: Shridhara, 2010).
- El quinto es el mejoramiento constante y para siempre del sistema de producción y servicio, precisando que el éxito de las manufactureras japonesas se debe al incremento en las mejoras. Deming (En: Shridhara, 2010). señala que estas últimas son necesarias en la producción donde el objetivo es la reducción de las causas de variación y establecimiento de procesos estables y predecibles, como en el diseño el cual deriva del entendimiento de las necesidades del cliente y de la retroalimentación que genera su continuo estudio.
- El sexto es el instituto de formación en el trabajo, en el cual los empleados, al considerarlos como el recurso más valioso, son capacitados en su quehacer en pro de brindarles las herramientas y conocimientos apropiados para que hagan un buen trabajo y se genere un mejoramiento continuo.
- El séptimo es la adopción e institución de métodos modernos de supervisión y liderazgo. Se hace énfasis en el trabajo de los gerentes como uno de liderazgo, más que de supervisión, en el cual se provea una guía con base en la cual los empleados realicen con el menor esfuerzo, su mejor trabajo, se promueva el trabajo en equipo y se reconozca la iniciativa e innovación.
- El octavo es la expulsión del miedo. Este último es identificado por Deming (En: Shridhara, 2010). como uno de los mayores obstáculos para mejorar la eficiencia y la efectividad y barrera del cambio y la supervivencia.
- El noveno es la ruptura de las barreras entre los departamentos e individuos a partir de la consolidación de equipos interdisciplinarios y realización de actividades grupales, con base en los cuales se aumente la calidad y efectividad de los esfuerzos invertidos en el diseño y construcción de productos.
- El décimo es la eliminación del uso de slogans, posters y exhortaciones que asumen que los problemas de la calidad se deben a comportamientos humanos y en ese sentido pasan por alto la fuente de algunos problemas enfocándose en trabajadores individuales más que en el sistema (En: Shridhara, 2010).

- El onceavo es la eliminación de los estándares de trabajo y las cuotas numéricas, ya que señala Shridhara (2010), se encuentran basadas en perspectivas de corto plazo, crean miedo y frustración ante su no logro y no se comprometen con el mejoramiento.
- El doceavo punto es la remoción de barreras que le permiten al trabajador sentirse orgulloso de su trabajo. Se fundamenta en la ausencia de reconocimiento de los empleados como un recurso humano valiosos en el trabajo.
- El treceavo es la implementa implementación de un programa de educación y reentrenamiento que mantenga a la fuerza de trabajo de todos los niveles actualizada, de modo que la organización invierta en su gente y con ello asegure el éxito a largo plazo.
- El catorceavo es la definición de un equipo de alto nivel comprometido con el mejoramiento de la calidad y productividad.

Acorde a Shridhara (2010) buscar la calidad, y por consiguiente la instauración de estos catorce puntos, sería obstaculizada por las siete enfermedades mortales enunciadas por Deming.

La primera enfermedad, es el hecho de no ser constantes al llevar a cabo programas de calidad que sean de largo plazo y asimismo integrarlos a la cultura corporativa de las compañías. La siguiente enfermedad, es el realce en el rendimiento a corto plazo que conduce a sacrificar la planeación a largo plazo que la Administración Total de la Calidad requiere. La tercera es la sobre dependencia en la evaluación de la actuación. La cuarta es el planteamiento de los gerentes en el corto plazo e impotencia de implementación de cambios de largo plazo necesarios a fin de mejorar la calidad.

Otra enfermedad mortal es el sobre énfasis en las cifras visibles de la compañía. La sexta enfermedad son los excesivos costos médicos para el cuidado de la salud de los empleados lo cual aumenta el costo final de los bienes y servicios. Y finalmente los excesivos costos de garantía y legales que en especial se consolidan en el área de la salud para cubrir los riesgos. <sup>(7)</sup>

Shridhara (2010) señala que el punto de partida para implementar la Gestión Total de la Calidad es la Rueda de Deming. También llamada el ciclo de PDCA por sus siglas en ingles de Planear, Hacer, Chequear y Actuar, consiste inicialmente en planear con medidas cuantificables el mejoramiento, después de haber revisado la mejora que se necesita y evaluado las alternativas; enseguida implementar el plan seleccionado y monitorear su progreso; después analizar a través de datos si los resultados corresponden con los objetivos planteados o reevaluar; y por último en el momento en que los resultados son satisfactorios, el proceso es revisado y se consolida como un procedimiento estándar. <sup>(7)</sup>

### C. La Filosofía de Juran

De acuerdo con Shridhara (2010) después de Deming, Joseph Juran ha impactado la teoría y práctica de la gestión en calidad. Sus principales aportes a la Gestión Total de la Calidad se han centrado en cuatro temas. Según Shridhara (2010) uno es la compilación de definiciones sobre calidad y el costo de la calidad, dos el hábito de la calidad, tres la trilogía de la calidad que se relaciona con planeación de la calidad, control de la calidad y mejoramiento de la calidad, y por último la secuencia universal de mejoramiento. <sup>(7)</sup>

La calidad según Juran es definida como la realización de un producto que resulte en la satisfacción del cliente, es decir aptitud (fitness) para el uso. Shridhara (2010) precisa que ello supone liberar el producto de deficiencias que conlleven a la insatisfacción del cliente. Esta aptitud para el uso deviene de cinco grandes rasgos del producto, uno es la calidad en el diseño referida a la idoneidad del concepto de diseño del producto y especificaciones para el uso al que está destinado. Otro rasgo es la calidad de la conformidad la cual refleja que tan bien el producto reúne las intenciones de su diseño determinadas por el equipamiento y capacidades de los empleados. Un tercer rasgo es la disponibilidad es decir la ausencia de problemas que pueden afectar el uso del producto. Otro rasgo es la seguridad o amenaza del producto para quien lo usa. Y finalmente el uso en el campo para indicar las condiciones del producto una vez que lo tiene el cliente. <sup>(7)</sup>

Ligado a los productos imperfectos o con defectos, Juran elabora el concepto de costo de calidad, y como señala Shridhara (2010), categoriza los costos en costos de fracasos internos, costos de fracasos externos, costos de evaluación y costos de prevención.

Juran hace énfasis en el hábito de la calidad, en donde señala que el fin de la Gestión Total de la Calidad tiene que ser una serie de procesos de mejora continua encaminando a mejorar la calidad, que se transformen en un hábito en la organización y que enfaticen en el resultado de los objetivos y las lecciones que estos dejan. Los procedimientos para desarrollar el hábito de la calidad son instaurar objetivos específicos que identifiquen lo que los miembros de la organización deben hacer y las razones, implantar planes detallados para llevar a cabo estos objetivos, estipular claramente las responsabilidades para lograr los objetivos y reiniciar de acuerdo con los resultados.

Los requisitos de una Gestión Total de la Calidad exitosa, se definen en la trilogía de la calidad de Juran, en las actividades de planeación de la calidad, control de la calidad y mejoramiento de la calidad. El primero se vincula a la personalización de los clientes y la substitución de sus necesidades; el segundo concierne a la instauración de medidas de evaluación que permitan fortalecer estándares de provecho que se fundamenten como base

para tomar medidas correctivas; y el tercero es el sostenimiento de los niveles existentes de calidad y llevar a la colocación a nuevos niveles de rendimiento.

La consecución del mejoramiento en calidad sigue según Juran, citado por Shridhara (2010), en 7 pasos. El primero consiste en probar la necesidad desde la que se toma conciencia de lo necesario de un cambio, el segundo es la planificación del proyecto orientado a la mejora, el tercero es la distribución para el perfeccionamiento donde desde la gerencia se orienta el proyecto y se encomiendan los compromisos, el cuarto es la jornada de análisis a fin de hallar las raíces de los inconvenientes resultantes, el quinto son las acciones correctoras, es decir, la consumación de cambios para corregir las procedencias de los inconvenientes en calidad, el sexto es la resistencia al cambio donde los gerentes deben constituir compromisos con el cambio, y el séptimo es conservar las ganancias.

Shridhara (2010) compara la filosofía de Deming y la de Juran y señala que el primero se enfoca hacia el proceso, considera que todos en la organización debe contribuir a la implementación exitosa de la Gestión Total de la Calidad, se fija como meta la calidad y enfatiza en los indicadores de la calidad, mientras tanto por otro lado Juran se centra en las salidas u outputs, resalta el papel de los gerentes en el cambio, acepta disminuir la calidad si los costos de lograrlo no se justifican y destaca el papel de los costos cuantitativos. <sup>(7)</sup>

#### **D. La Filosofía de Crosby<sup>(7)</sup>**

La tercera mayor influencia en herramientas de administración para la Gestión Total de la Calidad de acuerdo con Shridhara (2010) es Philip B. Crosby. Este último propone cuatro absolutos de la calidad, desde los cuales primero la define como el cumplimiento con los requisitos, más que como excelencia; el segundo es la prevención y no la evaluación como sistema para lograr la calidad; el tercero es cero defectos como estándar de realización; y el cuarto es la medición de la calidad como precio del incumplimiento, y no como un índice.

De esta manera según Crosby (En: Shridhara, 2010) la calidad se basa en lo que el cliente quiere, de modo que una empresa produce calidad solamente cuando el bien o el servicio, tiene o excede las expectativas del cliente. Además subraya (Crosby En: Shridhara, 2010) a través del concepto de Vacuna de la Calidad, que una integración de la Gestión Total de la Calidad a las actividades de la organización conllevan a un régimen de gestión de calidad corporativo que mejora la salud total de la firma y corrige algunos de los problemas de sus procesos. En esta filosofía los problemas de calidad generan aumentos en los costos económicos y deben ser identificados por los individuos o departamentos que los causan.

En el afán de mejorar la calidad Crosby (En: Shridhara, 2010) propone iniciar un proceso en el que la dirección se comprometa con la necesidad de mejorarla constantemente a través de la formación de un equipo que se enfoque en ello, y haga mediciones para cada actividad de la compañía, evaluando el costo de la calidad con base en acciones correctivas que van a ser rentables para la compañía. Estas acciones se materializan mediante la creación de consciencia en los empleados sobre la calidad, de modo que se les incentive a llevar a cabo acciones correctivas basadas en la identificación y corrección de los defectos.

El proceso continua con la realización de una planificación centrada en un programa de cero defectos, el cual debe alternarse con la educación de los empleados para que se entrenen en cada paso del programa de mejoramiento de la calidad, y con una celebración del día de cero defectos con el fin de establecer una nueva actitud (Crosby En: Shridhara, 2010).

En este sentido la dirección debe fijar metas que mantengan a la calidad en un primer plano de las prioridades organizacionales, enfocándose en eliminar las causas de error, establecerse reconocimientos para quienes cumplen con las metas y conformarse consejos de calidad regulares. Según Crosby (En: Shridhara, 2010) el siguiente paso es la repetición de todo el proceso.

Shridhara (2010) precisa que las filosofías de Deming, Juran y Crosby son más similares que diferentes. Observan a la calidad como imperativa para la competitividad, la importancia de los comités de alta gerencia y de los clientes para la gestión de la calidad, que el mejoramiento nunca termina y el papel de la gestión de la calidad como fundamental en el ahorro de dinero. Sin embargo a diferencia de los programas de Deming y Juran, el de Crosby es primariamente comportamental, desde el cual se apunta a realizar cambios organizacionales a nivel de la cultura corporativa y actitudes, por medio del uso de la gestión y los procesos organizacionales.

#### **E. Otros Aportes a la Gestión Total de la Calidad <sup>(7)</sup>**

**Masaaki Imai.** Enmarca la Gestión Total de la Calidad en la unificación de los fundamentos teóricos y prácticos de las filosofías de la gestión en el concepto de Kaizen; nombre dado al sistema formal para promover mejoras continuas (Shridhara, 2010). El entendimiento de este concepto se vincula al de una organización en la cual cada miembro de manera activa persigue oportunidades para identificar e implementar a diario y donde aún las pequeñas mejoras incrementales se favorecen de la comprensión de las funciones del sistema actual y se guían por la vista del proceso del sistema.

**A. V. Fiegen Baum.** Origen el concepto de Control Total de la Calidad, como sistema de desarrollo integrador de la calidad, mantenimiento y mejoramiento de esfuerzos en una organización en pro de un óptimo nivel económico mientras se logra la satisfacción del cliente. Allí el control, precisa, refiere a estándares de calidad que deben mantenerse a través de medidas correctivas y planeación para mejorarlos. En esta filosofía se visualiza a la calidad como una herramienta de negocio estratégica que requiere la participación de toda la organización, y que tiene como medida y herramienta de evaluación a los costos en calidad (Shridhara, 2010).

**Kaoru Ishikawa.** Reconociendo la influencia de Deming y de Juran en su pensamiento, realizó el abordaje inicial de Círculos de Control de Calidad, que Shridhara (2010) describe como pequeños grupos de empleados que a fin de mejorar la calidad, productividad y el ambiente laboral regularmente se encuentran para planear y llevar a cabo procesos de cambio. Para Ishikawa la calidad se configura como una manera de gestión en la que la educación es transversal, responsabilidad de todos los trabajadores, conoce los requerimientos de los clientes, se enfoca en las ganancias a largo plazo, su estado de control ideal se consolida cuando la inspección no es necesaria y son removidas las causas de raíz.

**Genichi Taguchi.** Aborda la calidad de un producto con base en las características de su realización. De modo que el valor ideal de las características de realización es el valor objetivo para la compañía. A partir de ello Taguchi define la calidad en términos de pérdida social e indica que cualquier desviación del valor objetivo de las características de la calidad que resulte en extra costos para algún segmento de la sociedad, es una pérdida de función de calidad. Es decir, un producto al ser más deseable, menor valor de pérdida social tiene y menores son los costos indeseados que son generados por desviaciones en el proceso de realización por fuera de las características de calidad del valor objetivo (Shridhara, 2010).

**Shingeo Shingo.** Realizó aportes a la gestión de la calidad basados en la detección de errores tardíos en el proceso de manufactura, a partir de métodos estadísticos en pro de corregirlos o negociarlos de la manera apropiada. Para este autor el modo de producir una calidad perfecta todo el tiempo es que los gerentes de operaciones identifiquen y eliminen los errores posibles, a través del diseño de partes y procesos que guíen hacia los resultados deseados, a lo cual este autor llamo “Poka-Yoke”. De acuerdo con Shridhara (2010) Shingo enfatiza en la retroalimentación técnica y control del sistema, sin embargo no refiere en términos sociales, culturales o políticos sobre los seres humanos. (Shridhara, 2010)

**Walter Shewhart.** Reconoce que la variabilidad de las dimensiones del componente de manufactura sigue una distribución normal. Esta variabilidad se encuentra bajo control

siempre y cuando las dimensiones se mantengan dentro del rango normal. En el momento en que las dimensiones se salen de su rango de normalidad, el autor (En: Shridhara, 2010) identifica causas de la variación por un lado naturales y por otro asignadas. A partir de este razonamiento Shewhart desarrolla la herramienta de Control Estadístico del Proceso el cual mide los procesos de realización y contribuye al mejoramiento de la calidad con base en el monitoreo de estándares, realización de mediciones y de acciones correctivas sobre el producto o el servicio producido. Esta herramienta tiene por fin proveer una señal estadística a la aparición de causas asignables las cuales pueden sacar de los límites permitidos al proceso de producción y por tanto requieren una rápida y apropiada acción para su eliminación. (Shridhara, 2010).

### **Calidad en el Perú. Sistema Nacional de Calidad <sup>(10)</sup>**

En julio del 2014, la Ley N° 30224 creó el Sistema Nacional para la Calidad (SNC) y el Instituto Nacional de Calidad (INACAL), con la finalidad de promover y asegurar el cumplimiento de la Política Nacional para la Calidad, con miras al desarrollo y la competitividad de las actividades económicas y la protección del consumidor.

El SNC está integrado por: el Consejo Nacional para la Calidad (CONACAL); el Instituto Nacional de Calidad (INACAL) y sus Comités Técnicos y Permanentes; y las Entidades públicas y privadas que formen parte de la infraestructura de la calidad.

## ¿Qué es el CONACAL? <sup>(10)</sup>

### ESQUEMA DEL SISTEMA NACIONAL DE CALIDAD

Finalidad del Sistema Nacional de la Calidad: Promover y asegurar el cumplimiento de la política nacional para la calidad con miras al desarrollo de la competitividad de las actividades económicas y la protección al consumidor

Ámbito regulatorio soporte control y vigilancia en el mercado.	Sistema Nacional de la Calidad	Ámbito voluntario
Servicios públicos protección al consumidor	Consejo Nacional para la Calidad CONACAL	Acreditación de organismos de evaluación de la conformidad
Agricultura, medidas sanitarias y fitosanitarias	<p>Dirección de Desarrollo Estratégico de la Calidad</p> <p>Dirección de Normalización</p> <p>Dirección de Acreditación</p> <p>Dirección de Metrología</p>	Normas técnicas nacionales e internacionales
Salud medidas sanitarias		Calibración de equipos
Energía reglamentos técnicos de eficiencia energética		Aprovechamiento TLCS por las empresas
Trabajo y empleo normas competencia laboral		Desafíos de Calidad universidad - Empresa - Gobierno
Asociaciones de consumidores, soporte técnico, control metrológico, otros		Asociaciones de consumidores soporte
Educación contenidos educativos		Redes de organismos de evaluación de la conformidad
Concytec soporte para la investigación tecnológica	Comités técnicos de normalización	Concytec soporte para la investigación tecnológica
Aduanas control aduanero	Oficinas descentralizadas - Entidades contrastadoras	Empresas mejora de la Calidad, sistemas de gestión
Gremios empresariales soporte para el cumplimiento de RT o de NT en compras públicas	Otros organismos e Instituciones público privadas	Gremios eliminación de obstáculos técnicos al comercio

### PROMOVER EL DESARROLLO DE UNA CULTURA DE CALIDAD

Educación para la calidad en todos sus niveles	Derecho de tener acceso a productos y servicios seguros, de calidad y amigables con el medio ambiente	Con la empresa: Gestión de la Calidad, Innovación, Tecnología, y desafíos tecnológicos y de Calidad
--	---	---

Es el órgano de coordinación de asuntos para la calidad, dependiente del Ministerio de la Producción. Se encuentra conformado por representantes de los sectores público y privado.

### 1.2.3 Satisfacción

#### A. Concepto: <sup>(11)</sup>

Una definición del concepto de "**Satisfacción del cliente**" es posible que la encontremos en la norma **ISO 9000:2005 "Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario**, que la define como la "*percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos*", aclarando además un aspecto muy importante sobre las **quejas de los clientes**: su **existencia** es un claro indicador de una **baja satisfacción**, pero su **ausencia** no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también

podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

### **B. La satisfacción del usuario**

En Torres (1996), la satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización sanitaria. Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias. El objetivo de los servicios sanitarios es satisfacer las necesidades de sus usuarios, y el análisis de la satisfacción es un instrumento de medida de la calidad de la atención de salud. <sup>(12)</sup>

Para el Ministerio de Salud el abordar las inquietudes del usuario externo es tan esencial para la atención de buena calidad como la competencia técnica. Para el usuario, la calidad depende principalmente de su interacción con el personal de salud, de atributos tales como el tiempo de espera, el buen trato, la privacidad, la accesibilidad de la atención y sobre todo, de que obtenga el servicio que procura. Cuando los sistemas de salud y sus trabajadores ponen al usuario por encima de todo, ellos le ofrecen un servicio que no solo cubren los estándares técnicos de calidad, sino que también cubren sus necesidades relacionadas a otros aspectos de la calidad, tales como respeto, información pertinente y equidad. Al respecto Diprette y Col. refieren que en los momentos actuales se es competitivo como organización o como persona si se está, entre los que, de acuerdo a criterios del mercado, proporcionan mayor satisfacción al cliente, de tal forma que la calidad de los servicios de salud pasa a constituir una exigencia que se extiende progresivamente desde una perspectiva de los usuarios y trabajadores de los servicios de salud, que los enfoques gerenciales denominan usuarios externos e internos respectivamente. <sup>(13)</sup>

Asimismo Delbanco T. y Daley J. refieren que la satisfacción del usuario es uno de los resultados más importante de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento. <sup>(14)</sup>

**Los Niveles de Satisfacción:** Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

**Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

**Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

**Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional). Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron. <sup>(15)</sup>

### C. Decálogo de la Satisfacción del Cliente <sup>(11)</sup>

Alcanzar la **satisfacción** de los clientes es uno de los **factores críticos** para toda organización que pretenda diferenciarse de sus competidores y obtener mejores resultados en el negocio.

Seguidamente se presenta un decálogo de ideas para meditar:

1) **Compromiso con un servicio de calidad:** toda persona del organismo, debe obligatoriamente crear una experiencia positiva para los clientes.

2) **Conocimiento del propio producto o servicio:** transmitir claramente conocimientos de interés para el cliente acerca de las características del propio producto o servicio ayuda a ganar la confianza de éste.

3) **Conocimiento de los propios clientes:** aprender todo lo que resulte posible acerca de los clientes para que se pueda enfocar el producto o servicio a sus necesidades y requerimientos.

4) **Tratar a las personas con respeto y cortesía:** cada contacto con el cliente deja una impresión, sin importar el medio utilizado (e-mail, teléfono, personalmente, etc.). Esta impresión debe denotar siempre corrección en el trato.

5) **Nunca se debe discutir con un cliente:** desde luego que no siempre tiene la razón, pero el esfuerzo debe orientarse a recomponer la situación. Muchos estudios demuestran que 7 de cada 10 clientes harían negocios nuevamente con las empresas que resuelven un problema a su favor.

6) **No hacer esperar a un cliente:** los clientes buscan una rápida respuesta, por lo que es fundamental tratar ágilmente las comunicaciones y la toma de decisiones.

7) **Dar siempre lo prometido:** una falla en este aspecto genera pérdida de credibilidad y de clientes. Si resulta inevitable un incumplimiento, se debe pedir disculpas y ofrecer alguna compensación.

8) **Asumir que los clientes dicen la verdad:** aunque en ciertas ocasiones parezca que los clientes están mintiendo, siempre se les debe dar el beneficio de la duda.

9) **Enfocarse en hacer clientes antes que ventas:** mantener un cliente es más importante que cerrar una venta. Está comprobado que cuesta seis veces más generar un cliente nuevo que mantener a los existentes.

10) **La compra debe ser fácil:** la experiencia de compra en el punto de venta, página web, catálogo, etc., debe ser lo más fácil posible, y debe ayudar a los clientes a encontrar lo que estás buscando.

#### **D. Beneficios de satisfacción del usuario**

##### **a. Primer Beneficio:**

El cliente satisfecho por lo general vuelve a comprar. Por consiguiente la empresa obtiene en compensación el beneficio de lealtad del cliente y por consiguiente tendría la posibilidad de venderle el mismo producto u otros productos adicionales en un futuro.

##### **b. Segundo Beneficio:**

Un cliente que ha quedado satisfecho participa a otros posibles clientes sus experiencias positivas con un producto o servicio. De esta forma la empresa logra beneficiarse con una difusión de manera gratuita que un cliente satisfecho efectúa hacia sus familiares, sus amistades y/o conocidos.

##### **c. Tercer Beneficio:**

Un cliente satisfecho optará por dejar a un lado a la competencia. Por ende, el beneficio que obtiene la empresa será un puntualizado lugar participación en el mercado.

Sintetizando, toda aquella empresa que logre que un cliente logre su satisfacción obtendrá como beneficios:

1. Que el cliente sea leal, lo que se verá reflejado en futuras ventas
2. Obtendrá una difusión gratuita, que significa nuevos clientes y
3. Una establecida participación en el mercado.

### 1.3 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

- **Autor:** LAURA MUCHICA, Carlos Enrique

**Título:** “Satisfacción del paciente respecto a la calidad de atención brindada por los alumnos del VII y IX semestre de la clínica odontológica de la UCSM durante los meses de marzo-abril-mayo del 2015”

**Resumen:** el objetivo fundamental de la presente investigación fue evaluar la satisfacción del paciente respecto a la calidad de atención brindada por los alumnos de la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María durante el periodo de marzo – abril –mayo del 2015.

Se trata de un estudio observacional, prospectivo, transversal, comparativo, de campo y nivel relacional. Con tal objeto se conformaron los alumnos del VII y IX semestre, en los que se evaluaron la calidad de atención brindada a los pacientes y la satisfacción de los mismos respecto a la atención. Se empleó estadística descriptiva con frecuencias absolutas (Nro.) y relativas (%). Para establecer la relación entre las variables de interés, se utilizó la prueba de Tau de Kendall. Así mismo, para establecer los rangos correspondientes a la calidad de atención, con sus dimensiones, y la satisfacción confort, se utilizó la prueba de Stanonnes.

La relación entre satisfacción del paciente y la calidad de atención por los alumnos evidenció que mientras mayor fue el nivel de calidad de atención obtenida la satisfacción alcanzó su mayor porcentaje con 72.5%.

Consecuentemente la hipótesis de la investigación ha sido aceptada, en el sentido que la satisfacción del paciente está ampliamente relacionada con la calidad de atención brindada por los tratantes de la Clínica Odontológica de la U.C.S.M.

- **Autor:** CAZORLA MACEDO, Jonathan Joseph

**Título:** “Análisis de los factores que determinan la deserción de pacientes en la clínica odontológica de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa .2015”

**Resumen:** El presente estudio de investigación fue realizado para determinar e identificar las causas y factores predisponentes que inducen al abandono de tratamientos odontológicos de los pacientes en la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María en la ciudad de Arequipa en el año 2015.

Se realizó con una muestra de 120 pacientes en el mes de julio del año 2015, en Pregrado y Postgrado, que fueron seleccionados de acuerdo a la concurrencia que había en la Clínica Odontológica de la Universidad, teniendo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión que se elaboró para la realización del presente estudio.

La muestra fue obtenida de los pacientes, mediante encuestas elaboradas de acuerdo a las necesidades de éste estudio, entregadas a los pacientes para su respectivo llenado, y posteriormente se recolectó las encuestas para su contabilización de resultados y documentar el procedimiento.

Posteriormente se realizó el análisis y se logró determinar que el sexo femenino acudió en mayor porcentaje en relación al sexo masculino; la edad que primó según este estudio fue entre 20 a 29 años; la distribución de pacientes entre cuarto año, quinto año (Pregrado) y Especialidad (Postgrado) fue proporcional; la diferencia de tiempo que transcurre en la sala de espera para la atención entre Pregrado y Postgrado fue mínima; el ingreso mensual de los pacientes en su mayoría está por encima de los mil soles; las recomendaciones para una atención Odontológica de un paciente a otro, es alto: el costo de tratamiento ofrecidos por la Clínica Odontológica se muestra como aceptable; en la percepción de calidad sobre la atención odontológica se observó que entre una regular atención y buena atención no hay diferencia significativa; y el principal motivo para no continuar con un tratamiento hasta el alta, es la falta de tiempo por parte del paciente.

**Palabras clave:** Deserción, Paciente, Clientela y Usuario.

- **Autor:** GUTIERREZ BERNAL, Carla Omayra

**Título:** “Comparación según género del nivel de satisfacción en la consulta odontológica en pacientes atendidos en la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa 2014”.

**RESUMEN:**

**OBJETIVO:** Comparar el nivel de satisfacción en la consulta odontológica en pacientes de ambos géneros atendidos en la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa 2014.

**MÉTODO:** Estudio transversal, utilizando un cuestionario de satisfacción, que se entregó a 200 pacientes: 100 pacientes del género masculino y 100 pacientes el género femenino, que acudieron a la consulta odontológica durante dos últimas semanas de Abril y primera de Mayo de 2014.

**RESULTADOS:** El 61% de pacientes varones y el 76% de pacientes mujeres encuestadas dieron una puntuación entre 76 y 95 que corresponde a muy satisfecho mientras que el 19% de pacientes del género masculino dio puntuaciones entre 38 y 56 que corresponde a poco satisfecho con los servicios deontológicos recibidos.

**CONCLUSIONES:** Tanto los pacientes del género masculino (61%) como los del género femenino (76%) en su mayoría se sienten satisfechos con los servicios odontológicos

recibidos, existe también un 19% de pacientes del género masculino que se muestran poco satisfechos.

**PALABRAS CLAVE:** Satisfacción del paciente, género, percepción, consulta odontológica.

#### **1.4 OBJETIVOS**

- Determinar la calidad de atención del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017”
- Determinar el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017”
- Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017”.

#### **1.5 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION**

Dado que la calidad de atención es la brecha entre expectativas y percepciones del usuario externo y la satisfacción es la conformidad del usuario, es probable que exista relación entre la calidad de atención y en nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal.



**CAPÍTULO II:  
METODOLOGÍA**

## I. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 1.1 Técnicas, instrumentos y materiales de verificación

#### 1.1.1 Técnica

Se utilizará la técnica de encuesta

#### 1.1.2 Instrumentos

##### A. Instrumento documental

Cuestionario Servqual y Encuesta de Satisfacción.

Conteste la siguiente encuesta indicando su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, respecto al servicio de Odontología de Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal.

#### 1) CUESTIONARIO SERVQUAL

Cuestiones sobre el Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal – Arequipa – 2017		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
		1	2	3	4	5
<b>ASPECTOS TANGIBLES</b>						
1	Los equipos son aparentemente modernos					
2	Las instalaciones son visualmente atractivas.					
3	Los empleados tienen apariencia pulcra.					
4	Los materiales que utiliza el servicio son visualmente atractivos (folletos, etc.)					
<b>FIABILIDAD</b>						
5	Cuando en el servicio prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen					
6	Cuando Ud. tiene un problema en el servicio muestran un interés sincero en solucionarlo.					
7	Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez					
8	Concluyen el servicio en el tiempo prometido					
9	En el servicio, insisten en mantener registros exentos de errores					
<b>SENSIBILIDAD</b>						
10	Los empleados informan con precisión a los usuarios cuando concluirá la realización de un servicio.					
11	Los empleados le sirven con rapidez					

12	Los empleados siempre están dispuestos a ayudarlo.					
13	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas					
<b>SEGURIDAD</b>						
14	El comportamiento de los empleados le transmite confianza					
15	Ud. se siente seguro en sus transacciones en el servicio					
16	Los empleados son siempre amables con los clientes					
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas que les hace.					
<b>EMPATIA</b>						
18	En el servicio le dan una atención individualizada					
19	Tiene horarios de trabajo convenientes para todos los pacientes					
20	En el servicio se preocupan por sus mejores intereses					
21	Los empleados comprenden sus necesidades específicas					

## 2) ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho

### B. Criterios de calificación del instrumento

Los criterios o atributos que utilizan los usuarios para valorar la calidad de los servicios son los que se detallan a continuación. Conjuntamente queda demostrado que los usuarios confieren mayor importancia a algunos criterios más que a otros. En concordancia con la metodología SERVQUAL, la jerarquía relativa que los usuarios conceden a estos criterios, en una escala de 100, es:

- |                           |     |
|---------------------------|-----|
| 1. Fiabilidad             | 32% |
| 2. Capacidad de respuesta | 22% |
| 3. Seguridad              | 19% |
| 4. Empatía                | 16% |
| 5. Elementos tangibles    | 11% |

### C. Instrumentos mecánicos

- Computadora
- Impresora

## D. Materiales

- Utilería general de escritorio

### 1.2 Campo de Verificación

#### 1.2.1 Ubicación Espacial

El estudio se realizará en el consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal

#### 1.2.2 Ubicación temporal

Esta es una investigación que se realizará entre diciembre del año 2017 y enero del año 2018.

#### 1.2.3 Unidad de estudio

##### a. Universo Cualitativo

Las unidades de estudio están constituidas por los pacientes que acuden al consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal, durante el periodo que se realizará la investigación.

##### Criterios de Inclusión

- Pacientes atendidos en el consultorio de Odontología por primera vez.
- Usuarios que colaboran con la encuesta.

##### Criterios de Exclusión

- Pacientes con necesidades especiales.
- Menores de edad.
- Usuarios atendidos en el consultorio más de una vez.
- Usuarios que no colaboran con la encuesta.

##### b. Universo cuantitativo

Muestra

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

En donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

$$n = \frac{770 \times 3.8416 \times 0.50 \times 0.50}{0.0025 \times (770 - 1) + 3.84 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{770 \times 3.8416 \times 0.25}{1.9225 + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{770 \times 3.8416 \times 0.25}{1.9225 + 0.9604}$$

$$n = \frac{739.508}{2.8829}$$

$$n = 256.5153 = 257$$

### **1.3 Estrategia de recolección**

#### **1.3.1 Organización**

Para efectos de la recolección de datos se coordinará con el Director del Centro de Salud Sandrita Pérez -Pedregal y con el Coordinador del Consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez -Pedregal.

La duración del estudio será aproximadamente de 3 meses.

El instrumento que se utilizará es la Cuestionario Servqual y la Encuesta de Satisfacción.

Se remarcará el carácter anónimo de la encuesta así como la veracidad de las respuestas dadas por el usuario externo ante los encuestadores.

Recolectados los datos se sistematizarán para el análisis, recomendaciones y conclusiones finales.

#### **1.3.2 Recursos**

##### **a) Recursos Humanos**

- Investigador: Nick Carlos Cárdenas Cabala
- Asesor: Dr. Berlie Ocola Ticona

##### **b) Recursos Físicos**

- Cuestionario Servqual y encuesta de Satisfacción
- Consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez – Pedregal

##### **c) Recursos Económicos**

- Financiamiento propio del autor.

##### **d) Recursos Institucionales**

- Instalaciones del Centro de Salud Sandrita Pérez- Pedregal.

##### **e) Recursos Informáticos**

- Sistema Operativo Windows XP
- Procesador de Texto Word 2003

### 1.3.3 Validación del Instrumento

Realización de una Prueba Piloto en el Consultorio para determinar la validez de las variables intervinientes en la investigación.

### 1.3.4 Criterios para manejar los resultados

#### A. A nivel de Sistematización

##### a. Tipo de Procesamiento

Los datos serán recolectados e introducidos en el editor de datos SPSS y analizados por el mismo sistema.

##### b. Plan de Operaciones

###### b.1 Clasificación de datos

Se realizará una Matriz de Sistematización.

###### b.2 Recuentos

Se llevarán a cabo en el sistema SPSS.

###### b.3 Codificación

Se asignarán los códigos para cada una de las dimensiones.

- Dimensiones de elementos tangibles.
- Dimensiones fiabilidad.
- Dimensiones de respuesta rápida.
- Dimensiones de seguridad
- Dimensiones de empatía.

###### b.4 Análisis

Plan de análisis

Variable	Carácter estadístico	Escala de medición	Técnicas de estadística descriptiva
Calidad de Servicio	Cualitativo	Nominal	Distribución de Frecuencias - Absolutas - Porcentuales
Nivel de Satisfacción	Cuantitativo	Nominal	Distribución de Frecuencias - Absolutas - Porcentuales

### **b.5 Tabulación**

Las tablas serán descriptivas para determinar la distribución de la variable, considerando tablas de frecuencia, medias y moda.

### **b.6 Graficación**

Corresponderán al resultado de la variable.

#### **B. A nivel de Estudios de Datos**

##### **a. Metodología de interpretación**

La interpretación se llevará a cabo de acuerdo a la jerarquía de datos, comparación entre datos y apreciación crítica de lo observado.

##### **b. Modalidades Interpretativas**

La interpretación se realizará post cuadro, acompañada de una discusión final.

##### **c. Operaciones para interpretar los cuadros**

Se realizará un análisis y síntesis, junto a inducción y deducción.

##### **d. Niveles de interpretación**

Es relacional

#### **C. A nivel de Conclusiones**

##### **a. Nivel de profundidad analítica con que serán formuladas**

Descripción de los datos obtenidos y comparación con otras realidades y estudios en nuestra población.

##### **b. Nivel de logro de objetivos**

Se busca lograr todos los objetivos.

#### **D. A nivel de recomendaciones**

a. **Forma:** Sugerencias, programas, proyectos.

### **1.3.5 Cronograma de trabajo**

<b>Tiempo de actividades</b>	<b>Octubre 2018</b>	<b>Noviembre 2018</b>	<b>Diciembre 2018</b>
1.Recolección de datos	X		
2.Estructuración de los Resultados		X	
3. Informe final			X



**CAPÍTULO III:  
RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO PARA LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES SEGÚN LA ENCUESTA SERVQUAL

Tabla N° 1:

Edad

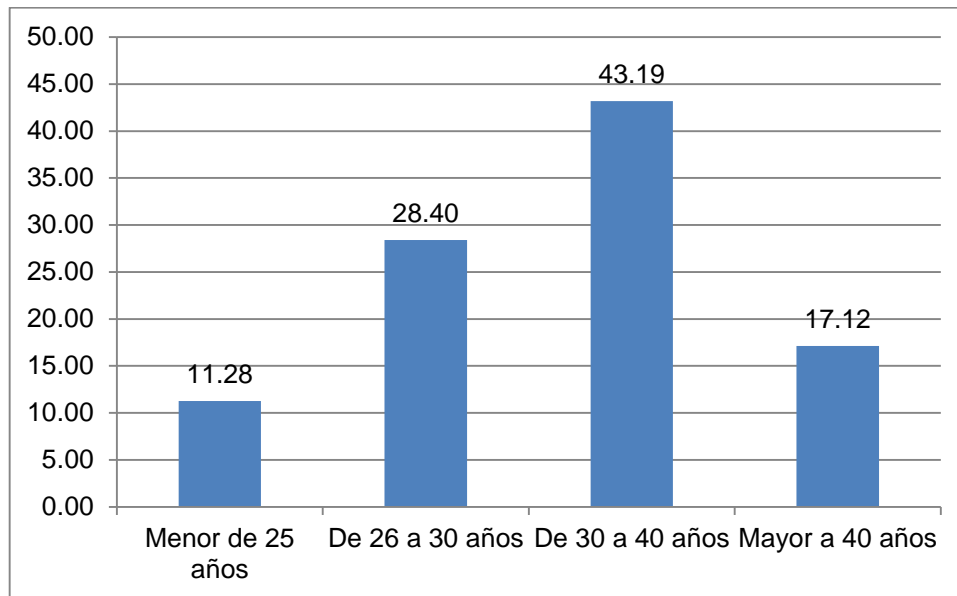
	N°	%
Menor de 25 años	29	11.28
De 26 a 35 años	73	28.40
De 36 a 45 años	111	43.19
Mayor a 45 años	44	17.12
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

De los resultados pudimos obtener que 43.19% de los usuarios encuestados tenían edades que oscilaban de 36 a 45 años, siendo este nuestro mayor grupo etario, seguido de 28.40% de usuarios con edades entre 26 y 35 años, en tanto que 17.12% fueron mayores de 45 años y 11.28% eran menores de 25 años.

**Gráfico N° 1:**

**Edad**



**Fuente:** Elaboración propia

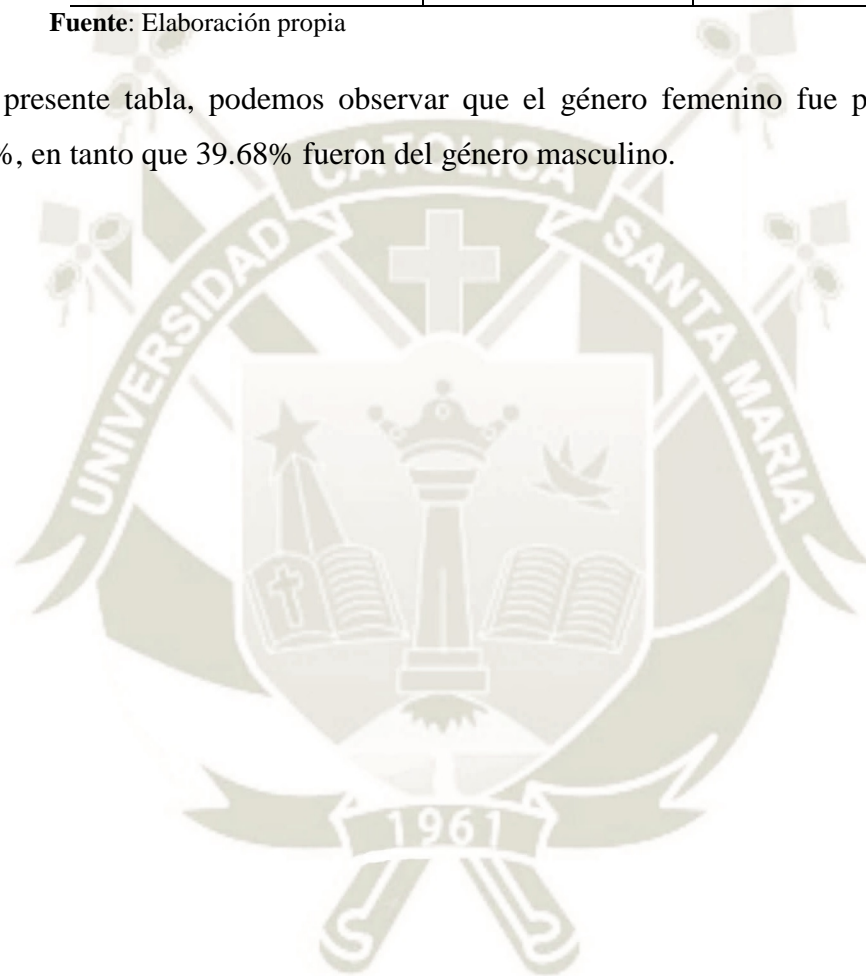


**Tabla N° 2:**  
**Género**

	N°	%
Masculino	102	39.68
Femenino	155	60.31
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

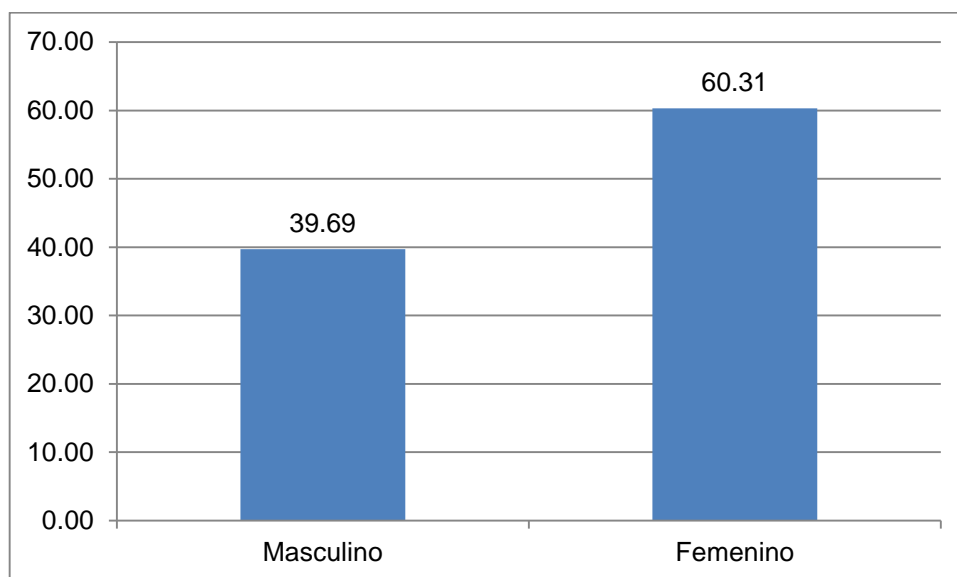
**Fuente:** Elaboración propia

En la presente tabla, podemos observar que el género femenino fue predominante con 60.31%, en tanto que 39.68% fueron del género masculino.



**Gráfico N° 2:**

**Género**



**Fuente:** Elaboración propia



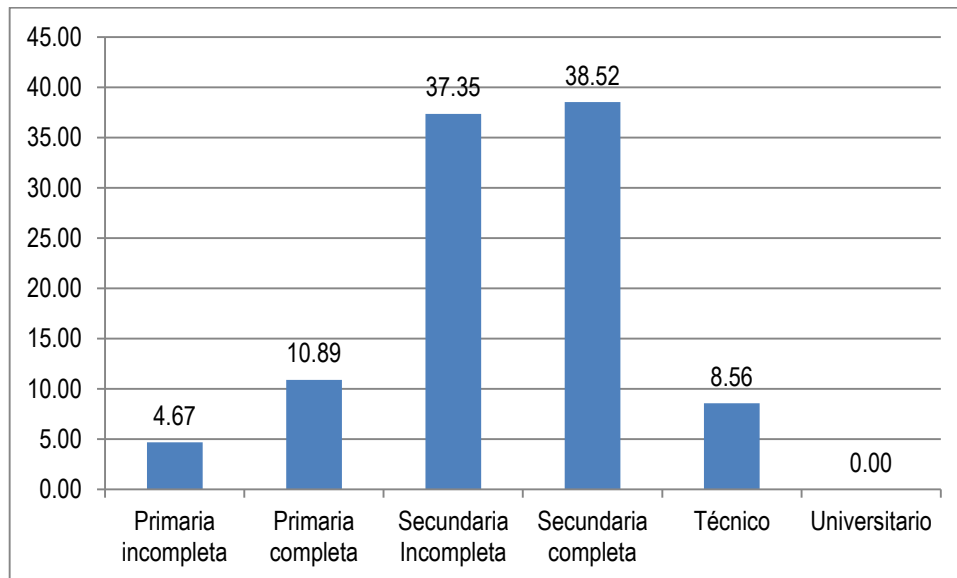
**Tabla N° 3:**  
**Grado de instrucción**

	N°	%
Primaria incompleta	12	4.67
Primaria completa	28	10.89
Secundaria Incompleta	96	37.35
Secundaria completa	99	38.52
Técnico	22	8.56
Universitario	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración propia

De la presente tabla podemos deducir que 38.52% de los usuarios encuestados tienen como grado de instrucción secundaria completa, en tanto que 37.35% tienen secundaria incompleta como grado de instrucción, mientras que 10.89% tienen primaria completa, 8.56% tienen un grado de instrucción Técnico, 4.67% tienen primaria incompleta y 0% tienen como grado de instrucción un nivel universitario.

**Gráfico N° 3:**  
**Grado de instrucción**



**Fuente:** Elaboración propia

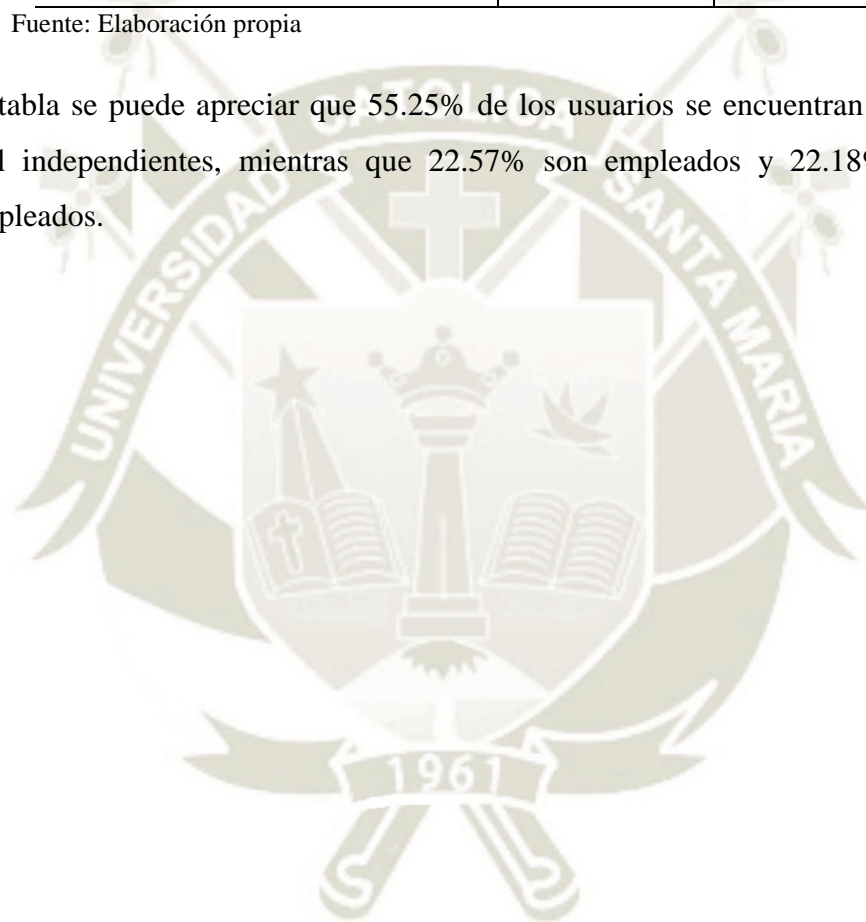


**Tabla N° 4:**  
**Situación Laboral**

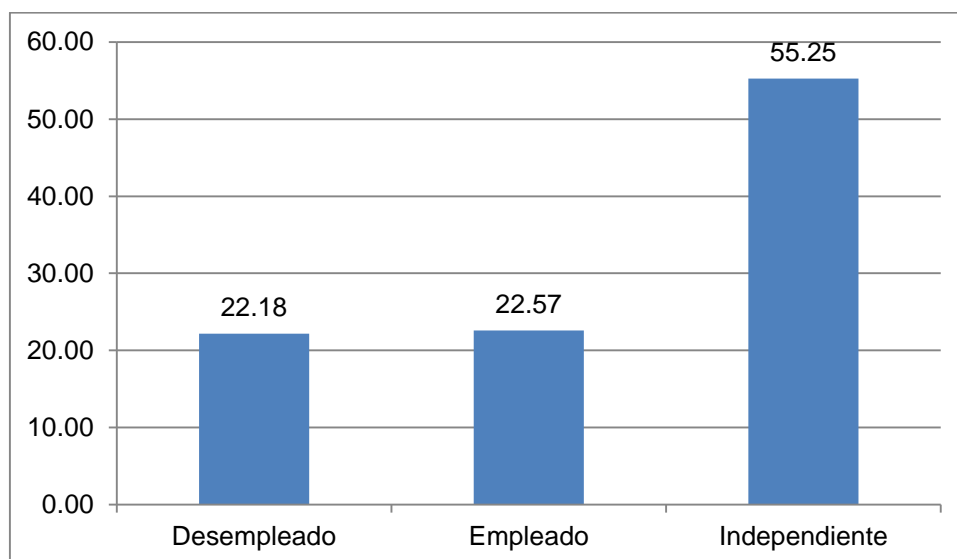
	N°	%
Desempleado	57	22.18
Empleado	58	22.57
Independiente	142	55.25
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se puede apreciar que 55.25% de los usuarios se encuentran en una situación laboral independientes, mientras que 22.57% son empleados y 22.18% se encuentran desempleados.



**Gráfico N° 4:**  
**Situación Laboral**



Fuente: Elaboración propia

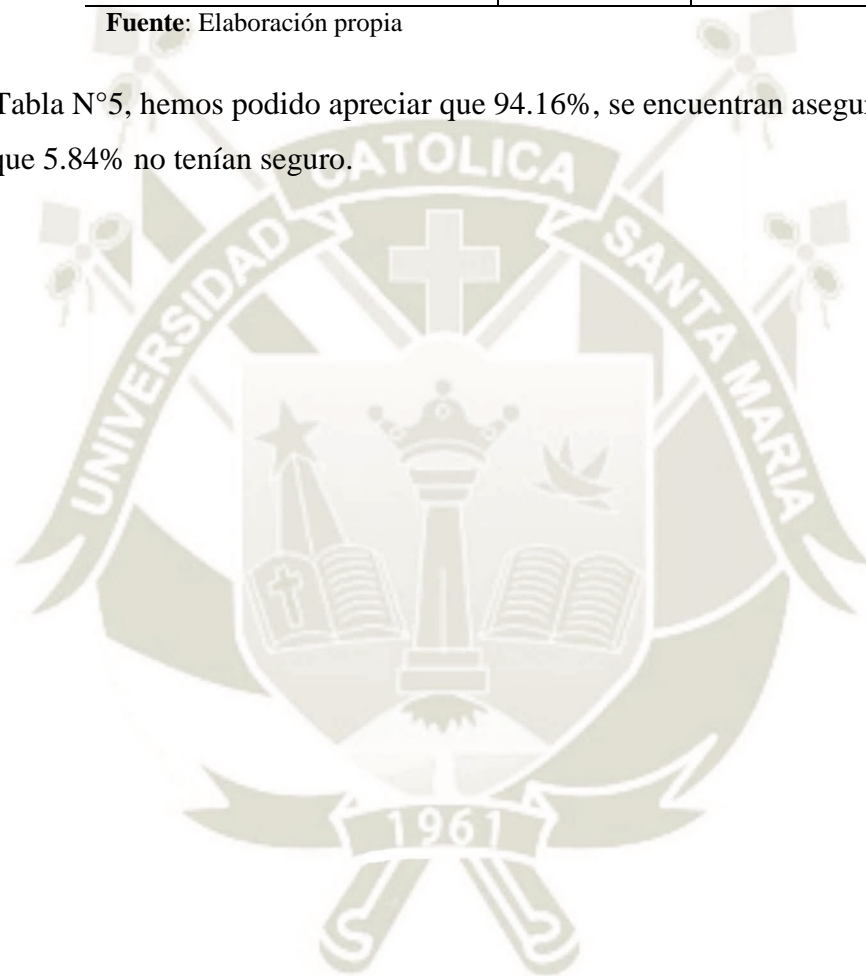


**Tabla N° 5:**  
**Asegurado SIS**

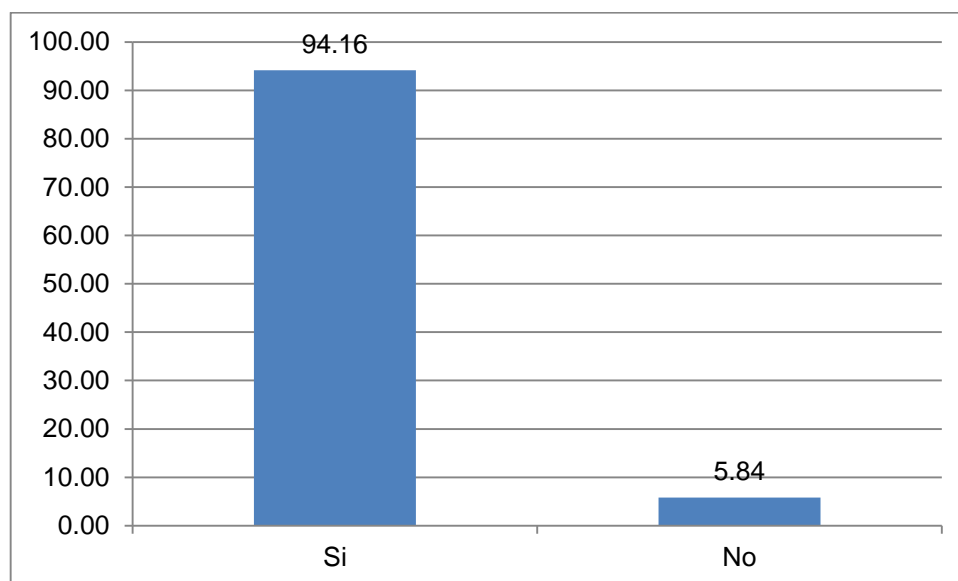
	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si	242	94.16
No	15	5.84
<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la Tabla N°5, hemos podido apreciar que 94.16%, se encuentran asegurados con SIS, en tanto que 5.84% no tenían seguro.



**Gráfico N° 5:**  
**Asegurado SIS**



**Fuente:** Elaboración propia



## 1.1 Relación entre las Expectativas y las Percepciones de los Aspectos Tangibles

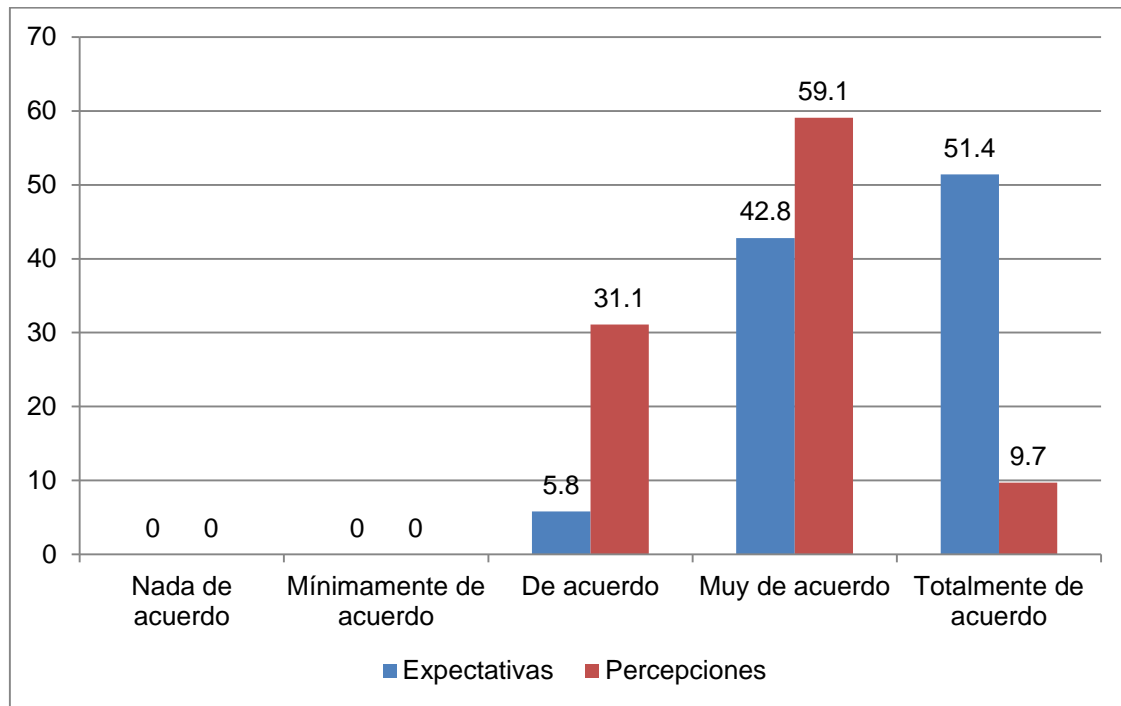
**Tabla N° 6:**  
**Los equipos son aparentemente modernos**

		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	0	0
	De acuerdo	15	5.8	80	31.1
	Muy de acuerdo	110	42.8	152	59.1
	Totalmente de acuerdo	132	51.4	25	9.7
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 6, se puede observar que en la relación entre las expectativas y las percepciones no existe una diferencia marcada ya que, como se puede notar, los porcentajes son mayormente aprobatorios. El 51.4% de usuarios estuvieron totalmente de acuerdo en las expectativas respecto a que consideran que Los equipos son aparentemente modernos, mientras que en las percepciones 59.1% de los usuarios estuvieron Muy de Acuerdo; 42.8% de los usuarios estuvieron Muy de acuerdo con respecto a las expectativas y un 5.8% estuvieron De acuerdo. En relación a las percepciones, los usuarios mostraron que un 31.1 estuvieron De acuerdo y un 9.7 estuvieron Totalmente de acuerdo, pudiendo deducir que en su gran mayoría los usuarios externos encuestados, se encuentran satisfechos con los equipos a los que acceden, lo que nos deja notar que se ha logrado una relación positivamente favorablemente entre las expectativas y las percepciones.

**Gráfico N° 6:**  
**Los equipos son aparentemente modernos**



Fuente: Elaboración propia



**Tabla N° 7:**  
**Las instalaciones son visiblemente atractivas**

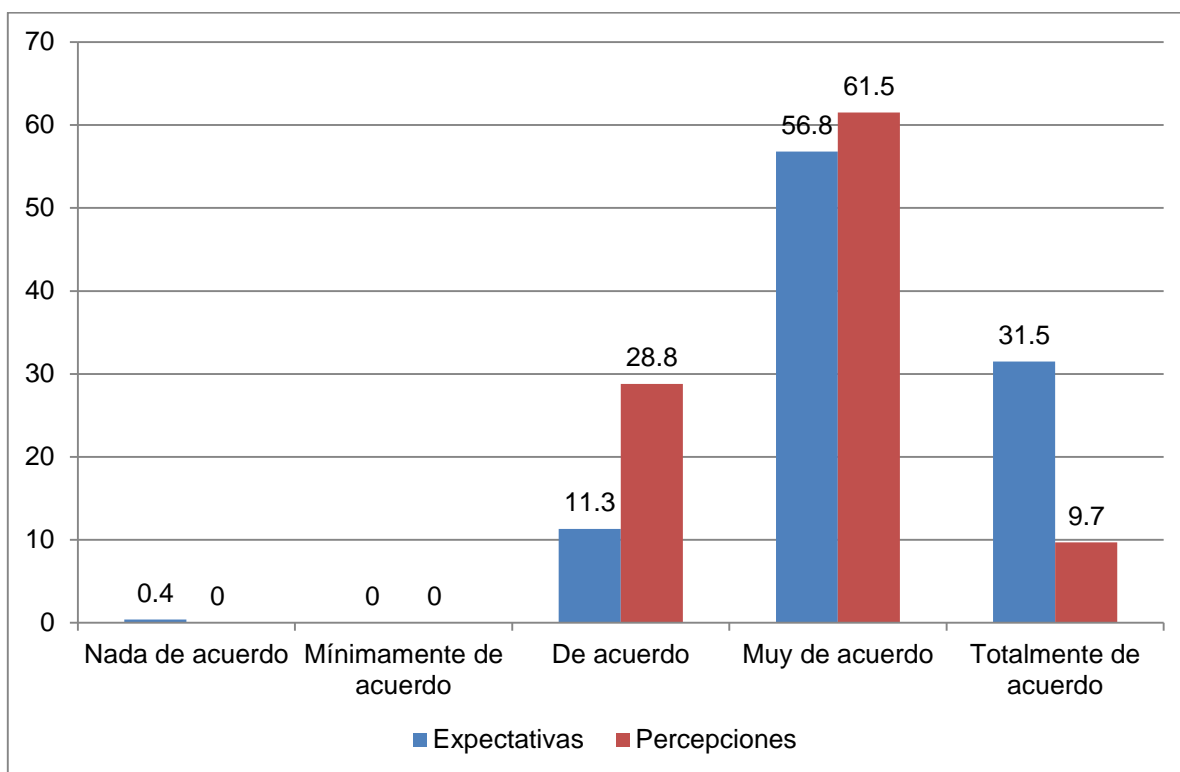
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	1	0.4	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	0	0
	De acuerdo	29	11.3	74	28.8
	Muy de acuerdo	146	56.8	158	61.5
	Totalmente de acuerdo	81	31.5	25	9.7
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La tabla N° 7, nos dejó como resultados en el aspecto de las Expectativas que un 56.8 se encuentran Muy de acuerdo, un 31.5% están Totalmente de acuerdo y un 11.3% están De acuerdo, en relación al punto Las instalaciones son visualmente atractivas, en los Aspectos tangibles de la Encuesta Servqual, mientras que en el aspecto de las percepciones encontramos que 61.5% se encuentran Muy de acuerdo, 28.8% están De acuerdo y 9.7% están Totalmente de acuerdo; discurrendo que en su mayoría los usuarios externos encuestados cubren muy positivamente la relación entre Expectativas y Percepciones, siendo esta relación favorable.

**Gráfico N° 7:**

**Las instalaciones son visiblemente atractivas**



**Fuente:** Elaboración propia

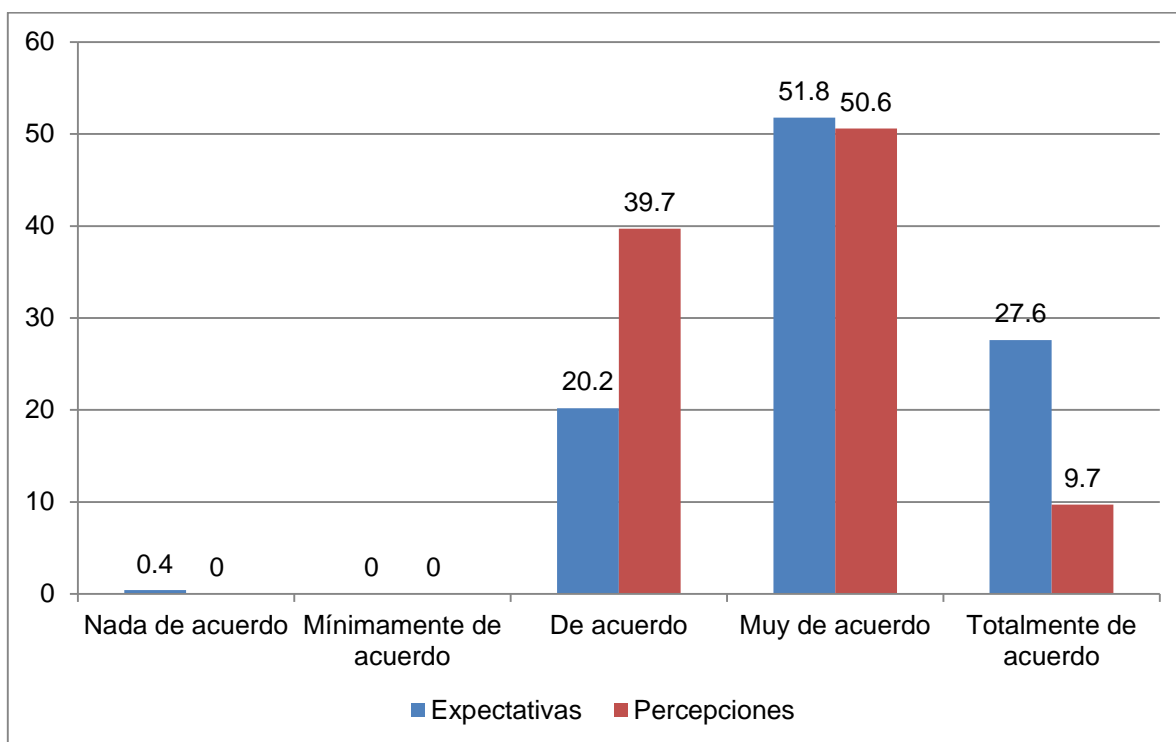
**Tabla N° 8:**  
**Los empleados tienen apariencia pulcra**

		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	1	0.4	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	0	0
	De acuerdo	52	20.2	102	39.7
	Muy de acuerdo	133	51.8	130	50.6
	Totalmente de acuerdo	71	27.6	25	9.7
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 9, se ha encontrado que un 51.8% se encuentran Muy de acuerdo, un 27.6% están Totalmente de acuerdo y un 20.2% están De acuerdo, en relación a las Expectativas del punto Los empleados tienen apariencia pulcra, en los Aspectos tangibles de la Encuesta Servqual; por otro lado en el aspecto de las Percepciones, se puede ver que un 50.6% se encuentran Muy de Acuerdo, un 39.7% están De Acuerdo y un 9.7% están Totalmente de Acuerdo, logrando deducir con estos resultados que en el aspecto de la pulcritud de los empleados los usuarios externos encuestados casi en la totalidad de su conjunto, existe una relación entre las Expectativas y las Percepciones favorablemente positiva, en consecuencia resulta muy beneficioso para el Centro de Salud esta sensación de la población.

**Gráfico N° 8:**  
**Los empleados tienen apariencia pulcra**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 9:**  
**Los materiales que utiliza el servicio son visualmente atractivos**  
**(folletos, etc.)**

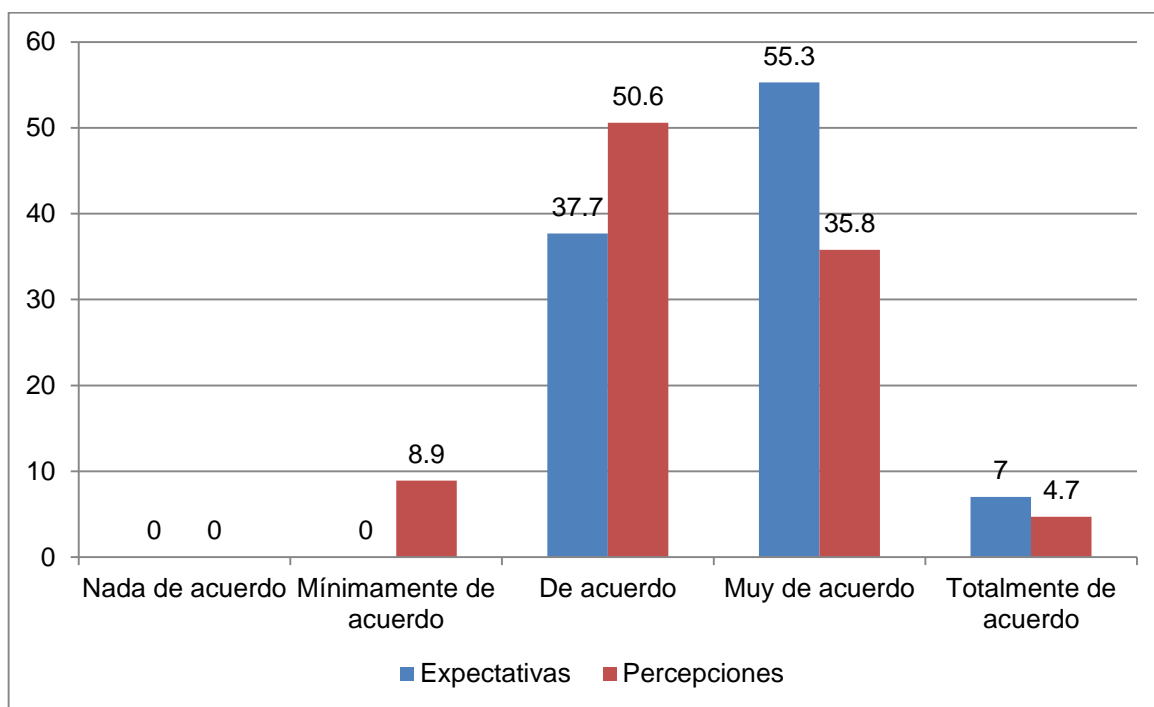
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	23	8.9
	De acuerdo	97	37.7	130	50.6
	Muy de acuerdo	142	55.3	92	35.8
	Totalmente de acuerdo	18	7.0	12	4.7
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En cuanto al punto Los materiales que utiliza el servicio son visualmente atractivos (folletos, etc.), en los Aspectos tangibles de la Encuesta Servqual, referido a las Percepciones en los resultados de la tabla N° 10, hemos encontrado que un 55.3% se encuentran Muy de acuerdo, un 37.7% están De acuerdo y un 7.0% están Totalmente de acuerdo; en tanto que con respecto a las Expectativas se encontró que 50.6% están De acuerdo, 35.8% están Muy de acuerdo y 4.7% están Totalmente de Acuerdo, infiriendo con estos resultados que los usuarios externos encuestados, han dejado ver que la relación existente entre las Expectativas y las Perspectivas es muy buena, pues han quedado satisfechos al poder apreciarlos materiales por ser visiblemente atractivos.

**Gráfico N° 9:**

**Los materiales que utiliza el servicio son visualmente atractivos (folletos, etc.)**



Fuente: Elaboración propia



## 1.2 Relación entre las Expectativas y las Percepciones de la Fiabilidad

**Tabla N° 10:**

**Cuando en el servicio prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen**

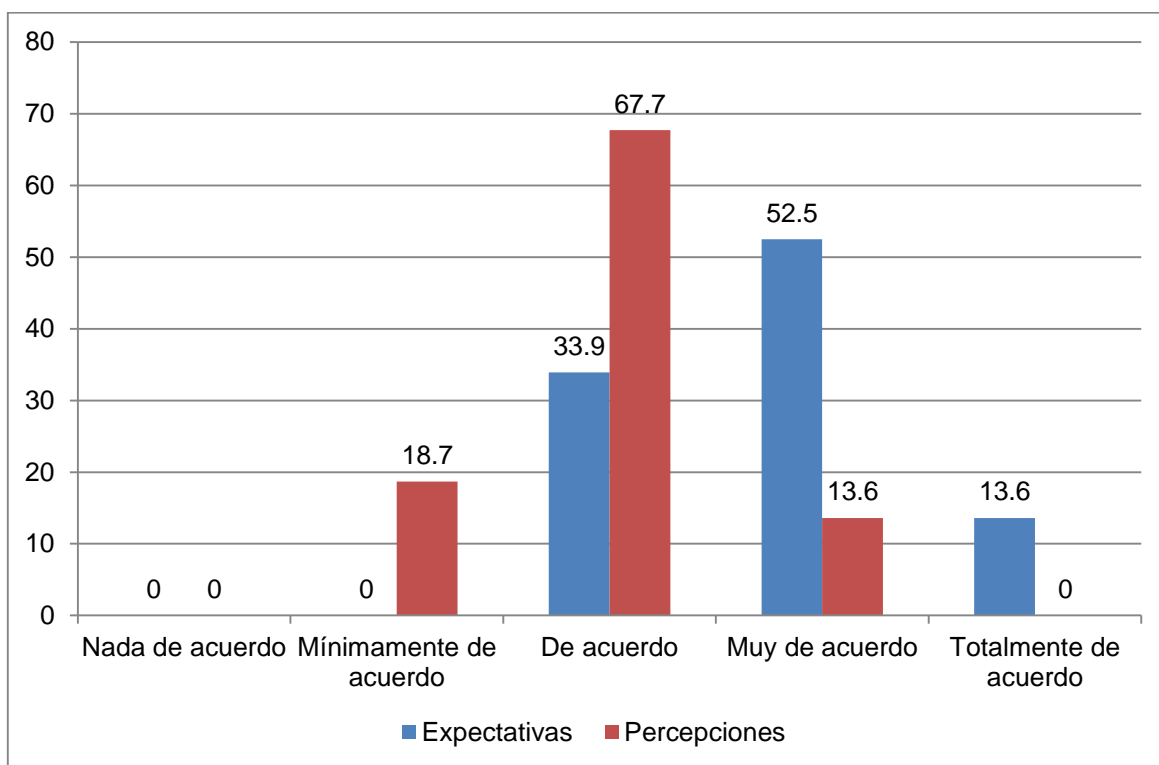
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	48	18.7
	De acuerdo	87	33.9	174	67.7
	Muy de acuerdo	135	52.5	35	13.6
	Totalmente de acuerdo	35	13.6	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 10, en las Expectativas, se encontró que un 52.5% se encuentran Muy de acuerdo, un 33.9% están De acuerdo y un 13.6% están Totalmente de acuerdo, correspondientemente con el punto Cuando en el servicio prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen, del aspecto Fiabilidad de la Encuesta Servqual, por otro lado en las Percepciones se encontró que un 67.7% se encuentran De acuerdo, 13.6% están Muy de acuerdo y un 18.7 se encuentran Mínimamente de acuerdo, deduciendo que en su gran mayoría los usuarios externos encuestados, tienen muy a bien que el servicio cumpla con lo que prometen y en el tiempo adecuado, logrando cubrir favorablemente la relación entre las Expectativas y las Percepciones de la población.

**Gráfico N° 10:**

**Cuando en el servicio prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 11:**

**Cuando Ud. tiene un problema en el servicio muestran un interés sincero en solucionarlo**

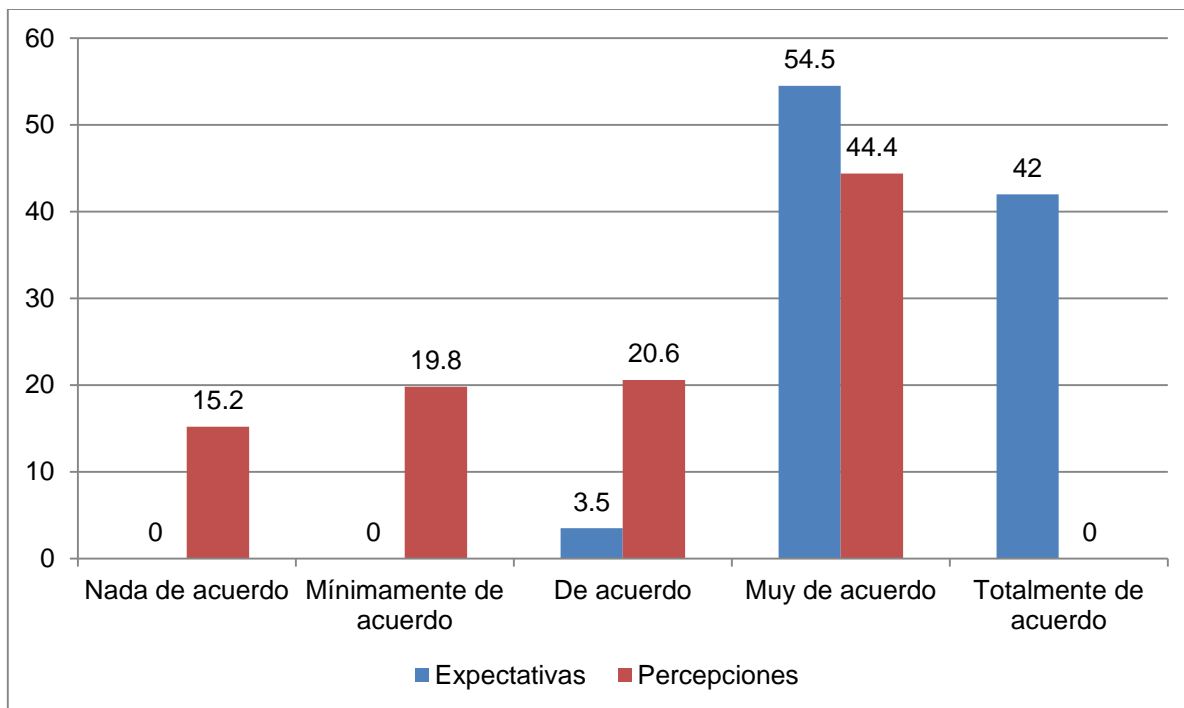
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	39	15.2
	Mínimamente de acuerdo	0	0	51	19.8
	De acuerdo	9	3.5	53	20.6
	Muy de acuerdo	140	54.5	114	44.4
	Totalmente de acuerdo	108	42.0	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En las Expectativas, en la tabla N° 11, se encontró que un 54.5% se encuentran Muy de acuerdo, un 42.0% están Totalmente de acuerdo y un 3.5% están De acuerdo, en relación al punto Cuando Ud. tiene un problema en el servicio muestran un interés sincero en solucionarlo, del aspecto Fiabilidad de la Encuesta Servqual; por otro lado en las Percepciones, un 44.4% se encuentran Muy de acuerdo, un 20.6% están De acuerdo, un 19.8% están Mínimamente de acuerdo y un 15.2% están Nada de acuerdo, infiriendo con este resultado que la relación entre Expectativas y Percepciones tiene su punto flaco, debiendo considerar que para cubrir favorablemente esta relación es necesario que el interés en resolver sus problemas sea sincero, meta que sería alcanzada si se logra que los empleados escuchen con atención para que el hablante sienta que su problema es reconocido y respetado, generando confianza y respeto mutuo.

**Gráfico N° 11:**

**Cuando Ud. tiene un problema en el servicio muestran un interés sincero en soluciarlo**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 12:**

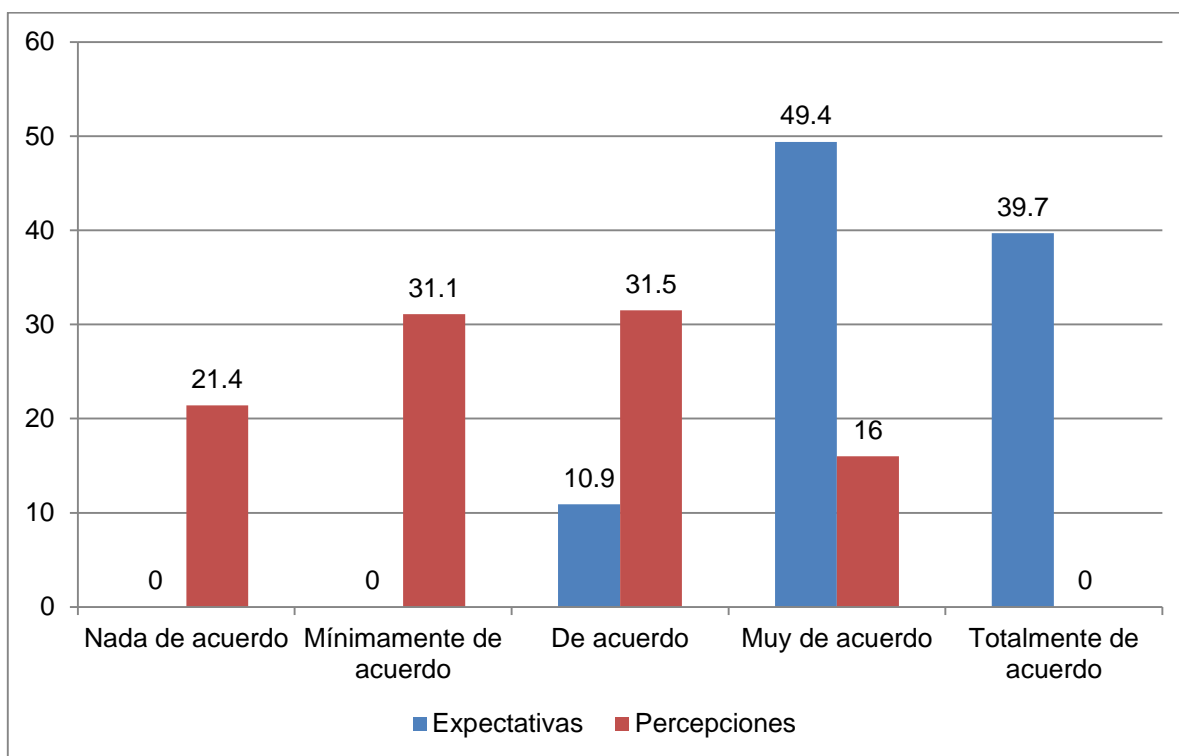
**Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez**

		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	55	21.4
	Mínimamente de acuerdo	0	0	80	31.1
	De acuerdo	28	10.9	81	31.5
	Muy de acuerdo	127	49.4	41	16.0
	Totalmente de acuerdo	102	39.7	0	0
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

De la tabla N° 12, en las Expectativas deducimos que un 49.4% se encuentran Muy de acuerdo, un 39.7% están Totalmente de acuerdo y un 10.9% están De acuerdo, en relación al punto Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez, del aspecto Fiabilidad de la Encuesta Servqual, por otro lado en las Percepciones un 31.5% se encuentran De acuerdo, un 16% están Muy de acuerdo, en tanto que un 31.1% están Mínimamente de acuerdo y un 21.4% están Nada de acuerdo, por lo que consideramos que la relación entre Expectativas y Percepciones no la logrado una relación enteramente positiva, por considerar que los empleados deben realizar bien el servicio desde la primera vez que son atendidos, para lo cual el Centro de Salud deberá preocuparse por desarrollar el potencial de sus empleados con prácticas de innovación organizativa y gestión avanzada de Recursos Humanos, así mismo consideramos que sería conveniente instruir mejor al personal a fin de poder brindar un mejor servicio.

**Gráfico N° 12:**  
**Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez**



Fuente: Elaboración propia

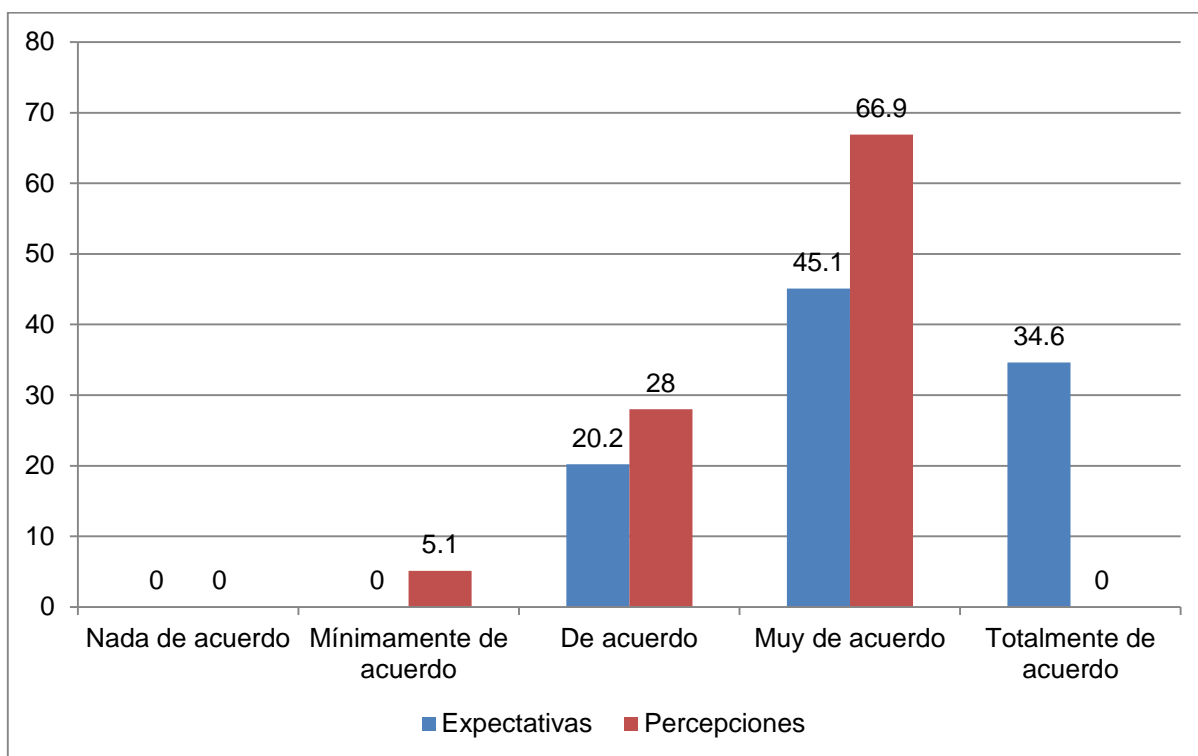
**Tabla N° 13:**  
**Concluyen el servicio en el tiempo prometido**

		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	13	5.1
	De acuerdo	52	20.2	72	28.0
	Muy de acuerdo	116	45.1	172	66.9
	Totalmente de acuerdo	89	34.6	0	0
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 13, en las Expectativas, encontramos que un 45.1% se encuentran Muy de acuerdo, un 34.6% están Totalmente de acuerdo y un 20.2% están De acuerdo, en concordancia al punto Concluyen el servicio en el tiempo prometido, del aspecto Fiabilidad de la Encuesta Servqual, por otro lado en las Percepciones, hemos encontrado que un 66.9% se encuentran Muy de acuerdo, un 28% están De acuerdo y un 5.1% están Mínimamente de Acuerdo, resolviendo con este resultado que la relación entre Expectativas y Percepciones es mayormente positiva, de lo que se desprende que aún hay muchas mejoras por hacer para llegar a una excelente calidad de servicio, finalidad que se espera alcanzar al contar con profesionales calificados.

**Gráfico N° 13:**  
**Concluyen el servicio en el tiempo prometido**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 14:**

**En el servicio insisten en mantener registros exentos de errores**

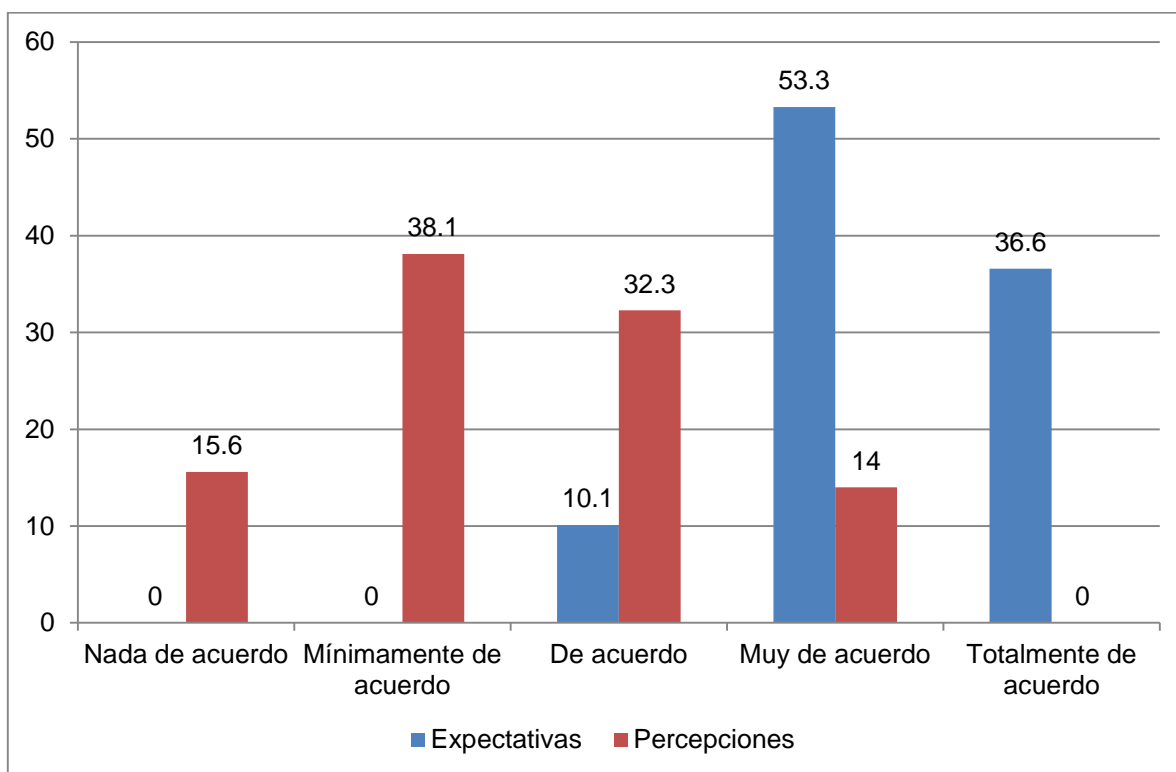
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	40	15.6
	Mínimamente de acuerdo	0	0	98	38.1
	De acuerdo	26	10.1	83	32.3
	Muy de acuerdo	137	53.3	36	14.0
	Totalmente de acuerdo	94	36.6	0	0
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Los resultados de la tabla N° 14, en las Expectativas, nos dejaron ver que un 53.3% se encuentran Muy de acuerdo, un 36.6% están Totalmente de acuerdo y un 10.1% están De acuerdo, respecto al punto En el servicio, insisten en mantener registros exentos de errores, del aspecto Fiabilidad de la Encuesta Servqual, al mismo tiempo que en las Expectativas un 32.1% estuvieron De acuerdo y un 14% Muy de acuerdo, en tanto que un 38.1% estuvieron Mínimamente de Acuerdo y un 15.&% estuvieron Nada de Acuerdo, de lo que se puede determinar que la relación entre Expectativas y Percepciones es mininamente positiva, debiendo tenerse en cuenta que es importante que en el servicio de Odontología del Centro de Salud se mantenga registros exentos de errores. Es aconsejable para lograr esto, que se adopte una actitud responsable frente a este tema pues hay que tomar las medidas necesarias para mejorar el servicio, como por ejemplo: pedir disculpas si es necesario, escuchar al cliente, separar las emociones, tomar acción, apelar a la comunicación y aprender de los errores.

**Gráfico N° 14:**

**En el servicio insisten en mantener registros exentos de errores**



**Fuente:** Elaboración propia

### 1.3 Relación entre Expectativas y Percepciones de la Capacidad de respuesta

**Tabla N° 15:**

**Los empleados informan con precisión a los usuarios cuando concluirá la realización de un servicio**

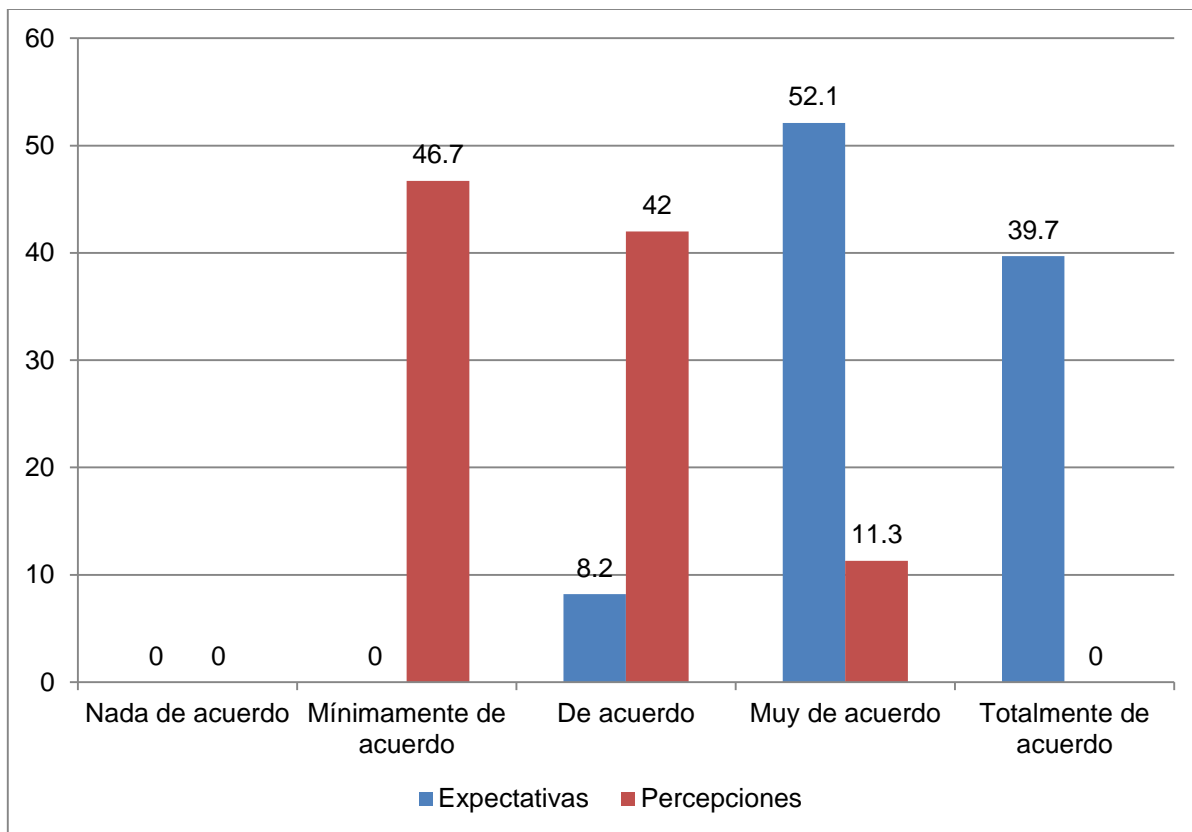
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	120	46.7
	De acuerdo	21	8.2	108	42.0
	Muy de acuerdo	134	52.1	29	11.3
	Totalmente de acuerdo	102	39.7	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La tabla N° 15, en las Expectativas, da como resultados que un 52.1% están Muy de acuerdo, un 39.7% están Totalmente de acuerdo y un 8.2% están De acuerdo, respecto del punto Los empleados informan con precisión a los usuarios cuando concluirá la realización de un servicio, del aspecto capacidad de Respuesta de la Encuesta Servqual, por otro lado en las Percepciones, un 42% están de Acuerdo, y un 11.3% están Muy de acuerdo, en tanto que un 46.7% están Mínimamente de acuerdo, infiriendo que la Relación entre las Expectativas y las Percepciones es medianamente positiva, mereciendo una revisión adecuada para poder entregar una mejor calidad de servicio y lograr eficiencia futura, llegando a la conclusión que aún se puede mejorar éste aspecto de la calidad de servicio para lo que es nuestro deseo lograr que los empleados puedan dar información precisa, completa, compatible, orientada al usuario, relevante, accesible, oportuna y fácil de usar.

**Gráfico N° 15:**

**Los empleados informan con precisión a los usuarios cuando concluirá la realización de un servicio**



**Fuente:** Elaboración propia

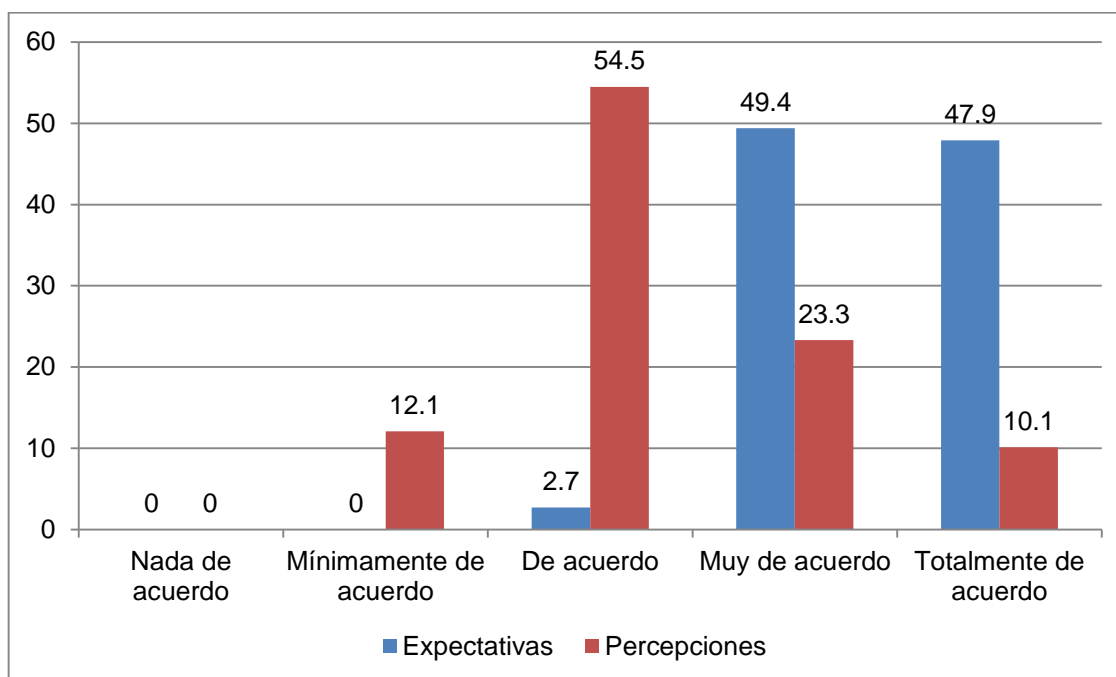
**Tabla N° 16:**  
**Los empleados le sirven con rapidez**

		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	31	12.1
	De acuerdo	7	2.7	140	54.5
	Muy de acuerdo	127	49.4	60	23.3
	Totalmente de acuerdo	123	47.9	26	10.1
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 16, en las Expectativas, hemos encontrado que un 49.4% están Muy de acuerdo, un 47.9% están Totalmente de acuerdo y un 2.7% están De acuerdo, en relación al punto Los empleados le sirven con rapidez, del aspecto Capacidad de Respuesta de la Encuesta Servqual, al mismo tiempo en las Percepciones se pudo ver que un 54.5% estuvieron De acuerdo, un 23.3% estuvieron Muy de acuerdo y un 10.1% estuvieron Totalmente de Acuerdo, en tanto que un 12.1% estuvieron Mínimamente de acuerdo, deduciendo que la Relación entre Expectativas y Percepciones es favorablemente positiva, debiendo lograr aunque este objetivo sería alcanzado en su totalidad creando procesos simples y eficientes, así como tener el número adecuado de personal; asimismo deberá capacitarse al personal, se delegará autoridad y también se incentivará al trabajo en equipo.

**Gráfico N° 16:**  
**Los empleados le sirven con rapidez**



Fuente: Elaboración propia



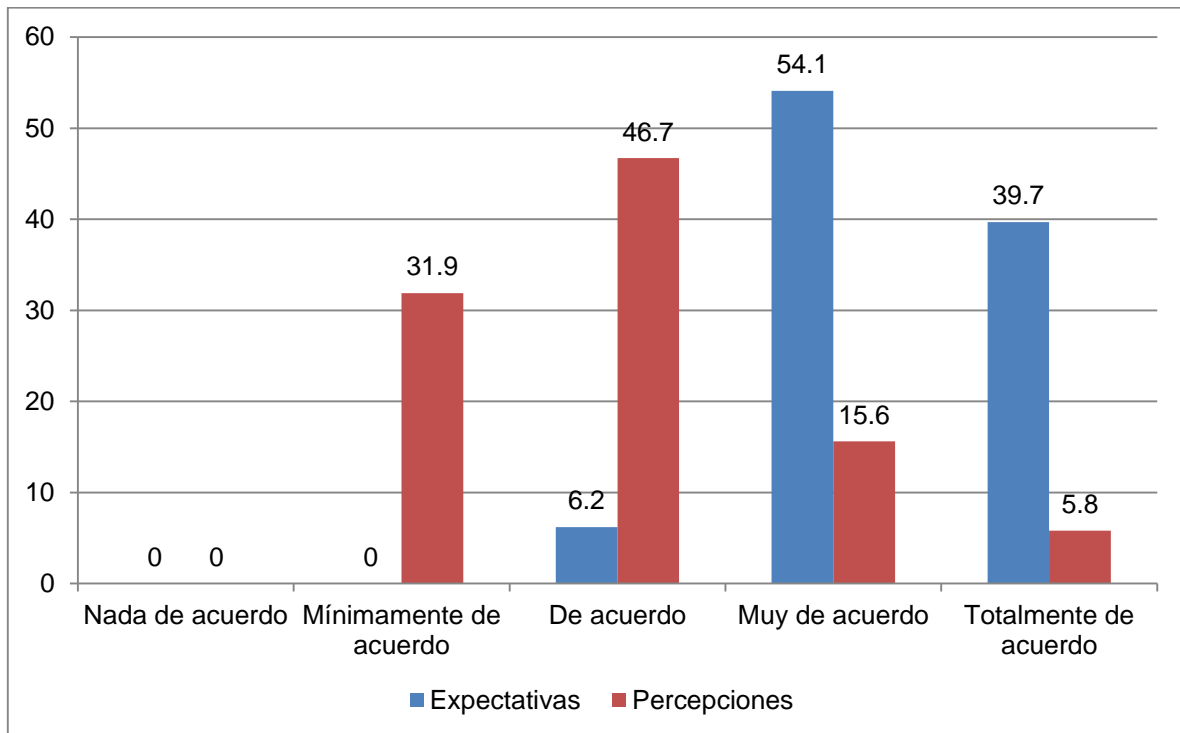
**Tabla N° 17:**  
**Los empleados siempre están dispuestos a ayudarle**

		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	82	31.9
	De acuerdo	16	6.2	120	46.7
	Muy de acuerdo	139	54.1	40	15.6
	Totalmente de acuerdo	102	39.7	15	5.8
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Encontramos en la tabla N° 17, en las Expectativas, que un 54.1% están Muy de acuerdo, un 39.7% están Totalmente de acuerdo y un 6.2% están De acuerdo, respecto del punto Los empleados siempre están dispuestos a ayudarle, del aspecto Sensibilidad de la Encuesta Servqual, de la misma forma en las Percepciones, se obtuvo que un 46.7% estuvieron De acuerdo, un 15.6% estuvieron Muy de acuerdo y un 5.8% estuvieron Totalmente de acuerdo, en tanto que un 31.9% estuvieron Mínimamente de acuerdo, considerando que la Relación entre Expectativas y Percepciones de este resultado es favorablemente positiva, ya que en su mayoría los usuarios externos encuestados, se sintieron bien atendidos, pudiendo concluir además, que aún son necesarias muchas mejoras en este aspecto de la calidad de servicio, fin a lograr, estableciéndolo como uno de los objetivos principales.

**Gráfico N° 17:**  
**Los empleados siempre están dispuestos a ayudarle**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 18:**

**Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas**

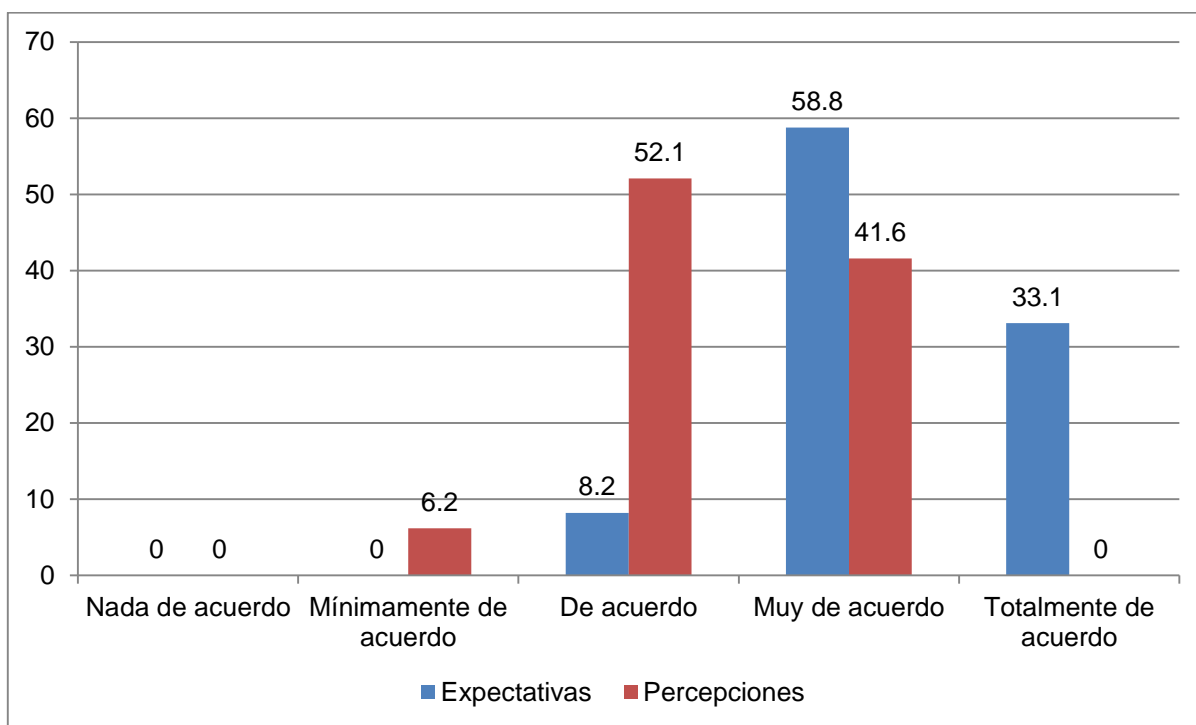
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	16	6.2
	De acuerdo	21	8.2	134	52.1
	Muy de acuerdo	151	58.8	107	41.6
	Totalmente de acuerdo	85	33.1	0	0
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 18, en las Expectativas, un 58.8% se encuentran Muy de acuerdo, un 33.1% están Totalmente de acuerdo y un 8.2% están De acuerdo, con relación al punto Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas, del aspecto Sensibilidad de la Encuesta Servqual, asimismo en las Percepciones, se obtuvo que un 52.1% se encuentra De acuerdo y 41.6% están Muy de acuerdo, en tanto que un 6.2% se encuentran Mínimamente de acuerdo, logrando deducir con estos resultados que la Relación entre las Expectativas y Percepciones es mayormente positiva, ya que los usuarios externos encuestados creen por conveniente que los empleados nunca estén demasiado ocupados para que sus preguntas sean respondidas oportunamente, repercutiendo en la satisfacción de los usuarios y que además este factor se puede trabajar con buenas y constantes capacitaciones del personal, dándole a conocer sus capacidades.

**Gráfico N° 18:**

**Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas**



Fuente: Elaboración propia

#### 1.4 Relación entre las Expectativas y Percepciones de la Seguridad

**Tabla N° 19:**

**El comportamiento de los empleados le transmite confianza**

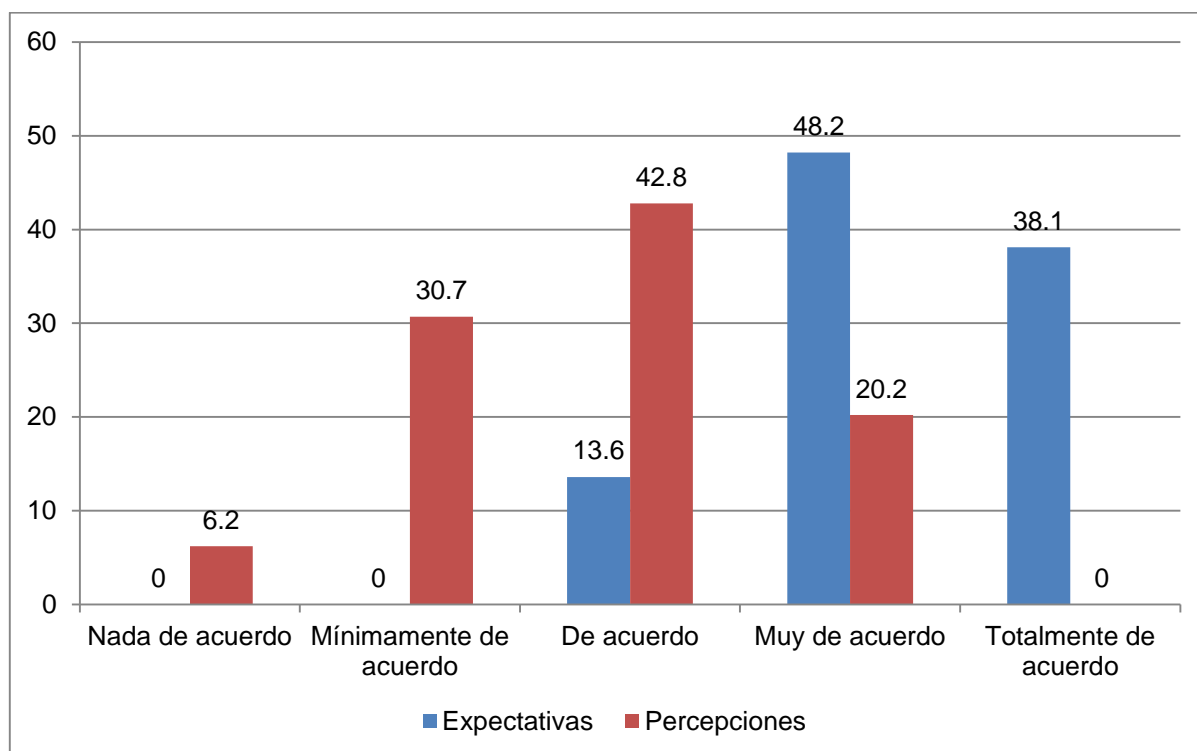
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	16	6.2
	Mínimamente de acuerdo	0	0	79	30.7
	De acuerdo	35	13.6	110	42.8
	Muy de acuerdo	124	48.2	52	20.2
	Totalmente de acuerdo	98	38.1	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 19, en las Expectativas, un 48.2% se encuentran Muy de acuerdo, un 38.1% están Totalmente de acuerdo y un 13.6% están De acuerdo, en lo referido al punto El comportamiento de los empleados le transmite confianza, del aspecto Seguridad de la Encuesta Servqual, asimismo en las Percepciones, un 42.8% se encuentran De acuerdo y 20.2% están Muy de acuerdo, mientras que 30.7% se encuentran Mínimamente de acuerdo y 6.2% Nada de acuerdo, concluyendo que la Relación entre las Expectativas y las Percepciones es mínimamente positiva, pues aún hay que mejorar este aspecto del personal con capacitación constante y sensibilización a los mismos, de este modo podremos brindar una mejor calidad de servicio

**Gráfico N° 19:**

**El comportamiento de los empleados le transmite confianza**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 20:**

**Ud. se siente seguro en sus transacciones en el servicio**

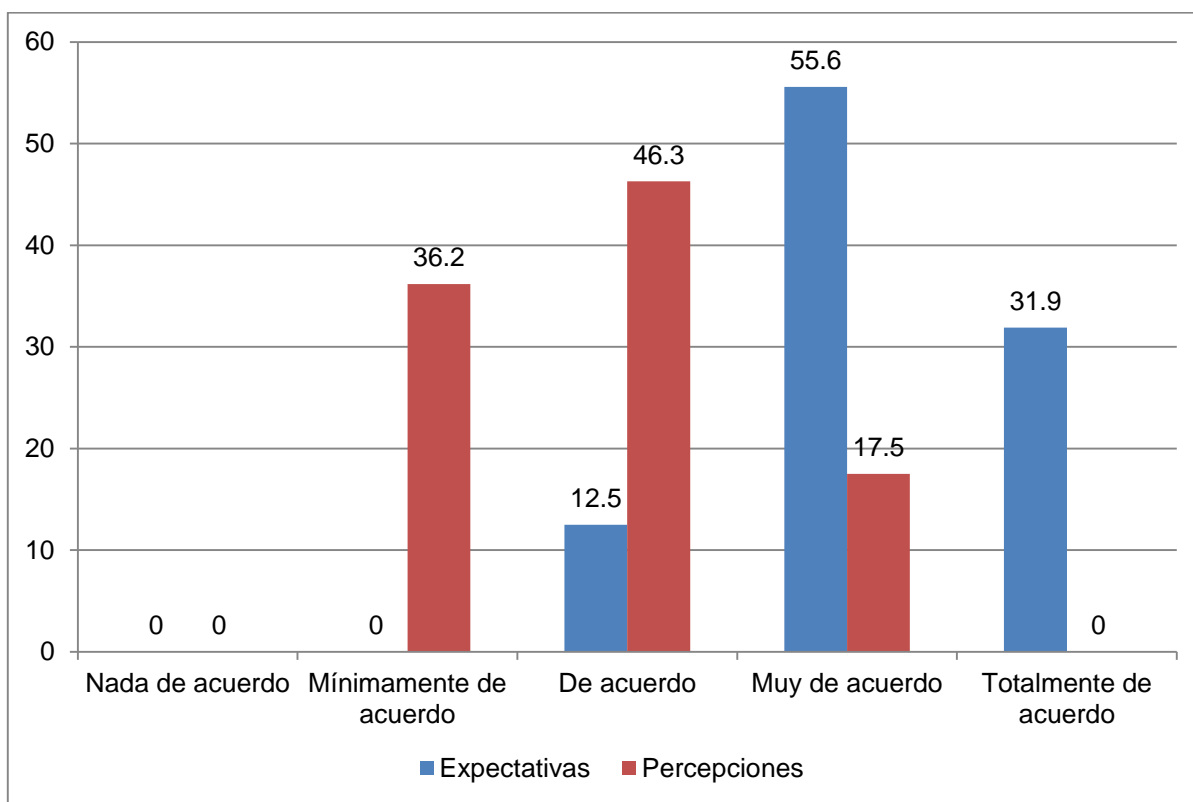
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	93	36.2
	De acuerdo	32	12.5	119	46.3
	Muy de acuerdo	143	55.6	45	17.5
	Totalmente de acuerdo	82	31.9	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 20, en las Expectativas, un 55.6% se encuentran Muy de acuerdo, un 31.9% están Totalmente de acuerdo y un 12.5% están De acuerdo, en lo que se refiere al punto Ud. se siente seguro en sus transacciones en el servicio, del aspecto Seguridad de la Encuesta Servqual, de la misma forma se encontró que en las Percepciones, un 46.3% se encuentra De acuerdo y un 17.5% están Muy de acuerdo, mientras que un 36.2% se encuentran Mínimamente de acuerdo, de lo que se puede inferir que la Relación entre las Expectativas y las Percepciones es medianamente positiva, desprendiéndose de todo esto que un porcentaje considerable de los usuarios externos encuestados no se sienten seguros en sus transacciones en el servicio, por lo que se deberá tomar las medidas necesarias para mejorar la seguridad y buscar que se genere un buen ambiente tanto de trabajo como de atención.

**Gráfico N° 20:**

**Ud. se siente seguro en sus transacciones en el servicio**



**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla N° 21:**  
**Los empleados son siempre amables con los clientes**

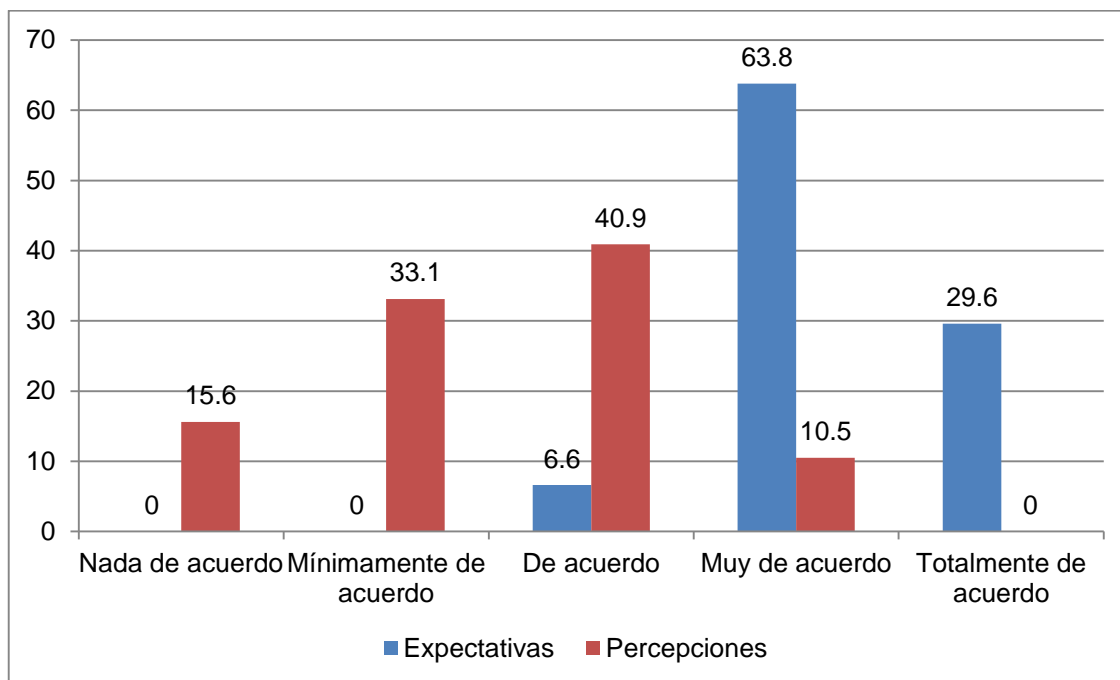
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	40	15.6
	Mínimamente de acuerdo	0	0	85	33.1
	De acuerdo	17	6.6	105	40.9
	Muy de acuerdo	164	63.8	27	10.5
	Totalmente de acuerdo	76	29.6	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 21, en las Expectativas, un 63.8% se encuentran Muy de acuerdo, un 29.6% están Totalmente de acuerdo y un 6.6% están De acuerdo, en lo referente al punto Los empleados son siempre amables con los clientes, del aspecto Seguridad de la Encuesta Servqual, asimismo, en las Percepciones, se encontró que un 40.9% se encuentra De acuerdo y un 10.5 están Muy de acuerdo, en tanto que un 33.1% se encuentran Mínimamente de acuerdo y un 15.6% están Nada de acuerdo, deduciendo que la Relación entre Expectativas y Percepciones es mínimamente positiva, por lo que, consideramos que aún se pueden desarrollar mejoras en busca de una excelente calidad de servicio, ya que un porcentaje considerable de los usuarios externos encuestados, sienten que lograr el desarrollo de sus expectativas vendría de la mano con la amabilidad constante por parte de los empleados, meta que se logrará a través de incentivos constantes a estos, formándoles en su materia y en otras, con posteriores evaluaciones.

**Gráfico N° 21:**

**Los empleados son siempre amables con los clientes**



Fuente: Elaboración propia



**Tabla N° 22:**

**Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas que les hacen**

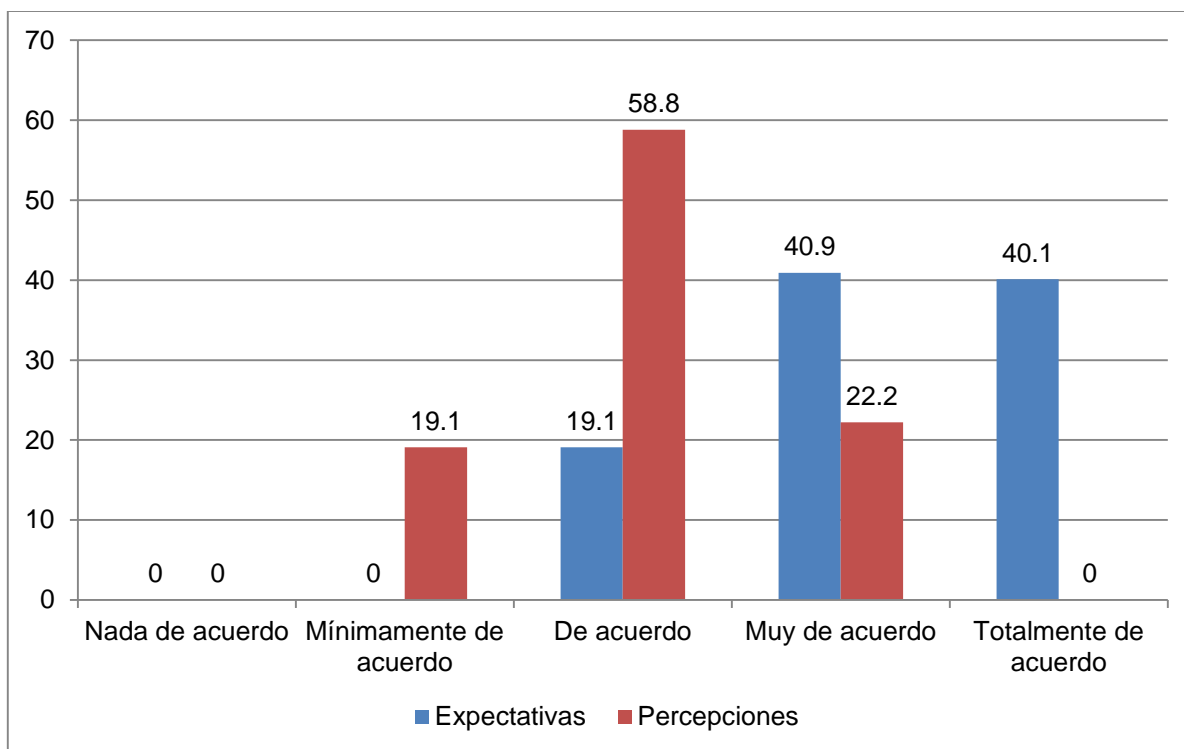
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	49	19.0
	De acuerdo	49	19.1	151	58.8
	Muy de acuerdo	105	40.9	57	22.2
	Totalmente de acuerdo	103	40.1	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 22, en las Expectativas, se encontró que un 40.9% se encuentran Muy de acuerdo, un 40.1% están Totalmente de acuerdo y un 19.1% están De acuerdo, en lo referente al punto Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas que les hacen, del aspecto Seguridad de la Encuesta Servqual, al mismo tiempo se obtuvo como resultados en las Expectativas, que un 58.8% se encuentran De acuerdo y un 22.2% están Muy de acuerdo, en tanto que un 19% se encuentran Mínimamente de acuerdo, por lo que se concluye que la relación entre Expectativas y Percepciones es notablemente positiva, haciendo hincapié en que para lograr una satisfacción total de las expectativas de los usuarios, los empleados deberán contar con conocimientos suficientes para responder las preguntas que les hacen, lo que se logrará con adecuados enfoques a los empleados que les serán brindados a través de capacitaciones constantes y afines.

**Gráfico N° 22:**

**Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas que les hacen**



**Fuente:** Elaboración propia

## 1.5 Relación entre las Expectativas y las Percepciones de la Empatía

**Tabla N° 23:**  
**En el servicio le dan una atención individualizada**

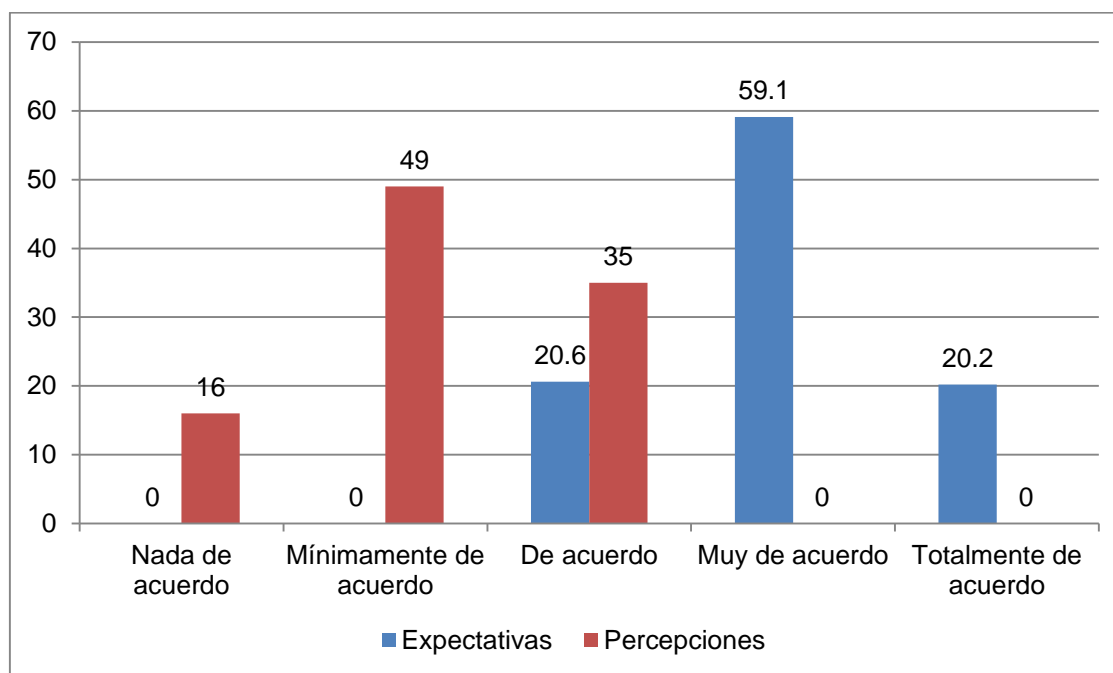
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	41	16.0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	126	49.0
	De acuerdo	53	20.6	90	35.0
	Muy de acuerdo	152	59.1	0	0
	Totalmente de acuerdo	52	20.2	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

De la tabla N° 23, en las Expectativas, se obtuvo como resultados que un 59.1% se encuentran Muy de acuerdo, un 20.2% están Totalmente de acuerdo y un 20.6% están De acuerdo, en relación al punto En el servicio le dan una atención individualizada, del aspecto Empatía de la Encuesta Servqual, asimismo en las Percepciones, un 35% estuvo De acuerdo, en tanto que un 49% estuvieron Mínimamente de acuerdo y un 16% estuvieron Nada de acuerdo, llegando a la conclusión que en la Relación entre las Expectativas y las Percepciones, hay una relación mínimamente positiva, ya que un gran porcentaje de los usuarios externos encuestados no consideran muy aceptable la atención que se les realiza, apreciando que obtendremos mejores resultados de calidad de servicio en cuanto desarrollemos eficientemente la atención individualizada.

Gráfico N° 23:

En el servicio le dan una atención individualizada



Fuente: Elaboración propia



**Tabla N° 24:**

**Tienen horarios de trabajo convenientes para todos los pacientes**

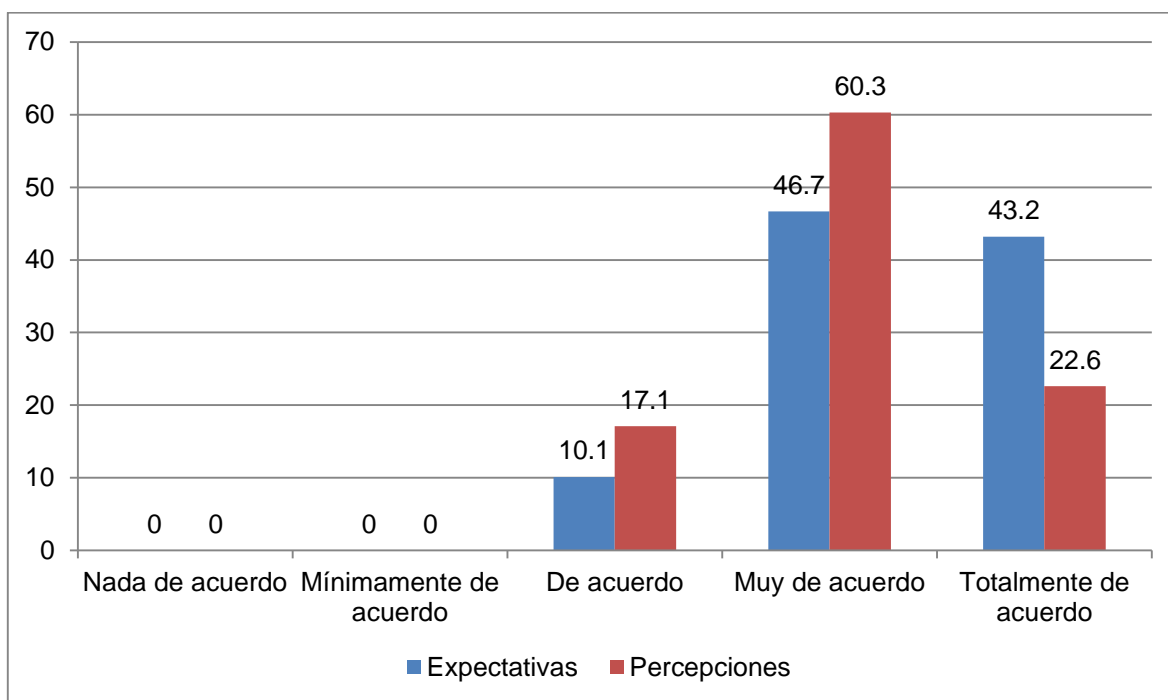
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	0	0
	Mínimamente de acuerdo	0	0	0	0
	De acuerdo	26	10.1	44	17.1
	Muy de acuerdo	120	46.7	155	60.3
	Totalmente de acuerdo	111	43.2	58	22.6
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 24, en las Expectativas, encontramos que un 46.7% se encuentran Muy de acuerdo, en tanto que un 43.2% están Totalmente de acuerdo y un 10.1% están De acuerdo, referente al punto Tiene horarios de trabajo convenientes para todos los pacientes, del aspecto Empatía de la Encuesta Servqual, de la misma forma, en las Percepciones, un 60.3% se encuentra Muy de acuerdo, un 22.6% están Totalmente de acuerdo y un 17.1 se encuentran De acuerdo, concluyendo que la relación entre las Expectativas y las Percepciones de los resultados encontrados es favorablemente positiva, ya que la totalidad de los usuarios externos encuestados, alcanzarían con gozo sus expectativas al contar con horarios de trabajo convenientes para todos los pacientes, lo cual es una realidad tangible.

**Gráfico N° 24:**

**Tienen horarios de trabajo convenientes para todos los pacientes**



Fuente: Elaboración propia



**Tabla N° 25:**

**En el servicio se preocupan por sus mejores intereses**

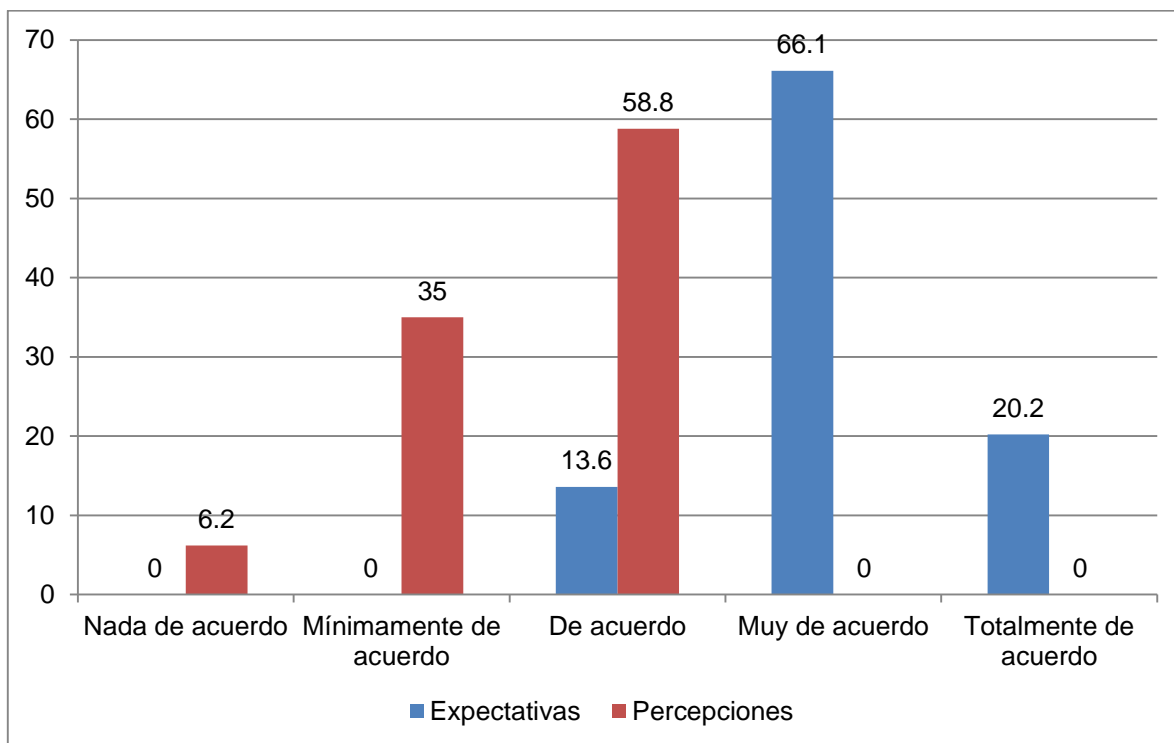
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	16	6.2
	Mínimamente de acuerdo	0	0	90	35.0
	De acuerdo	35	13.6	151	58.8
	Muy de acuerdo	170	66.1	0	0
	Totalmente de acuerdo	52	20.2	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 25, en las Expectativas, se encontró que un 66.1% se encuentran Muy de acuerdo, en tanto que un 20.2% están Totalmente de acuerdo y un 13.6% están De acuerdo, en lo que se refiere al punto En el servicio se preocupan por sus mejores intereses, del aspecto Empatía de la Encuesta Servqual, mientras que en las Percepciones un 58.8% se encuentran De acuerdo, en tanto que un 35%, están Mínimamente de acuerdo y un 6.2% están Nada de Acuerdo, infiriendo que en la relación entre las Expectativas y las Percepciones la relación existente es medianamente positiva, ya que muchos de los usuarios externos encuestados, encontrarían satisfechas sus expectativas si se logra que en el servicio se preocupen por sus mejores intereses, beneficio que se conseguiría desarrollando al máximo la empatía de los empleados con los pacientes, con un buzón de sugerencias entre otras cosas, a fin de tener conocimiento de sus necesidades.

**Gráfico N° 25:**

**En el servicio se preocupan por sus mejores intereses**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 26:**  
**Los empleados comprenden sus necesidades específicas**

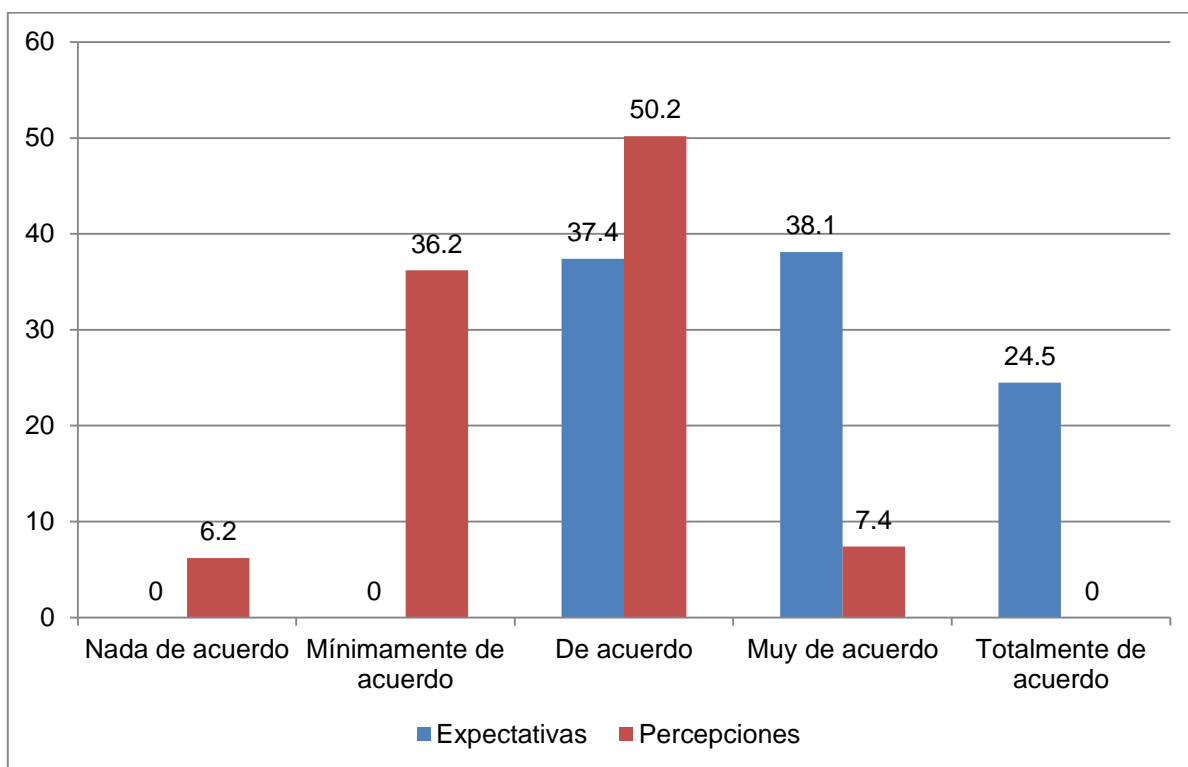
		Expectativas		Percepciones	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada de acuerdo	0	0	16	6.2
	Mínimamente de acuerdo	0	0	93	36.2
	De acuerdo	96	37.4	129	50.2
	Muy de acuerdo	98	38.1	19	7.4
	Totalmente de acuerdo	63	24.5	0	0
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>	<b>257</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla N° 26, en las Expectativas, se encontramos que un 38.1% se encuentran Muy de acuerdo, un 24.5% están Totalmente de acuerdo y un 37.4% están De acuerdo, referente del punto Los empleados comprenden sus necesidades específicas, del aspecto Empatía de la Encuesta Servqual, mientras que en las Percepciones, un 50.2% están De acuerdo y un 7.4% se encuentran Muy de acuerdo, en tanto que un 36.2% están Mínimamente de acuerdo y un 6.2% se encuentran Nada de acuerdo, deduciendo que en la Relación entre las Expectativas y las Percepciones, que a fin de cumplir las expectativas de los usuarios externos encuestados, los empleados deberán comprender sus necesidades específicas, para lo que debemos procurar que los empleados sean muy empáticos.

**Gráfico N° 26:**

**Los empleados comprenden sus necesidades específicas**



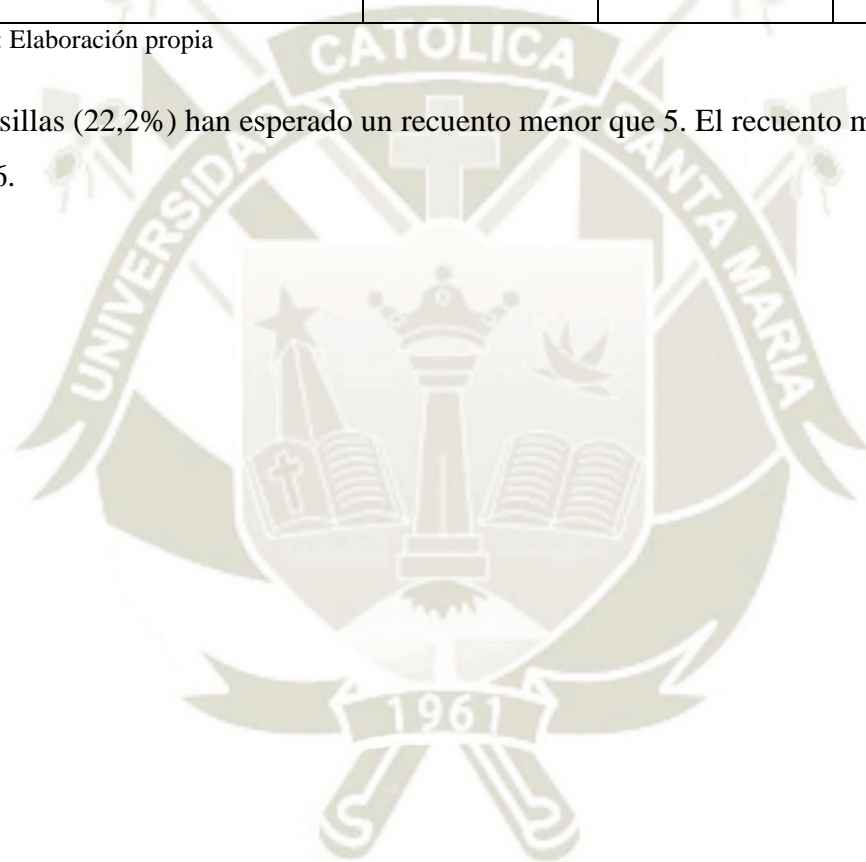
Fuente: Elaboración propia

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	,566 <sup>a</sup>	4	.967
Razón de verosimilitud	.582	4	.965
Asociación lineal por lineal	.032	1	.859
<b>N de casos válidos</b>	<b>257</b>		

Fuente: Elaboración propia

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,46.





## DISCUSIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO

El presente trabajo, tuvo como principal objetivo describir la relación que guardan la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo del Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, Arequipa, 2017.

A partir de la aplicación de los cuestionarios SERVQUAL con Escala de Likert y el procesamiento de la información recolectada, se encontró que en la muestra participante existe una correlación directa entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo. Estas se caracterizaron por ser positivas, estadísticamente bajas y significativas en los niveles de 0,01 y 0,05.

Los resultados mostrados se plantean en torno a los conceptos y definiciones que han aportado diversos autores como soporte teórico para la investigación; de la misma forma los antecedentes que se tienen al respecto, esencialmente las conclusiones que le dan mayor coherencia para la discusión de resultados de la investigación.

Se ha considerado cinco intervalos, en la encuesta de calidad de servicio se ha tomado las alternativas de los ítems: Muy satisfecho (5), Satisfecho (4), Indiferente (3), Insatisfecho (2), y Muy insatisfecho (1). Y en el caso de la satisfacción del usuario también se toma los mismos ítems: Muy satisfecho (5), Satisfecho (4), Indiferente (3), Insatisfecho (2), y Muy insatisfecho (1). Los resultados obtenidos han sido trasladados al programa estadístico SPSS versión 23 y arrojó como resultado que existe una correlación negativa moderada, entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario, al respecto utilizando el coeficiente de Pearson o prueba de chi-cuadrado, se obtuvo una correlación de 0,566 lo que significa una correlación moderada. Quedando comprobado que la calidad de servicio sí se relaciona directamente con la satisfacción del usuario.

Laura Muchica, Carlos Enrique, en su estudio “Satisfacción del paciente respecto a la calidad de atención brindada por los alumnos del VII y IX semestre de la Clínica Odontológica de la UCSM durante los meses de marzo-abril-mayo del 2015”, mostró que, la relación entre satisfacción del paciente y la calidad de atención por los alumnos evidenció que mientras mayor fue el nivel de calidad de atención obtenida la satisfacción alcanzó su mayor porcentaje con 72.5%.

Por otro lado, en el presente estudio pudimos demostrar que existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de los usuarios externos en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, Arequipa, 2017, lo que nos permite interpretar que a una mayor calidad del servicio habrá una mayor satisfacción del usuario. Se determinó que un 51.71% de los usuarios externos del Centro de Salud considera que sus expectativas guardan relación positiva con la percepción respecto de los Aspectos Tangibles; en tanto que 44.26% de los usuarios manifestaron que se encuentran muy de acuerdo en el aspecto Fiabilidad de la Encuesta Servqual; así mismo fueron un 34.48% los usuarios que dieron a conocer que se encuentran muy de acuerdo con la Sensibilidad del personal; por otro lado un 36.96% estuvieron muy de acuerdo con la Seguridad que se les brindó y, finalmente, un 39.35% manifestaron estar muy de acuerdo con respecto de la Empatía.

Cazorla Macedo, Jonathan Joseph, en su investigación “Análisis de los factores que determinan la deserción de pacientes en la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa .2015”, logró determinar que el sexo femenino acudió en mayor porcentaje en relación al sexo masculino; la edad que primó según este estudio fue entre 20 a 29 años; la distribución de pacientes entre cuarto año, quinto año (Pregrado) y Especialidad (Postgrado) fue proporcional; la diferencia de tiempo que transcurre en la sala de espera para la atención entre Pregrado y Postgrado fue mínima; el ingreso mensual de los pacientes en su mayoría está por encima de los mil soles; las recomendaciones para una atención Odontológica de un paciente a otro, es alto: el costo de tratamiento ofrecidos por la Clínica Odontológica se muestra como aceptable; en la percepción de calidad sobre la atención odontológica se observó que entre una regular atención y buena atención no hay diferencia significativa; y el principal motivo para no continuar con un tratamiento hasta el alta, es la falta de tiempo por parte del paciente.

En comparación, con nuestro estudio, pudimos demostrar que los usuarios que asistieron al Centro de salud, predominantemente fueron de sexo femenino, en un 60.31%, mientras que 39.69% fueron de género masculino; en tanto que sus edades oscilaban mayormente entre 30 y 40 años, con un 43.19%; pudiendo también destacar que el grado de instrucción, con un 38.52% fue de secundaria completa y que 55.25% son mayormente independientes respecto de su situación laboral, siendo 94.16% asegurados con SIS.

Gutiérrez Bernal, Carla Omayra, en su estudio titulado “Comparación según género del nivel de satisfacción en la consulta odontológica en pacientes atendidos en la Clínica Odontológica

de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa 2014”, demostró que tanto los pacientes del género masculino (61%) como los del género femenino (76%) en su mayoría se sienten satisfechos con los servicios odontológicos recibidos, existe también un 19% de pacientes del género masculino que se muestran poco satisfechos.

En el presente estudio se demostró que indistintamente del género masculino o femenino, los usuarios externos tienen una relación significativamente positiva en lo que se refiere a la satisfacción y la percepción.



## CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Se ha logrado determinar la calidad de atención del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez, El Pedregal, Arequipa 2017, evidenciándose positivamente, estadísticamente bajas y significativas en los niveles de 0,01 y 0,05, fueron descritas y discutidas a la luz de los usuarios externos.
- SEGUNDA:** Se pudo determinar el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez, El Pedregal, Arequipa 2017, mostrándose resultados significativamente favorables, en los niveles de 0,01 y 0,05.
- TERCERA:** Se concluye que sí existe relación entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez, El Pedregal, Arequipa 2017, con un valor de significación de  $p = 0,01 < 0,05$ , demostrándose que esta relación es negativa moderada, ya que algunos autores han afirmado que entre la calidad de servicio y la satisfacción existen efectos no lineales (Taylor y Baker, 1994).

## RECOMENDACIONES

1. Realizar estudios que ahonden en la exploración de la relación entre calidad de atención y nivel de satisfacción y den al Centro de salud respaldo sobre la importancia de intervenir en la calidad con la cual prestan el servicio, lo que pueda derivar en prácticas administrativas, que se encaminen hacia la perdurabilidad, poniendo en el centro la satisfacción del usuario.
2. Que, las correlaciones encontradas en este y otros estudios sirvan como punto de partida a nuevas indagaciones y otras formas de abordar el tema, para que desde la calidad de la atención en salud que prestan los Centros de Salud a los usuarios, impacten su calidad de vida relacionada con la salud, en lo referente a que puedan generar confiabilidad de los usuarios al ser tratados, demuestrando una buena capacidad para solucionar y responder ante los problemas de la salud, haciendo también que las informaciones brindadas generen seguridad para los usuarios, teniendo en cuenta que es el trato al usuario el que tiene que ser mejorado, cada vez más, pues una actitud de empatía hace que uno se sienta mejor.
3. Establecer normas que resulten prácticas en relación a la calidad de la atención a fin de que logren un impacto en la perdurabilidad del Centro de Salud, por medio de la calidad de vida en lo que se refiere a la salud de los usuarios que ahí se atienden.



**Nombre del Proyecto:** Curso de capacitación para profesionales en salud y personal administrativo del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, Arequipa.

**Formulador- Ejecutor:** CD Nick Cárdenas Cabala

**Entidades involucradas y beneficiarios:**

**Institución que financia:** Centro de salud Sandrita Pérez de El Pedregal

**Entidad auspiciadora:** Centro de salud Sandrita Pérez de El Pedregal

**Beneficiarios:** Profesionales en salud y personal administrativo del Centro de salud Sandrita Pérez de El Pedregal.

### **Marco Referencial**

La relación entre Calidad de Atención y Nivel de Satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez, El Pedregal, Arequipa 2017, es de gran importancia si se quiere lograr eficiencia en la atención al usuario, que se medirá con el nivel de satisfacción del usuario en las atenciones brindadas en el año, que es el factor más importante que determina el éxito o fracaso de un tratamiento odontológico.

## **I. IDENTIFICACIÓN**

El distrito de El Pedregal está ubicado a 103.3km de la ciudad de Arequipa a 1410 m.s.n.m. en la zona de la costa, la población del distrito está avocada a la actividad agropecuaria, lo que hace que descuiden el aspecto de la salud y en ocasiones sienten que no les ofrecen lo que merecen, es la razón por la que se desea capacitar a los profesional de salud y personal administrativo, para lograr mejorar la calidad de servicio ergo satisfacción del usuario.

### **Definición del problema y sus características**

En los últimos tiempos la migración hacia Majes, desde el ámbito macroregional sur, ha alcanzado un porcentaje de 62.81%, cifra que no toma en cuenta la población flotante, por ocurrir un constante flujo poblacional que va en aumento y que incurrirá representativamente en el tamaño de la población futura, hecho que hace necesario instituir su organización física, de modo que se pueda satisfacer a los asentamientos y los centros de los servicios indicados y las mejores condiciones para la vida urbana.

**Objetivos:**

**Objetivo General**

Capacitar al personal de salud y administrativo en temas de calidad de servicio y satisfacción del usuario.

**Objetivos específicos**

- Capacitación teórica sobre la calidad de servicio y satisfacción del usuario.117-29
- Capacitación práctica sobre la calidad de servicio y satisfacción del usuario.
- Instruir a todos los empleados en la utilización de técnicas para mejorar la calidad de servicio y satisfacción del usuario.

**II. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN**

**Análisis de Demanda**

Según resultados del XI Censo de Población realizado el 21 de octubre del 2007, una nueva población de 39,445 habitantes (INEI, 2017).

**Análisis de Oferta**

El Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal, tiene a bien dar financiamiento y ejecutar capacitaciones de este tipo.

**Balance de Oferta y Demanda**

Es importante capacitar a los empleados de salud y administrativos acerca de la calidad de servicio y satisfacción del usuario por estar percibiendo en los últimos tiempos problemas de salud bucal, logrando con la propuesta una mejora de atención de los usuarios.

**Presupuesto**

El precio por realizar el curso de capacitación deberá ser cubierto en su totalidad, o sea 100%, por la Universidad Católica de Santa María.

**III. PONENTES**

Profesionales en Calidad de Servicio.

<b>NOMBRE</b>	<b>FUNCION TECNICA</b>
Nick Cárdenas Cabala	Investigador principal
Dr. Berly Ocola Ticona	Co-investigador
Dra. Victoria Abarca	Co-investigador
Dr. Hugo Tejada Pradell	Asesor de investigación

#### IV. PROGRAMA

**Programa:** Teórico.

Mes: Abril 2018.

Tema: Calidad de Servicio y Nivel de satisfacción del usuario externo.

Ponente: CD Nick Cárdenas Cabala

Hora: 8:00 a.m. – 1:00 p.m.

Lugar: Auditorio del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal

**Programa:** Práctico.

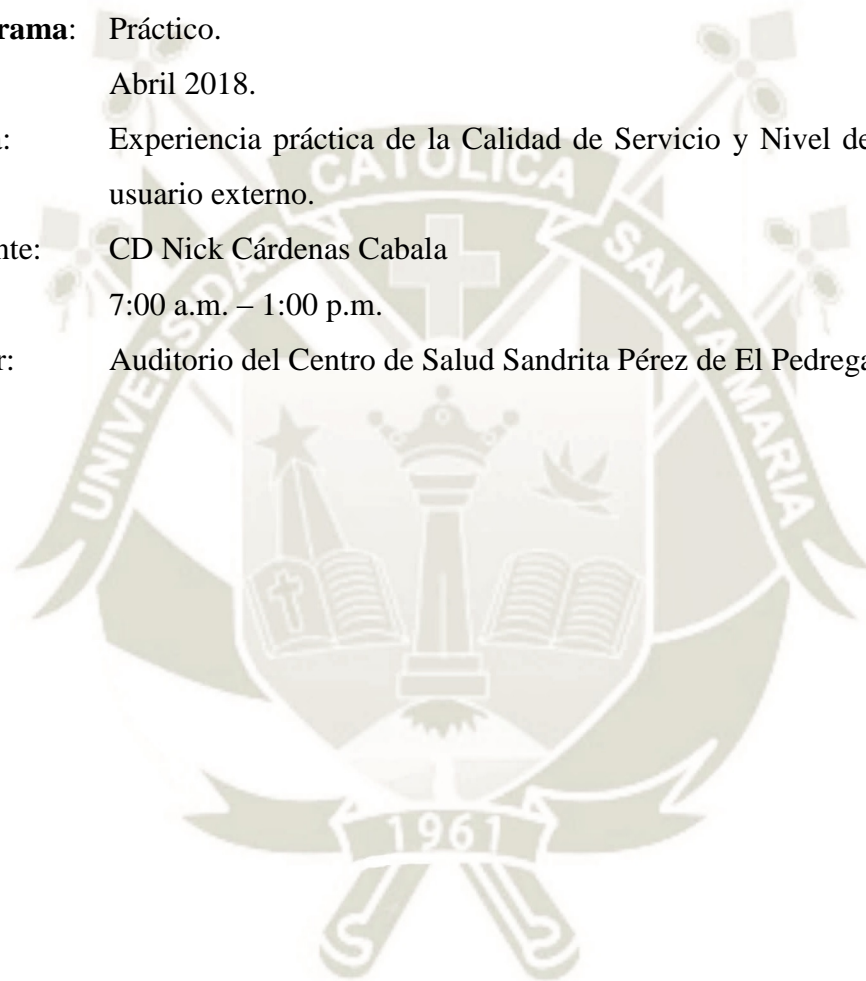
Mes: Abril 2018.

Tema: Experiencia práctica de la Calidad de Servicio y Nivel de satisfacción del usuario externo.

Ponente: CD Nick Cárdenas Cabala

Hora: 7:00 a.m. – 1:00 p.m.

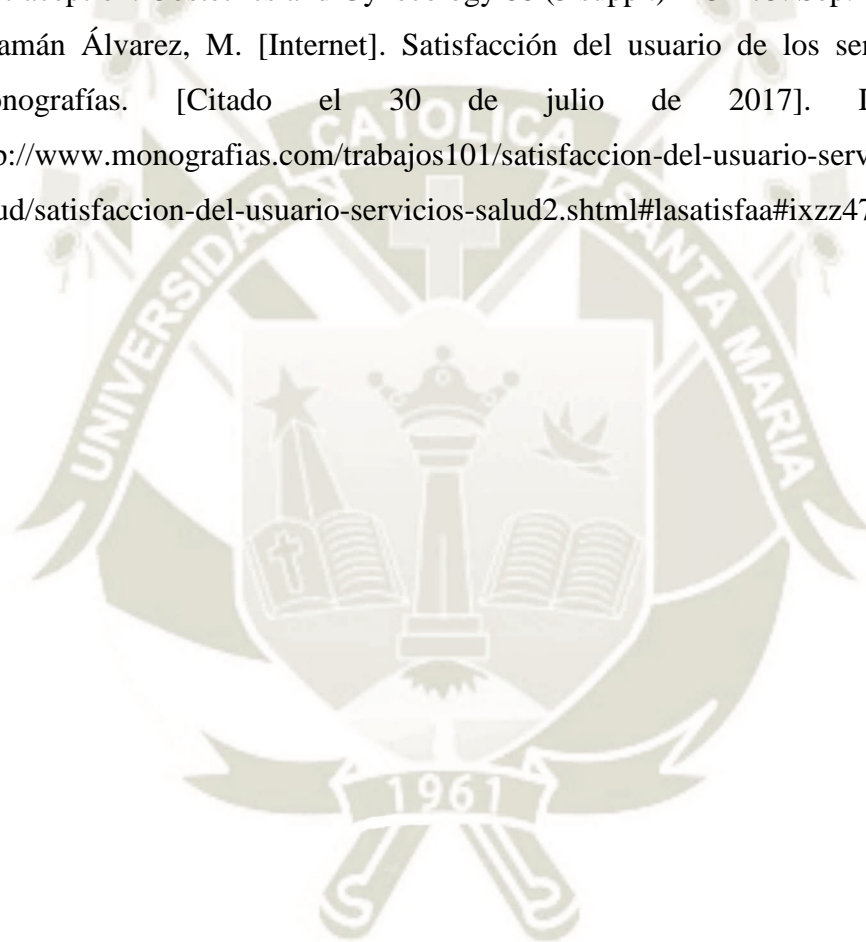
Lugar: Auditorio del Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal

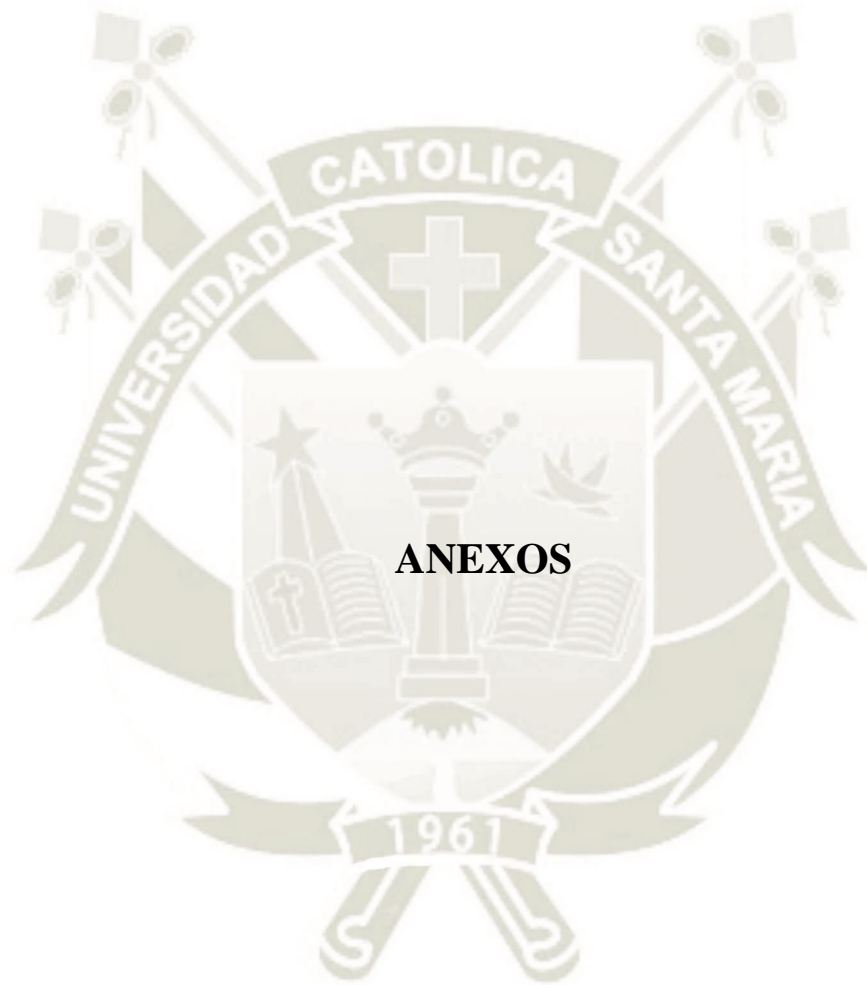


## BIBLIOGRAFÍA

1. Chuecas E. Calidad de la atención y el grado de satisfacción del usuario de consulta externa del Hospital Regional de Loreto. [Tesis para optar el Título de Magister en Salud Pública]. Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana; 2011.
2. Sandoval Araceli y et. al. Satisfacción del usuario externo: análisis comparativo de acuerdo con variables organizacionales. Revista Médica del Instituto Mejicano del Seguro Social. Vol. 35, N°1. pp: 43- 47. 1998.
3. MINSA. Guía técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo. 2011
4. de Salud, Dirección General de Infraestructura, Equipamiento y Mantenimiento. [Internet]. DIGIEM. Ficha Técnica de Establecimiento de Salud. [Citado el 20 de julio de 2017]. Disponible en [https://www.saludarequipa.gob.pe/oei/archivos/10.%20Infraestructura%20Sanitaria/2014/Fichas\\_Tecnicas\\_EESS\\_Arequipa/red\\_aqpcaylloma/mr\\_pedregal/cs\\_sandritaperez.pdf](https://www.saludarequipa.gob.pe/oei/archivos/10.%20Infraestructura%20Sanitaria/2014/Fichas_Tecnicas_EESS_Arequipa/red_aqpcaylloma/mr_pedregal/cs_sandritaperez.pdf)
5. Dirección General de Salud de las Personas. [Internet]. MINSA. Salud Bucal. [Citado el 20 de julio de 2017]. Disponible en [http://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion\\_2.asp?sub5=13](http://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion_2.asp?sub5=13)
6. Calidad ISO 9001. [Internet]. Calidad. ISO 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000. [Citado el 22 de julio de 2017]. Disponible en: <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>
7. González Gamboa, C. S. Calidad de Atención Percibida y Calidad de Vida Relacionada con la Salud en Pacientes Participantes de Estudios Clínicos de la IPS IDEARG SAS. [Tesis]. Bogotá D.C.: Universidad del Rosario; 2004. 111 p.
8. Shewhart W. A., The Economic Control of Quality of Manufactured Products, D. Van Nostrand, New York (1931).
9. Shridhara, B. (2010). Total Quality Management recurso electrónico text and cases. Mumbai: Himalaya Publishing House. Tomado de: <http://site.ebrary.com/lib/urosario/docDetail.action?docID=10415610>
10. Instituto Nacional de Calidad. [Internet]. Sistema Nacional de Calidad. INACAL. [Citado el 28 de julio de 2017]. Disponible en: <http://www.inacal.gob.pe/principal/categoria/sistema-nacional-de-calidad>

11. Feigenbaum A. [Internet]. La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa. Calidad & Gestión. [Citado el 28 de julio de 2017]. Disponible en: [http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)
12. Colegio de Licenciados en administración del Perú Gerencia en calidad de los servicios de salud, Volumen 4, Pp. 2-8, Volumen 1 Pp 8-11-2130, Volumen 2, Pp 4-5. Lima.
13. Diprette y Col. Satisfacción Del Usuario en los servicios de salud. 2000.
14. Delbanco TL. and Daley J. Through the patient's eyes: Strategies toward more successful contraception. Obstetrics and Gynecology 88 (3 suppl.) 415-475. Sep. 1996.
15. Huamán Álvarez, M. [Internet]. Satisfacción del usuario de los servicios de salud. Monografías. [Citado el 30 de julio de 2017]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos101/satisfaccion-del-usuario-servicios-salud/satisfaccion-del-usuario-servicios-salud2.shtml#lasatisfaa#ixzz47Q63aZ9c>







**ANEXO N° 1:  
PROYECTO DE TESIS**

## Universidad Católica de Santa María de Arequipa”

### Escuela de Postgrado Maestría en Gerencia en Salud



“RELACIÓN ENTRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE  
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO EN EL SERVICIO  
DE ODONTOLOGÍA DEL CENTRO DE SALUD SANDRITA  
PÉREZ PEDREGAL 2017”

**Proyecto de tesis presentado por el Bachiller:  
Cárdenas Cabala, Nick Carlos**

**Para optar el Grado Académico de:  
Maestro en Gerencia en Salud**

**Asesor:  
Dr. Ocola Ticona, Berlie**

**AREQUIPA - PERÚ  
2018**

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA DE AREQUIPA**

**ESCUELA DE POST GRADO  
MAESTRÍA EN GERENCIA EN SALUD**

“Relación entre calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez - Pedregal 2017”

**PROYECTO DE TESIS**

**PRESENTADO PARA OPTAR EL GRADO DE:  
MAGISTER EN SALUD**

**GERENCIA EN SALUD:**

**PRESIDENTE DEL JURADO:** -----

**Mg.**

**MIEMBRO DEL JURADO :** -----

**Mg. 961**

**MIEMBRO DEL JURADO :** -----

**Mg.**

**ASESOR DE TESIS :** -----

**Mg.**

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACION

### 1.1. ÁREA DE CONOCIMIENTO

<b>Campo</b>	: Ciencias de la Salud
<b>Área Específica</b>	: Gerencia en Servicios de Salud Oral
<b>Especialidad</b>	: Calidad
<b>Línea</b>	: Atención en Salud Oral

### 1.2. ENUNCIADO

“Relación entre Calidad de Atención y Nivel de Satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez – Pedregal 2017.”

## 2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

### 2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Una meta prioritaria en todos los establecimientos de salud es la búsqueda de la calidad en los servicios brindados, lo que significa el estudio de las condiciones en que se ofrece la atención al usuario y la implementación de las medidas correctivas para alcanzar los estándares de calidad deseados.

El conocimiento del nivel de satisfacción del usuario nos permite realizar el contraste entre lo que se le brinda y lo que lo que haría falta para que el usuario se sienta satisfecho con el servicio brindando.

El interés de las organizaciones de salud por evaluar la calidad de sus servicios, obedece a las numerosas ventajas que ofrece la filosofía de la excelencia, entre otras, potenciar el número de usuarios leales, incrementar la atracción de nuevos clientes, presentar oportunidades para el desarrollo institucional, mejorar la política de reducción de costos y optimizar la imagen institucional, fortaleciendo la permanencia de sus miembros.

La evaluación de la calidad, asimismo puede ser realizada a partir de sus distintos atributos; en el presente trabajo la vamos a considerar como la brecha entre la calidad

de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Víctor Raúl Hinoja Llerena.

## 2.2. INTERROGANTES DEL PROBLEMA

### 2.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación entre calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017?”

### 2.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo es la Calidad de Atención del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017?
- ¿Cómo es el Nivel de Satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017?

## 2.3. TIPO INVESTIGATIVO DEL PROBLEMA:

De campo, longitudinal. Comunicacional

## 2.4. NIVEL INVESTIGATIVO DEL PROBLEMA:

Relacional

## 2.5. JUSTIFICACIÓN

**La relevancia científica** de la presente investigación, se evidenciará al medir la relación entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal aportando datos estadísticos para el manejo de las condiciones existentes en este centro asistencial.

La presente investigación propone evaluar el nivel de la calidad del Servicio de Odontología, evidenciando tanto las dimensiones mejor desarrolladas como las más problemáticas a fin de adoptar las modificaciones necesarias para lograr un servicio competitivo y de acuerdo a los estándares de calidad.

La base del estudio serán los pacientes nuevos, aquellos que acuden por primera vez al Servicio de Odontología, pues consideramos que al no ser clientes fidelizados darán la información sin ningún tipo de influencia externa.

En la actualidad la calidad de servicios de salud se mide mediante diversos instrumentos, nosotros usaremos el PECASSUS, colocando esta investigación en el escenario de las investigaciones contemporáneas, lo cual garantiza su **relevancia actual**.

El trabajo es **viable**, debido a que se cuenta con los recursos institucionales, económicos y humanos para la realización de dicho proyecto.

La concordancia con las políticas investigativas que propone la institución, garantiza la **relevancia institucional** del presente estudio, ya que está acorde con la problemática, nivel y relevancia exigidos por ella.

### 3. OBJETIVOS

#### 3.1. Objetivo General

Determinar la relación entre calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017”

#### 3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la calidad de atención del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017”
- Determinar el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017”

- Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal 2017”

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1. Calidad

#### **Concepto de Calidad**

En este nivel macro, como parte del desarrollo de la fundamentación teórica de la investigación, a continuación se explora el término de calidad, enseguida se abordan los aportes a la gestión de la calidad a partir de las filosofías de W. E. Deming, Joseph Juran y Philip B. Crosby, y finalmente las contribuciones de otros autores a la gestión total de la calidad.

La calidad en el pensamiento tradicional, indica Shridhara (2010) es definida en términos de conformidad a las especificaciones. Aquí la calidad es relativa a para que fue diseñado el producto y medible a partir de la relación entre las necesidades del cliente y dicha conformidad.

#### **Aportes al Concepto de Calidad**

Shridhara (2010) en el capítulo titulado Quality Management Philosophies, de su libro Total Quality Management, señala a Dr. W. Edwards Deming, Dr. Joseph Juran, Philip B. Crosby junto con Masaaki Imai, como individuos que han propulsado el desarrollo del actual conjunto de herramientas de gestión de la calidad, consolidando en el siglo XX una “Revolución de la Calidad” (En: Shridhara, 2010, pp. 108) y las bases para la fundación de la Gestión Total de la Calidad.

#### **La Filosofía de Deming**

De acuerdo con Shridhara (2010) W. E. Deming ha influenciado la gestión de calidad, a partir de sus experiencias al exponer a gerentes japoneses a los conceptos fundamentales de la calidad en producción y observando como ellos creaban sistemas y procesos para generar calidad.

A partir de ello, de acuerdo con Deming (En: Shridhara, 2010) la calidad es una responsabilidad de la gestión en la alta dirección que no se puede inspeccionar en un

producto. Más bien una firma puede asegurar la calidad de un producto al encontrar dos condiciones: un buen diseño y métodos de producción efectivos.

### **La Filosofía de Juran**

De acuerdo con Shridhara (2010) después de Deming, Joseph Juran ha impactado la teoría y práctica de la gestión en calidad. Sus principales aportes a la Gestión Total de la Calidad se han centrado en cuatro temas. Según Shridhara (2010) uno es la compilación de definiciones sobre calidad y el costo de la calidad, dos el hábito de la calidad, tres la trilogía de la calidad que se relaciona con planeación de la calidad, control de la calidad y mejoramiento de la calidad, y por último la secuencia universal de mejoramiento.

### **La Filosofía de Crosby**

La tercera mayor influencia en herramientas de administración para la Gestión Total de la Calidad de acuerdo con Shridhara (2010) es Philip B. Crosby. Este último propone cuatro absolutos de la calidad, desde los cuales primero la define como el cumplimiento con los requisitos, más que como excelencia; el segundo es la prevención y no la evaluación como sistema para lograr la calidad; el tercero es cero defectos como estándar de realización; y el cuarto es la medición de la calidad como precio del incumplimiento, y no como un índice.

### **Otros Aportes a la Gestión Total de la Calidad**

**Masaaki Imai.** Enmarca la Gestión Total de la Calidad en la unificación de los fundamentos teóricos y prácticos de las filosofías de la gestión en el concepto de Kaizen; nombre dado al sistema formal para promover mejoras continuas (Shridhara, 2010). El entendimiento de este concepto se vincula al de una organización en la cual cada miembro de manera activa persigue oportunidades para identificar e implementar a diario y donde aún las pequeñas mejoras incrementales se favorecen de la comprensión de las funciones del sistema actual y se guían por la vista del proceso del sistema.

**A. V. Fiegen Baum.** Origen el concepto de Control Total de la Calidad, como sistema de desarrollo integrador de la calidad, mantenimiento y mejoramiento de esfuerzos en una organización en pro de un óptimo nivel económico mientras se

logra la satisfacción del cliente. Allí el control, precisa Shridhara (2010), refiere a estándares de calidad que deben mantenerse a través de medidas correctivas y planeación para mejorarlos. En esta filosofía se visualiza a la calidad como una herramienta de negocio estratégica que requiere la participación de toda la organización, y que tiene como medida y herramienta de evaluación a los costos en calidad (Shridhara, 2010).

**Kaoru Ishikawa.** Reconociendo la influencia de Deming y de Juran en su pensamiento, realizó el abordaje inicial de Círculos de Control de Calidad, que Shridhara (2010) describe como pequeños grupos de empleados que a fin de mejorar la calidad, productividad y el ambiente laboral regularmente se encuentran para planear y llevar a cabo procesos de cambio. Para Ishikawa la calidad se configura como una manera de gestión en la que la educación es transversal, responsabilidad de todos los trabajadores, conoce los requerimientos de los clientes, se enfoca en las ganancias a largo plazo, su estado de control ideal se consolida cuando la inspección no es necesaria y son removidas las causas de raíz.

**Genichi Taguchi.** Aborda la calidad de un producto con base en las características de su realización (Shridhara, 2010). De modo que el valor ideal de las características de realización es el valor objetivo para la compañía. A partir de ello Taguchi (En: Shridhara, 2010) define la calidad en términos de pérdida social e indica que cualquier desviación del valor objetivo de las características de la calidad que resulte en extra costos para algún segmento de la sociedad, es una pérdida de función de calidad. Es decir, un producto al ser más deseable, menor valor de pérdida social tiene y menores son los costos indeseados que son generados por desviaciones en el proceso de realización por fuera de las características de calidad del valor objetivo.

**Shingo Shingo.** Realizó aportes a la gestión de la calidad basados en la detección de errores tardíos en el proceso de manufactura, a partir de métodos estadísticos en pro de corregirlos o negociarlos de la manera apropiada (En: Shridhara, 2010). Para este autor el modo de producir una calidad perfecta todo el tiempo es que los gerentes de operaciones identifiquen y eliminen los errores posibles, a través del diseño de partes y procesos que guíen hacia los resultados deseados, a lo cual este autor (En: Shridhara, 2010) llamo "Poka-Yoke". De acuerdo con Shridhara (2010) Shingo

enfatisa en la retroalimentación técnica y control del sistema, sin embargo no refiere en términos sociales, culturales o políticos sobre los seres humanos.

**Walter Shewhart.** Reconoce que la variabilidad de las dimensiones del componente de manufactura sigue una distribución normal. Esta variabilidad se encuentra bajo control siempre y cuando las dimensiones se mantengan dentro del rango normal. En el momento en que las dimensiones se salen de su rango de normalidad, el autor (En: Shridhara, 2010) identifica causas de la variación por un lado naturales y por otro asignadas. A partir de este razonamiento Shewhart desarrolla la herramienta de Control Estadístico del Proceso el cual mide los procesos de realización y contribuye al mejoramiento de la calidad con base en el monitoreo de estándares, realización de mediciones y de acciones correctivas sobre el producto o el servicio producido. Esta herramienta tiene por fin proveer una señal estadística a la aparición de causas asignables las cuales pueden sacar de los límites permitidos al proceso de producción y por tanto requieren una rápida y apropiada acción para su eliminación.

## 4.2. SATISFACCIÓN

### 4.2.1. Concepto:

Una definición del concepto de "**Satisfacción del cliente**" es posible encontrarla en la norma **ISO 9000:2005 "Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario"**, que la define como la "*percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos*", aclarando además un aspecto muy importante sobre las **quejas de los clientes**: su **existencia** es un claro indicador de una **baja satisfacción**, pero su **ausencia** no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

### 4.2.2. La satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del

producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización sanitaria. Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias. El objetivo de los servicios sanitarios es satisfacer las necesidades de sus usuarios, y el análisis de la satisfacción es un instrumento de medida de la calidad de la atención de salud.

Para el Ministerio de Salud el abordar las inquietudes del usuario externo es tan esencial para la atención de buena calidad como la competencia técnica. Para el usuario, la calidad depende principalmente de su interacción con el personal de salud, de atributos tales como el tiempo de espera, el buen trato, la privacidad, la accesibilidad de la atención y sobre todo, de que obtenga el servicio que procura. Cuando los sistemas de salud y sus trabajadores ponen al usuario por encima de todo, ellos le ofrecen un servicio que no solo cubren los estándares técnicos de calidad, sino que también cubren sus necesidades relacionadas a otros aspectos de la calidad, tales como respeto, información pertinente y equidad. Al respecto Diprette y Col. refieren que en los momentos actuales se es competitivo como organización o como persona si se está, entre los que, de acuerdo a criterios del mercado, proporcionan mayor satisfacción al cliente, de tal forma que la calidad de los servicios de salud pasa a constituir una exigencia que se extiende progresivamente desde una perspectiva de los usuarios y trabajadores de los servicios de salud, que los enfoques gerenciales denominan usuarios externos e internos respectivamente.

Asimismo Delbanco T. y Daley J. refieren que la satisfacción del usuario es uno de los resultados más importante de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento.

Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

**Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

**Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

**Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional). Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

#### 4.2.3. Decálogo de la Satisfacción del Cliente

Alcanzar la **satisfacción** de los clientes es uno de los **factores críticos** para toda organización que pretenda diferenciarse de sus competidores y obtener mejores resultados en el negocio.

Seguidamente se presenta un decálogo de ideas para meditar:

1. **Compromiso con un servicio de calidad:** toda persona de la organización tiene casi la obligación de crear una experiencia positiva para los clientes.
2. **Conocimiento del propio producto o servicio:** transmitir claramente conocimientos de interés para el cliente acerca de las características del propio producto o servicio ayuda a ganar la confianza de éste.
3. **Conocimiento de los propios clientes:** aprender todo lo que resulte posible acerca de los clientes para que se pueda enfocar el producto o servicio a sus necesidades y requerimientos.

4. **Tratar a las personas con respeto y cortesía:** cada contacto con el cliente deja una impresión, sin importar el medio utilizado (e-mail, teléfono, personalmente, etc.). Esta impresión debe denotar siempre corrección en el trato.
5. **Nunca se debe discutir con un cliente:** desde luego que no siempre tiene la razón, pero el esfuerzo debe orientarse a recomponer la situación. Muchos estudios demuestran que 7 de cada 10 clientes harían negocios nuevamente con las empresas que resuelven un problema a su favor.
6. **No hacer esperar a un cliente:** los clientes buscan una rápida respuesta, por lo que es fundamental tratar ágilmente las comunicaciones y la toma de decisiones.
7. **Dar siempre lo prometido:** una falla en este aspecto genera pérdida de credibilidad y de clientes. Si resulta inevitable un incumplimiento, se debe pedir disculpas y ofrecer alguna compensación.
8. **Asumir que los clientes dicen la verdad:** aunque en ciertas ocasiones parezca que los clientes están mintiendo, siempre se les debe dar el beneficio de la duda.
9. **Enfocarse en hacer clientes antes que ventas:** mantener un cliente es más importante que cerrar una venta. Está comprobado que cuesta seis veces más generar un cliente nuevo que mantener a los existentes.
10. **La compra debe ser fácil:** la experiencia de compra en el punto de venta, página web, catálogo, etc., debe ser lo más fácil posible, y debe ayudar a los clientes a encontrar lo que están buscando.

#### 4.2.4. Beneficios de satisfacción del usuario

##### A. Primer Beneficio:

El cliente satisfecho por lo general vuelve a comprar. Por tanto la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por lo tanto puede tener la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

##### B. Segundo Beneficio:

El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por lo tanto la empresa obtiene como beneficio una

difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares amistades y conocidos.

### C. Tercer Beneficio:

El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar participación en el mercado.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

1. La lealtad del cliente que se traduce en futuras ventas
2. difusión gratuita que se traduce en nuevos clientes y
3. una determinada participación en el mercado.

PECASUSS. Acrónimo de Percepción de Calidad Según Usuarios de Servicios de Salud. Este instrumento, validado en Colombia, está compuesto por 29 reactivos (Cabrera, Londoño, & Bello, 2008a; Ministerio de la Protección Social, 2006) para medir la calidad de atención percibida por el usuario. El instrumento se compone de una hoja de preguntas que debe ser plastificada dado que está será entregada al usuario o Anexo 1; una segunda hoja de respuesta que debe ser impresa por ambos lados y en la cual se encuentran siete columnas para siete usuarios que la respondan y por el otro lado igual; y finalmente esta la hoja del Instructivo General para la Aplicación del PECASUSS o Anexo 2. Los 29 reactivos que posee el PECASUSS se dividen, primero en un encabezado que cuenta con 3 reactivos, segundo en los datos del usuario que tiene 7 reactivos, del 4 al 10, por último el cuerpo de la encuesta que corresponde a los reactivos 11 al 29. De estos últimos 18 son de respuesta cerrada y dos, los reactivos 28 y 29, de respuesta abierta.

Factores	Descripción del ítem
<b>Factor 1 Trato al paciente y empatía</b>	IV. 1 La información que te proporcionan de los servicios que ofrece el hospital a los pacientes es
	IV. 2 La disposición del personal del hospital para ayudar al paciente es
	IV.3 La atención que da el personal del hospital a los problemas de los pacientes es
	IV. 4 La confianza que brinda el personal del hospital a los pacientes es
	IV. 5 La amabilidad que brinda el personal del hospital es
	IV. 6 El conocimiento que tiene el personal del hospital para responder a las preguntas de los pacientes es
	IV. 7 El servicio que brinda el personal del hospital al paciente es
	IV. 8 El trato que brinda el personal del hospital a los pacientes es
	IV. 9 La atención individualizada que brinda el personal del hospital al paciente es
<b>Factor 2 Capacidad de respuesta</b>	II. 6 El número de empleados del hospital para atender a los pacientes es
	II. 7 El horario para atender las consultas es
	III.1 El tiempo de espera para consulta externa es
	III.2 El tiempo de espera para consulta especialidad es
	III.3 El tiempo de espera para atención de urgencias es
<b>Factor 3 Efectividad y oportunidad</b>	I.1 El equipo de diagnóstico médico es
	I.2 El estado físico de las instalaciones es
	II.3 El surtimiento de medicamentos es
	II.4 El conocimiento de los médicos para atender los problemas de salud es
	II.5 El conocimiento de las enfermeras para atender los problemas de salud es
	III.4 El tiempo de espera para exámenes de diagnóstico (Laboratorios, Rayos X) es
<b>Factor 4 Tiempos de espera</b>	III.5 El tiempo de espera en farmacia es
	III.6 El tiempo de espera en intervenciones quirúrgicas es
	III.8 El tiempo de espera en resultados de estudios socioeconómicos es
<b>Factor 5 Seguridad y limpieza</b>	I.3 La limpieza del área es
	I.4 La seguridad dentro de las instalaciones es
	I.5 La señalización dentro del área es

### 4.3. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

#### 4.3.1. Título: “Satisfacción del paciente respecto a la calidad de atención brindada por los alumnos del VII y IX semestre de la clínica odontológica de la UCSM durante los meses de marzo-abril-mayo del 2015”

**Autor:** LAURA MUCHICA, Carlos Enrique

**Resumen:** el objetivo fundamental de la presente investigación fue evaluar la satisfacción del paciente respecto a la calidad de atención brindada por los alumnos de la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María durante el periodo de Marzo- abril- Mayo del 2015.

Se trata de un estudio observacional, prospectivo, transversal, comparativo, de campo y nivel relacional. Con tal objeto se conformaron los alumnos del VII y IX semestre, en los que se evaluaron la calidad de atención brindada a los pacientes y la satisfacción de los mismos respecto a la atención. Se empleó estadística descriptiva con frecuencias absolutas (Nro.) y relativas (%). Para establecer la relación entre las variables de interés, se utilizó la prueba de Tau de Kendall. Así mismo, para establecer los rangos correspondientes a la calidad de atención, con sus dimensiones, y la satisfacción confort, se utilizó la prueba de Stanonnes.

La relación entre satisfacción del paciente y la calidad de atención por los alumnos evidenció que mientras mayor fue el nivel de calidad de atención obtenida la satisfacción alcanzó su mayor porcentaje con 72.5%.

Consecuentemente la hipótesis de la investigación ha sido aceptada, en el sentido que la satisfacción del paciente está ampliamente relacionada con la calidad de atención brindada por los tratantes de la Clínica Odontológica de la U.C.S.M.

**4.3.2. Título “Análisis de los factores que determinan la deserción de pacientes en la clínica odontológica de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa .2015”**

**Autor:** CAZORLA MACEDO, Jonathan Joseph

**Resumen:** El presente estudio de investigación fue realizado para determinar e identificar las causas y factores predisponentes que inducen al abandono de tratamientos odontológicos de los pacientes en la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María en la ciudad de Arequipa en el año 2015.

Se realizó con una muestra de 120 pacientes en el mes de julio del año 2015, en Pregrado y Postgrado, que fueron seleccionados de acuerdo a la concurrencia que había en la Clínica Odontológica de la Universidad, teniendo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión que se elaboró para la realización del presente estudio.

La muestra fue obtenida de los pacientes, mediante encuestas elaboradas de acuerdo a las necesidades de éste estudio, entregadas a los pacientes para su respectivo llenado, y posteriormente se recolectó las encuestas para su contabilización de resultados y documentar el procedimiento.

Posteriormente se realizó el análisis y se logró determinar que el sexo femenino acudió en mayor porcentaje en relación al sexo masculino; la edad que primó según este estudio fue entre 20 a 29 años; la distribución de pacientes entre cuarto año, quinto año (Pregrado) y Especialidad (Postgrado) fue proporcional; la diferencia de tiempo que transcurre en la sala de espera para la atención entre Pregrado y Postgrado fue mínima; el ingreso mensual de los pacientes en su mayoría está por encima de los mil soles; las recomendaciones para una atención Odontológica de un paciente a otro, es alto: el costo de tratamiento ofrecidos por la Clínica Odontológica se muestra como aceptable; en la percepción de calidad sobre la atención odontológica se observó que entre una regular atención y buena atención no hay diferencia

significativa; y el principal motivo para no continuar con un tratamiento hasta el alta, es la falta de tiempo por parte del paciente.

**Palabras clave:** Deserción, Paciente, Clientela y Usuario.

**4.3.3. Título: “Comparación según género del nivel de satisfacción en la consulta odontológica en pacientes atendidos en la clínica odontológica de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa 2014”**

**Autor:** GUTIERREZ BERNAL, Carla Omayra

**RESUMEN**

**Objetivo:** Comparar el nivel de satisfacción en la consulta odontológica en pacientes de ambos géneros atendidos en la Clínica Odontológica de la Universidad Católica de Santa María. Arequipa 2014.

**Método:** Estudio transversal, utilizando un cuestionario de satisfacción, que se entregó a 200 pacientes: 100 pacientes del género masculino y 100 pacientes el género femenino, que acudieron a la consulta odontológica durante dos últimas semanas de Abril y primera de Mayo de 2014.

**Resultados:** El 61% de pacientes varones y el 76% de pacientes mujeres encuestadas dieron una puntuación entre 76 y 95 que corresponde a muy satisfecho mientras que el 19% de pacientes del género masculino dio puntuaciones entre 38 y 56 que corresponde a poco satisfecho con los servicios deontológicos recibidos.

**Conclusiones:** Tanto los pacientes del género masculino (61%) como los del género femenino (76%) en su mayoría se sienten satisfechos con los servicios odontológicos recibidos, existe también un 19% de pacientes del género masculino que se muestran poco satisfechos.

**Palabras Clave:** Satisfacción del paciente, género, percepción, consulta odontológica.

## 5. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

Dado que la calidad de atención es y la satisfacción, es probable que exista relación entre la calidad de atención y en nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Perez Pedregal

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal

**H<sub>a</sub>:** Sí existe relación entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Servicio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal

## 6. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

### 1.2.1 Operacionalización y descripción de variables

Variables	Indicadores	Subindicadores
Calidad de atención	TRATO AL PACIENTE Y EMPATIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información del servicio</li> <li>• Disposición para ayudar</li> <li>• Atención del personal</li> <li>• Confianza</li> <li>• Amabilidad</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Servicio</li> <li>• Trato</li> <li>• Atención individualizada</li> </ul>
	CAPACIDAD OPERATIVA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de personal asistencial</li> <li>• Horarios</li> </ul>
	EFFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos de Diagnóstico</li> <li>• Infraestructura</li> <li>• Conocimiento del personal</li> </ul>
	TIEMPOS DE ESPERA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minutos</li> <li>• Horas</li> </ul>
	SEGURIDAD Y LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza</li> <li>• Seguridad</li> </ul>
Nivel de Satisfacción	MUY SATISFECHO SATISFECHO INDIFERENTE INSATISFECHO MUY INSATISFECHO	

## 7. PROCEDIMIENTO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION

### 1.4 Técnicas, instrumentos y materiales de verificación

#### 1.4.1 Técnica

Se utilizará la técnica de encuesta

#### 1.4.2 Instrumentos

##### E. Instrumento documental

Cuestionario Servqual y Encuesta de Satisfacción.

Conteste la siguiente encuesta indicando su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, respecto al servicio de Odontología de Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal.

### 3) CUESTIONARIO SERVQUAL

Cuestiones sobre el Centro de Salud Sandrita Pérez de El Pedregal – Arequipa – 2017		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
		1	2	3	4	5
<b>ASPECTOS TANGIBLES</b>						
1	Los equipos son aparentemente modernos					
2	Las instalaciones son visualmente atractivas.					
3	Los empleados tienen apariencia pulcra.					
4	Los materiales que utiliza el servicio son visualmente atractivos (folletos, etc.)					
<b>FIABILIDAD</b>						
5	Cuando en el servicio prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen					
6	Cuando Ud. tiene un problema en el servicio muestran un interés sincero en solucionarlo.					
7	Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez					
8	Concluyen el servicio en el tiempo prometido					
9	En el servicio, insisten en mantener registros exentos de errores					
<b>SENSIBILIDAD</b>						
10	Los empleados informan con precisión a los usuarios cuando concluirá la realización de un servicio.					

11	Los empleados le sirven con rapidez					
12	Los empleados siempre están dispuestos a ayudarlo.					
13	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas					
<b>SEGURIDAD</b>						
14	El comportamiento de los empleados le transmite confianza					
15	Ud. se siente seguro en sus transacciones en el servicio					
16	Los empleados son siempre amables con los clientes					
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas que les hace.					
<b>EMPATIA</b>						
18	En el servicio le dan una atención individualizada					
19	Tiene horarios de trabajo convenientes para todos los pacientes					
20	En el servicio se preocupan por sus mejores intereses					
21	Los empleados comprenden sus necesidades específicas					

#### 4) ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho

#### F. Criterios de calificación del instrumento

Los criterios o atributos que utilizan los usuarios para valorar la calidad de los servicios son los que se detallan a continuación. Conjuntamente queda demostrado que los usuarios confieren mayor importancia a algunos criterios más que a otros.

En concordancia con la metodología SERVQUAL, la jerarquía relativa que los usuarios conceden a estos criterios, en una escala de 100, es:

- |                           |     |
|---------------------------|-----|
| 1. Fiabilidad             | 32% |
| 2. Capacidad de respuesta | 22% |
| 3. Seguridad              | 19% |
| 4. Empatía                | 16% |
| 5. Elementos tangibles    | 11% |

#### G. Instrumentos mecánicos

- Computadora
- Impresora

## H. Materiales

- Utilería general de escritorio

### 1.5 Campo de Verificación

#### 1.5.1 Ubicación Espacial

El estudio se realizará en el consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal

#### 1.5.2 Ubicación temporal

Esta es una investigación que se realizará entre diciembre del año 2017 y enero del año 2018.

#### 1.5.3 Unidad de estudio

##### c. Universo Cualitativo

Las unidades de estudio están constituidas por los pacientes que acuden al consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez Pedregal, durante el periodo que se realizará la investigación.

##### Criterios de Inclusión

- Pacientes atendidos en el consultorio de Odontología por primera vez.
- Usuarios que colaboran con la encuesta.

##### Criterios de Exclusión

- Pacientes con necesidades especiales.
- Menores de edad.
- Usuarios atendidos en el consultorio más de una vez.
- Usuarios que no colaboran con la encuesta.

##### d. Universo cuantitativo

Muestra

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

En donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

$$n = \frac{770 \times 3.8416 \times 0.50 \times 0.50}{0.0025 \times (770 - 1) + 3.84 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{770 \times 3.8416 \times 0.25}{1.9225 + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{770 \times 3.8416 \times 0.25}{1.9225 + 0.9604}$$

$$n = \frac{739.508}{2.8829}$$

$$n = 256.5153 = 257$$

## **1.6 Estrategia de recolección**

### **1.6.1 Organización**

Para efectos de la recolección de datos se coordinará con el Director del Centro de Salud Sandrita Pérez -Pedregal y con el Coordinador del Consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez -Pedregal.

La duración del estudio será aproximadamente de 3 meses.

El instrumento que se utilizará es la Cuestionario Servqual y la Encuesta de Satisfacción.

Se remarcará el carácter anónimo de la encuesta así como la veracidad de las respuestas dadas por el usuario externo ante los encuestadores.

Recolectados los datos se sistematizarán para el análisis, recomendaciones y conclusiones finales.

### **1.6.2 Recursos**

#### **f) Recursos Humanos**

- Investigador: Nick Carlos Cárdenas Cabala
- Asesor: Dr. Berlie Ocola Ticona

#### **g) Recursos Físicos**

- Cuestionario Servqual y encuesta de Satisfacción
- Consultorio de Odontología del Centro de Salud Sandrita Pérez – Pedregal

#### **h) Recursos Económicos**

- Financiamiento propio del autor.

#### **i) Recursos Institucionales**

- Instalaciones del Centro de Salud Sandrita Pérez- Pedregal.

#### **j) Recursos Informáticos**

- Sistema Operativo Windows XP
- Procesador de Texto Word 2003

### 1.6.3 Validación del Instrumento

Realización de una Prueba Piloto en el Consultorio para determinar la validez de las variables intervinientes en la investigación.

### 1.6.4 Criterios para manejar los resultados

#### E. A nivel de Sistematización

##### c. Tipo de Procesamiento

Los datos serán recolectados e introducidos en el editor de datos SPSS y analizados por el mismo sistema.

##### d. Plan de Operaciones

##### b.1 Clasificación de datos

Se realizará una Matriz de Sistematización.

##### b.2 Recuentos

Se llevarán a cabo en el sistema SPSS.

##### b.3 Codificación

Se asignarán los códigos para cada una de las dimensiones.

- Dimensiones de elementos tangibles.
- Dimensiones fiabilidad.
- Dimensiones de respuesta rápida.
- Dimensiones de seguridad
- Dimensiones de empatía.

##### b.4 Análisis

Plan de análisis

Variable	Carácter estadístico	Escala de medición	Técnicas de estadística descriptiva
Calidad de Servicio	Cualitativo	Nominal	Distribución de Frecuencias
			- Absolutas
			- Porcentuales
Nivel de satisfacción	Cuantitativo	Nominal	Distribución de Frecuencias
			- Absolutas
			- Porcentuales

**b.5 Tabulación**

Las tablas serán descriptivas para determinar la distribución de la variable, considerando tablas de frecuencia, medias y moda.

**b.6 Graficación**

Corresponderán al resultado de la variable.

**F. A nivel de Estudios de Datos**

**e. Metodología de interpretación**

La interpretación se llevará a cabo de acuerdo a la jerarquía de datos, comparación entre datos y apreciación crítica de lo observado.

**f. Modalidades Interpretativas**

La interpretación se realizará post cuadro, acompañada de una discusión final.

**g. Operaciones para interpretar los cuadros**

Se realizará un análisis y síntesis, junto a inducción y deducción.

**h. Niveles de interpretación**

Es relacional

**G. A nivel de Conclusiones**

**c. Nivel de profundidad analítica con que serán formuladas**

Descripción de los datos obtenidos y comparación con otras realidades y estudios en nuestra población.

**d. Nivel de logro de objetivos**

Se busca lograr todos los objetivos.

**H. A nivel de recomendaciones**

b. **Forma:** Sugerencias, programas, proyectos.

**1.6.5 Cronograma de trabajo**

<b>Tiempo de actividades</b>	<b>Octubre 2018</b>	<b>Noviembre 2018</b>	<b>Diciembre 2018</b>
1.Recolección de datos	X		
2.Estructuración de los Resultados		X	
3. Informe final			X



**ANEXO N° 2:**  
**MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN**

Expectativas	Edad	Género	Grado de Instrucción	Situación Laboral	Asegurado (SS)	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Pregunta 21
1	2	1	4	2	1	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4
2	1	2	4	1	1	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	3
3	3	2	2	3	1	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5
4	2	2	4	3	1	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3
5	2	2	3	3	1	5	5	4	3	3	3	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4
6	3	1	4	2	1	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4
7	1	2	3	3	1	3	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4
8	4	2	1	1	1	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
9	3	1	4	3	1	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
10	4	2	2	1	1	4	5	5	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5
11	3	1	5	3	2	3	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
12	2	2	3	2	1	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
13	3	2	3	1	1	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4
14	4	1	4	3	1	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4
15	3	1	3	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3
16	2	2	3	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3
17	3	2	4	3	1	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3
18	3	1	3	3	1	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
19	2	2	5	2	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4
20	2	1	4	2	1	5	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	3	5	5	5	4	5
21	1	2	4	1	1	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
22	3	2	2	3	1	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
23	2	2	4	3	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3
24	2	2	3	3	1	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	3	4
25	3	1	4	2	1	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	5	4	5	3	4
26	1	2	3	3	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4
27	4	2	1	1	1	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
28	3	1	4	3	1	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
29	4	2	2	1	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4
30	3	1	5	3	2	5	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5
31	2	2	3	2	1	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3
32	3	2	3	1	1	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	5
33	4	1	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3
34	3	1	3	3	1	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
35	2	2	3	3	1	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
36	3	2	4	3	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4
37	3	1	3	3	1	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	3	4
38	2	2	5	2	1	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	4
39	4	1	4	3	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4
40	3	1	3	3	1	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4
41	2	2	3	3	1	4	4	3	3	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	3
42	3	2	4	3	1	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
43	2	1	4	2	1	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3
44	1	2	4	1	1	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4
45	3	2	2	3	1	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5
46	2	2	4	3	1	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4
47	2	2	3	3	1	5	4	4	3	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5
48	3	1	4	2	1	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5
49	1	2	3	3	1	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5
50	4	2	1	1	1	4	4	5	4	5	5	5	3	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4
51	1	2	4	1	1	5	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
52	3	2	2	3	1	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4
53	2	2	4	3	1	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4
54	2	2	3	3	1	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
55	3	1	4	2	1	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	3
56	1	2	3	3	1	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3
57	4	2	1	1	1	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3
58	3	1	4	3	1	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	3	4
59	4	2	2	1	1	5	5	5	3	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5
60	3	1	5	3	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3
61	2	2	3	2	1	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4
62	3	2	3	1	1	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4
63	4	1	4	3	1	5	5	5	3	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5
64	3	1	3	3	1	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
65	3	1	4	2	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5
66	2	1	4	2	1	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4
67	1	2	4	1	1	5	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5
68	3	2	2	3	1	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5
69	2	2	4	3	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5
70	2	2	3	3	1	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5
71	3	1	4	2	1	3	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4
72	1	2																								

Expectativas	Edad	Género	Grado de Instrucción	Situación Laboral	Asegurado (SI)	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Pregunta 21
126	4	2	1	1	1	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3
127	3	1	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
128	4	2	2	1	1	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
129	3	1	5	3	2	5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	2	2	3	2	1	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
131	3	2	3	1	1	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
132	4	1	4	3	1	5	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
133	3	1	3	3	1	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
134	2	2	3	3	1	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
135	3	2	4	3	1	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	3	1	3	3	1	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
137	2	2	5	2	1	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
138	2	1	4	2	1	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3
139	1	2	4	1	1	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3
140	3	1	4	2	1	5	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
141	2	2	5	2	1	4	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3
142	3	1	3	3	1	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
143	4	1	4	3	1	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5
144	3	1	3	3	1	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3
145	2	2	3	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
146	4	2	2	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
147	3	1	5	3	2	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
148	2	2	3	2	1	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	3	2	3	1	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
150	3	1	4	2	1	5	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5
151	3	1	4	3	1	4	4	3	3	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
152	4	2	2	1	1	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
153	3	1	5	3	2	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
154	2	2	3	2	1	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
155	3	2	3	1	1	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5
156	4	1	4	3	1	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
157	3	1	3	3	1	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3
158	2	2	3	3	1	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3
159	2	1	4	2	1	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3
160	1	2	4	1	1	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
161	3	2	2	3	1	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	3	4
162	2	2	4	3	1	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	2	2	3	3	1	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	5	3	4	4	4	3
164	3	1	4	2	1	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
165	1	2	3	3	1	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	4	2	1	1	1	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
167	2	2	3	2	1	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
168	3	2	3	1	1	4	4	3	3	3	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4
169	3	1	4	2	1	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
170	1	2	3	3	1	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
171	3	1	4	3	1	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	2	2	1	1	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5
173	3	1	5	3	2	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	3	5	4	5
174	2	2	3	2	1	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	3	5	5
175	3	2	3	1	1	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
176	4	1	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
177	3	1	3	3	1	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4
178	2	2	3	3	1	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3
179	3	1	4	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
180	1	2	3	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	1	4	3	1	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
182	3	1	4	2	1	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
183	1	2	3	3	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
184	3	1	4	3	1	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	5	3	4	4	3	5	4
185	4	2	2	1	1	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
186	3	1	5	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
187	3	1	4	2	1	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
188	3	1	4	3	1	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
189	4	2	2	1	1	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
190	3	1	5	3	2	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
191	2	2	3	2	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
192	3	2	3	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
193	4	1	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
194	3	1	3	3	1	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
195	2	2	3	3	1	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
196	1	2	4	1	1	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	4	4									