

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**DISEÑO DEL AMBIENTE Y LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL
CONSULTORIO ODONTOLÓGICO DE LA
CLINICA MEDVIDA SALUD SEDE HUACHO,
2018**

PRESENTADO POR:

OSWALDO OMAR SANCHEZ SOLIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GERENCIA DE
SERVICIOS DE SALUD**

ASESOR:

DANIEL ALBERTO OSWALDO VALENZUELA NARVAEZ

HUACHO - 2019

**DISEÑO DEL AMBIENTE Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN
EL CONSULTORIO ODONTOLÓGICO DE LA CLINICA MEDVIDA
SALUD SEDE HUACHO, 2018**

OSWALDO OMAR SANCHEZ SOLIS

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: DANIEL ALBERTO OSWALDO VALENZUELA NARVAEZ

UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRO EN GERENCIA DE SERVICIOS DE SALUD

HUACHO

2019



DEDICATORIA

A mi esposa que es mi inspiración para ser un mejor profesional y a mis padres por apoyarme a cumplir mis metas.

Oswaldo Omar Sanchez Solis.

AGRADECIMIENTO

A mi esposa por su confianza y tiempo incondicional, a mis padres por su apoyo en mi crecimiento profesional y a mi asesor por brindarme su dedicación para culminar con éxito la investigación. Asimismo, mi agradecimiento a las autoridades de la escuela de Posgrado de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

Oswaldo Omar Sanchez Solis.



ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 Objetivos de la investigación	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	4
1.5 Delimitaciones del estudio	4
1.6 Viabilidad del estudio	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.1.1 Investigaciones internacionales	6
2.1.2 Investigaciones nacionales	7
2.2 Bases teóricas	9
2.3 Definición de términos básicos	30
2.4 Hipótesis de investigación	31
2.4.1 Hipótesis general	31
2.4.2 Hipótesis específicas	31
2.5 Operacionalización de las variables	31
CAPÍTULO III	33
METODOLOGÍA	33
3.1 Diseño metodológico	33
3.2 Población y muestra	33
3.2.1 Población	33
3.2.2 Muestra	34

3.3	Técnicas de recolección de datos	35
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	35
CAPÍTULO IV		36
RESULTADOS		36
4.1	Análisis de resultados	36
4.2	Contrastación de hipótesis	45
CAPÍTULO V		49
DISCUSIÓN		49
5.1	Discusión de resultados	49
CAPÍTULO VI		52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		52
6.1	Conclusiones	52
6.2	Recomendaciones	53
REFERENCIAS		54
7.1	Fuentes bibliográficas	54
7.2	Fuentes electrónicas	54
ANEXOS		57

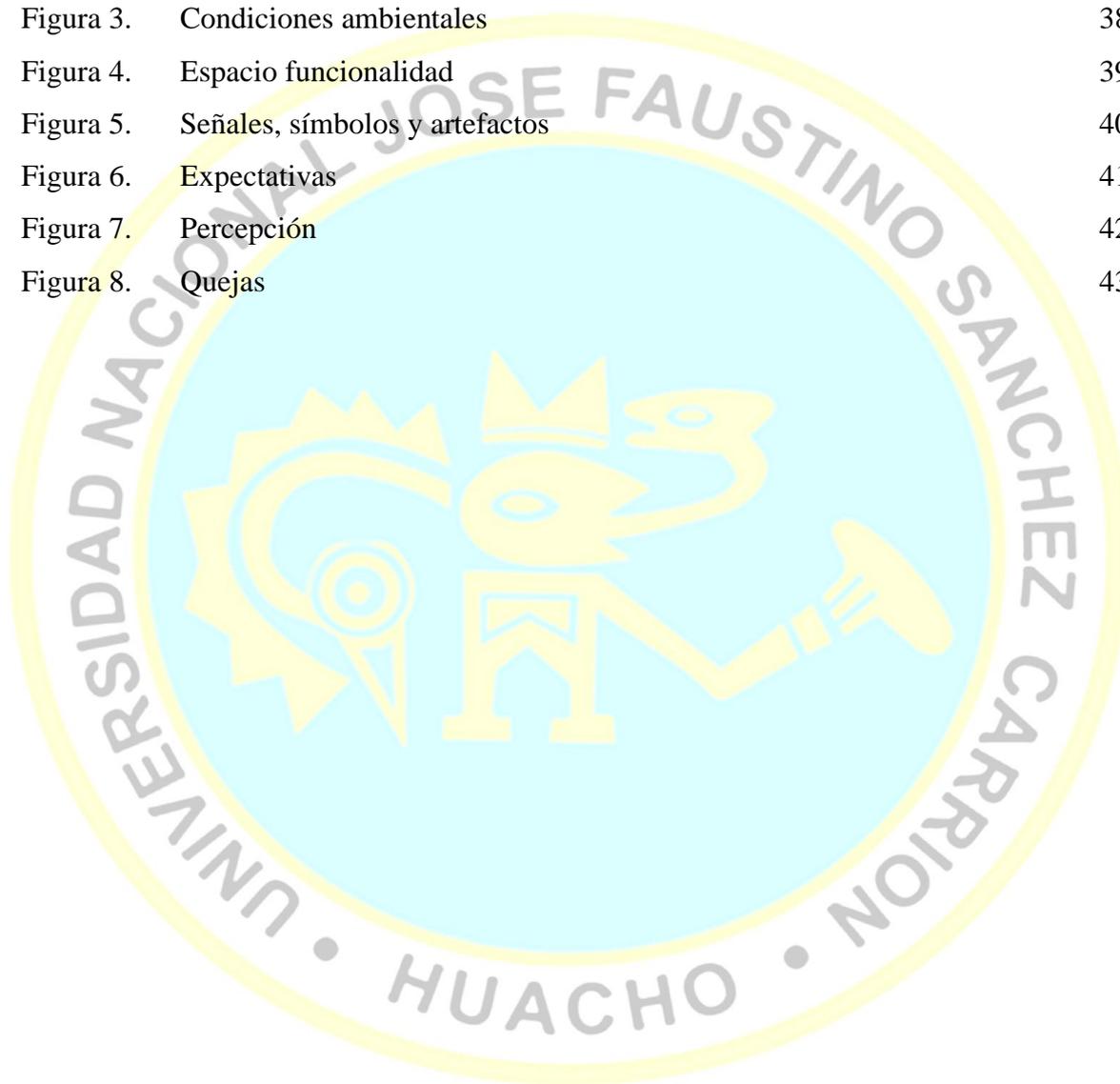


ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Género de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho	36
Tabla 2.	Edad de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho	37
Tabla 3.	Condiciones ambientales	38
Tabla 4.	Espacio funcionalidad	39
Tabla 5.	Señales, símbolos y artefactos	40
Tabla 6.	Expectativas	41
Tabla 7.	Percepción	42
Tabla 8.	Quejas	43
Tabla 9.	Pruebas de normalidad	44
Tabla 10.	Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Diseño del ambiente y satisfacción del usuario	45
Tabla 11.	Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Condiciones ambientales y satisfacción del usuario	46
Tabla 12.	Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: El espacio / funcionalidad y satisfacción del usuario	47
Tabla 13.	Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Las señales, símbolos y artefactos y satisfacción del usuario	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho	36
Figura 2.	Edad de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho	37
Figura 3.	Condiciones ambientales	38
Figura 4.	Espacio funcionalidad	39
Figura 5.	Señales, símbolos y artefactos	40
Figura 6.	Expectativas	41
Figura 7.	Percepción	42
Figura 8.	Quejas	43



RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general establecer de qué manera el diseño del ambiente influye en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018. La metodología fue de tipo aplicada, nivel explicativo, diseño no experimental, enfoque mixto. La población fue de 240 usuarios, asimismo la muestra fue 147 usuarios. Se utilizó la técnica de la encuesta y de instrumento el cuestionario. La validación del cuestionario se realizó con la prueba estadística de Kaiser-Meyer-Olkin y la prueba de esfericidad de Bartlett. La confiabilidad se realizó a través del Alfa de Cronbach (0,897). Los resultados respecto a la variable “Diseño del ambiente”, el 62,6% manifestaron que siempre el ambiente del consultorio odontológico es tranquilo y sin ruidos excesivos que puedan llegar a incomodar, el 37,4% mencionaron que los espacios del consultorio odontológico son los adecuados para brindar comodidad a los usuarios, el 46,9% mencionó el consultorio odontológico tiene sus ambientes con una señalización adecuada. Respecto a la variable “Satisfacción del usuario”, el 61,2% escuchan testimonios satisfactorios del consultorio odontológico por parte de terceros, el 44,9% mencionó que confían en los servicios que brinda el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, el 55,1% manifestó que el consultorio odontológico te da una solución rápida a tus quejas. Se utilizó la Prueba Rho de Spearman. La investigación concluye que el diseño del ambiente influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.686**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $p = 0.000$ ($p < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula.

Palabras clave: Condiciones ambientales, espacio / funcionalidad, señales, símbolos y artefactos, expectativas, percepción y quejas.

ABSTRACT

The general objective of the research was to establish how the design of the environment influences user satisfaction in the dental office of the Medvida Salud clinic in Huacho, 2018. The methodology was applied, explanatory level, non-experimental design, mixed approach. The population was 240 users, also the sample was 147 users. We used the survey technique and instrument the questionnaire. The validation of the questionnaire was carried out with the Kaiser-Meyer-Olkin statistical test and the Bartlett sphericity test. Reliability was performed through Cronbach's alpha (0.897). The results regarding the variable "Design of the environment", 62.6% said that the dental office environment is always quiet and without excessive noise that may come to bother, 37.4% mentioned that the spaces of the dental office are those suitable to provide comfort to users, 46.9% mentioned the dental office has its environments with adequate signage. Regarding the variable "User satisfaction", 61.2% heard satisfactory testimonies from the dental office by third parties, 44.9% mentioned that they trust in the services provided by the dental office of the Medvida Salud clinic in Huacho. 55.1% said that the dental office gives you a quick solution to your complaints. Spearman's Rho Test was used. The research concludes that the design of the environment significantly influences the satisfaction of the user in the dental office of the clinic Medvida Salud headquarters Huacho, 2018; a Rho correlation coefficient of Spearman = 0.686 ** was obtained, interpreting it as a moderate and very significant positive correlation between the variables, with a $p = 0.000$ ($p < 0.05$), rejecting the null hypothesis.

Keywords: Working conditions, space / functionality, signs, symbols and artifacts, expectations, perception and complaints.

INTRODUCCIÓN

La clínica Medvida Salud es una empresa especializada en brindar servicios en salud ocupacional para poner en conocimiento el estado de salud y/o aptitud del usuario, así como también la detección de patologías relacionadas. La sede Huacho de la clínica cumple con la legislación vigente contando con todas las certificaciones y exigencias del MINSA y DIGESA.

La calidad es un componente que influye de manera concluyente en la producción de las entidades, la cual sólo se logra con la existencia de óptimas condiciones de trabajo, así como la satisfacción de los usuarios considerándolos propósitos claves. La satisfacción de los usuarios con relación al servicio que reciben es un componente esencial, así como el diseño del ambiente en los que están inmersos los trabajadores y los usuarios puesto que estos dos tienen relación con el comportamiento organizacional. Considerando estos antecedentes las entidades de salud ponen mayor énfasis a mejorar las circunstancias del ámbito de los usuarios, con el objeto de que estos se sientan satisfechos y lograr que se sientan parte de la entidad, porque perciben que la atención y el servicio recibido muestran altos niveles de calidad.

Es así que se realizó el presente estudio con la finalidad de conocer cómo el diseño del ambiente influye en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Este estudio ha sido desarrollado en capítulos. En el capítulo I, se tiene la descripción de la realidad problemática, los problemas y objetivos de investigación y la justificación de la investigación. El capítulo II contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, hipótesis de investigación y operacionalización de variables. El capítulo III contiene la metodología de la investigación, diseño metodológico, técnica e instrumento, población y muestra, y la técnica de procesamiento de análisis de datos. El capítulo IV contiene el análisis de resultados y contrastación de hipótesis. El capítulo V contiene la discusión. Finalmente, el capítulo VI contiene las conclusiones y recomendaciones. Asimismo, se adjunta el anexo.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La clínica Medvida Salud es una empresa especializada en brindar servicios en salud ocupacional para poner en conocimiento el estado de salud y/o aptitud del usuario, así como también la detección de patologías relacionadas. La sede Huacho de la clínica cumple con la legislación vigente contando con todas las certificaciones y exigencias del MINSA y DIGESA.

Los directivos de la clínica Medvida Salud asumen con entusiasmo, la implicancia del reto de mejorar los diversos aspectos en la administración de la institución, tal como realizar una gestión con transparencia y brindar la apertura requerida para la existencia de control técnico y administrativo. Todos los integrantes de esta clínica tendrán el papel de vigilantes con la finalidad de optimizar los escasos bienes presupuestales, ejecutando las rendiciones necesarias respecto a metas ejecutadas y logros alcanzados. También se busca fortalecer la cartera de prestaciones con las distintas especialidades, mejorando la accesibilidad a los servicios y reservas de medicinas.

Procura una atención promocional, curativa, preventiva y de rehabilitación, laborar con una cultura basada en la calidad y obtener una óptima efectividad clínica, procurando que los procedimientos y resultados se realicen en tiempos cortos para que los usuarios se sientan satisfechos.

Un componente importante en toda institución es el capital humano, por tal motivo se ubica en un sitio significativo en la entidad, puesto que el éxito o el fracaso está sujeto a ellos. La calidad es un componente que influye de manera concluyente en la producción de las entidades, la cual sólo se logra con la existencia de óptimas condiciones de trabajo, así como la satisfacción de los usuarios considerándolos

propósitos claves. La satisfacción de los usuarios con relación al servicio que reciben es un componente esencial, así como el diseño del ambiente en los que están inmersos los trabajadores y los usuarios puesto que estos dos tienen relación con el comportamiento organizacional. Considerando estos antecedentes las entidades de salud ponen mayor énfasis a mejorar las circunstancias del ámbito de los usuarios, con el objeto de que estos se sientan satisfechos y lograr que se sientan parte de la entidad, porque perciben que la atención y el servicio recibido muestran altos niveles de calidad.

Según el reglamento de la ley general de salud con respecto al servicio otorgado y la atención brindada señala que es necesario que los trabajadores cuenten con los recursos físicos, tecnológicos y humanos para ofrecer un servicio con altos niveles de calidad como lo demandan los usuarios.

De acuerdo a un estudio realizado en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud, se ha podido evidenciar que hay problemas significativos que están influenciando de manera negativa en la satisfacción de los usuarios de esta clínica, entre los que tenemos son inconvenientes en la organización de las prestaciones institucionales; contrariedades lo que refiere a la información solicitada y necesaria; falta de ética por parte del personal que labora en la clínica; inconvenientes aplicables a las condiciones tangibles de la clínica; no se establece un vínculo de comunicación favorable para ambas partes; procedimiento largos y engorrosos.

En el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud con relación al diseño del ambiente presenta ciertas deficiencias tales como ruidos molestos por los otros consultorios de la clínica, máquinas o equipos que producen ruidos molestos, la falta de elementos de distracciones como TV, música, revistas, etc. influyen en la calidad de servicio dental; el consultorio dental cuenta con conexiones eléctricas y tuberías que no benefician a la instalación y posiciones de los equipos dentales; difícil accesibilidad y falta de seguridad; la iluminación es tenue y fría; exceso de ruidos y bulla dentro de la clínica; la decoración es fría ocasionando que el usuario no se sienta cómodo; falta de espacios donde los individuos puedan contar con un poco de privacidad y falta de espacios comunes donde los usuarios puedan esperar de manera cómoda y pueda socializar; los sanitarios de uso exclusivo de los pacientes no satisfacen las expectativas y necesidades de los usuarios que son atendidos en el consultorio odontológico.

Si los directivos de la clínica Medvida Salud no consideran mejorar los puntos débiles antes mencionados seguirá teniendo usuarios insatisfechos que sólo tendrán comentarios negativos con respecto a su bien y las prestaciones que brindan, así mismo los ambientes con los que cuenta seguirán reflejando frialdad, indiferencia y poca importancia, es decir que su nivel de calidad será calificado por debajo de los estándares establecidos.

Se recomienda que los directivos y trabajadores del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud mejoren los interiores de la clínica y la ambientación del mismo deberá estar dirigida los distintos niveles socioeconómicos con el objetivo de incrementar los niveles de calidad de vida de los usuarios mediante la función de los ambientes; establecer y desarrollar un plan de trabajo que brinden propuestas para mejorar los inconvenientes relacionados a espacio definidos en vínculo a los usuarios propios de los ambientes considerando las actividades que ahí se desarrollan; diseñar sus interiores con la intención de que reflejen personalidad e innovación.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera el diseño del ambiente influye en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018?

1.2.2 Problemas específicos

- a. ¿De qué manera las condiciones ambientales influyen en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018?
- b. ¿De qué manera el espacio / funcionalidad influye en la satisfacción del usuario consultorio en el odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018?
- c. ¿De qué manera las señales, símbolos y artefactos influyen en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer de qué manera el diseño del ambiente influye en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Establecer de qué manera las condiciones ambientales influyen en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.
- b. Establecer de qué manera espacio / funcionalidad influye en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.
- c. Establecer de qué manera las señales, símbolos y artefactos influyen en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación por su conveniencia: Ya que la investigación busca conocer si el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud cuenta con un diseño de ambiente adecuado y así poder determinar de qué manera esto influye en la satisfacción de sus usuarios, siendo esto un tema de suma importancia para la misma clínica Medvida Salud sede Huacho.

Justificación por su aporte social: En tanto se contribuya con entregar a la clínica Medvida Salud sede Huacho, los factores que vienen influenciando en la satisfacción de sus usuarios con el fin de corregir las fallas para poder así brindarle un servicio de calidad bajo su propia percepción.

Justificación por su aporte científico: ya que se está planteando un instrumento científico de recolección de datos que ayudará a otras investigaciones a evaluar la conformidad de los usuarios con respecto al diseño del ambiente y así mismo evaluar su satisfacción del usuario, el cual está respaldado por una base teórica seleccionada con criterio para que la investigación logre dar con los resultados esperados.

1.5 Delimitaciones del estudio

La presente investigación se realizó en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho.

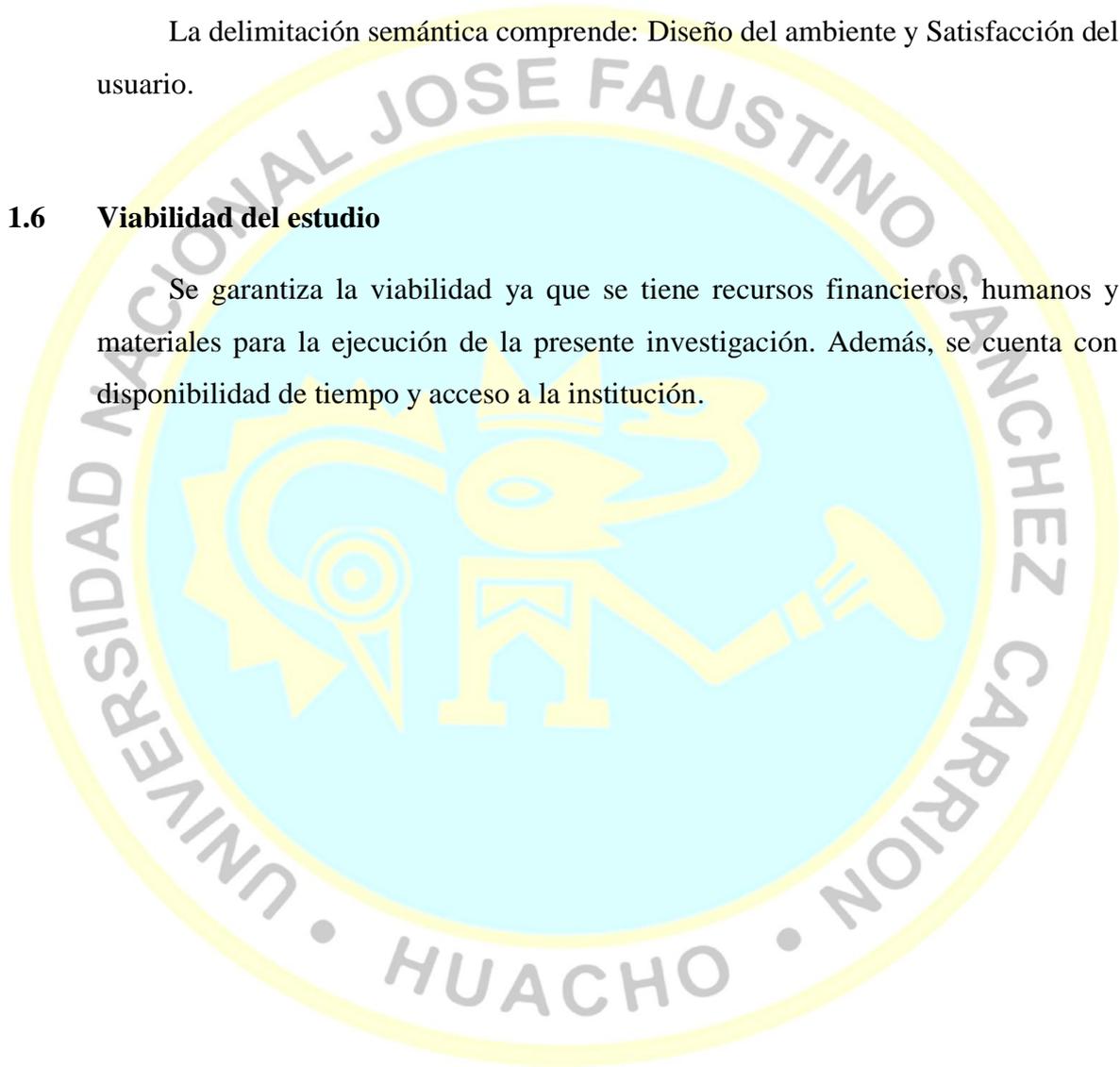
La delimitación social comprende a los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho.

La delimitación geográfica comprende al distrito de Huacho, provincia de Huaura, departamento de Lima.

La delimitación semántica comprende: Diseño del ambiente y Satisfacción del usuario.

1.6 Viabilidad del estudio

Se garantiza la viabilidad ya que se tiene recursos financieros, humanos y materiales para la ejecución de la presente investigación. Además, se cuenta con disponibilidad de tiempo y acceso a la institución.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

(Aragadvay, 2017) realizó la investigación titulada “Satisfacción del usuario externo del Hospital Básico Moderno de Riobamba”, la cual fue aprobada por Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el determinar el nivel de satisfacción del usuario externo. Es una investigación descriptivo exploratorio. La población fue 1107 usuarios, así mismo la muestra fue 123 usuarios. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que los usuarios externos perciben mala calidad de atención en el servicio de consulta externa del Hospital Básico Moderno de Riobamba, debido a que sus expectativas no fueron atendidas o cumplidas en su totalidad.

(Cepeda, 2017) realizó la investigación titulada “Satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de emergencia del Hospital Dr. Gustavo Domínguez de Santo Domingo de los Tsáchilas”, la cual fue aprobada por Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el diseñar estrategias para elevar la satisfacción de la atención de salud que reciben los usuarios. Es una investigación transversal correlacional, exploratoria y descriptiva. La población 3566 personas, así mismo la muestra fue 360 personas. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que existe una insatisfacción de los usuarios que acuden al Servicio de Emergencia del Hospital “Dr. Gustavo Domínguez” relacionados con el tiempo de espera con el trato que recibe del personal

médico y de enfermería, con la falta de medicamentos de la farmacia, con la inadecuada explicación del problema y tratamiento que debe realizar el paciente.

(Novillo, 2016) realizó la investigación titulada “Diseño de un sistema integrado de gestión de calidad, ambiente y seguridad para la unidad de medicina nuclear del Hospital Dr. Teodoro Maldonado Carbo Guayaquil”, la cual fue aprobada por Escuela superior Politécnica de Chimborazo. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el proponer un sistema integrado de gestión de calidad, ambiente y seguridad para la unidad de medicina. Es una investigación es mixta (cualitativo-cuantitativo). La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que el control de calidad, sistema de manipulación y pruebas de aceptación no se cumplen no se cumple en su totalidad en este sistema.

(Ruiz, 2015) realizó la investigación titulada “Diseño de Sistema de Gestión de Seguridad, Salud y Ambiente en el Trabajo para Curtiduría Hidalgo en la ciudad de Ambato”, la cual fue aprobada por la Universidad San Francisco de Quito. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo diseñar un Sistema de gestión de Seguridad, Salud y Ambiente en el trabajo basado en el Modelo del Sistema Nacional de Gestión de la Prevención (SGP). Es una investigación descriptiva. La investigación utilizó como técnicas de recolección de datos el fichaje, la entrevista y la observación. La investigación concluyó que cumple en un 26,83% con los requisitos técnico legales del Sart.

2.1.2 Investigaciones nacionales

(Hilario, 2017) realizó la investigación titulada “Satisfacción del usuario externo en la atención del parto en el Centro Materno Infantil Juan Pablo II Los Olivos, 2015”, la cual fue aprobada por Universidad César Vallejo. Perú. La investigación tuvo como objetivo el determinar el nivel de satisfacción del usuario externo. Es una investigación básica, descriptiva, cuantitativo, no experimental, transversal. La población fue 790 usuarias. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que la mayoría de pacientes que acudieron para atención de parto al Centro Materno Infantil Juan Pablo II se encuentran satisfechos con la atención recibida.

(Huanchaco, 2017) realizó la investigación titulada “Nivel de satisfacción de los usuarios hospitalizados en los servicios de medicina y cirugía del Hospital Nacional. Guillermo Almenara Irigoyen, EsSalud, Lima – Perú, 2016”, la cual fue aprobada por Universidad César Vallejo. Perú. La investigación tuvo como objetivo el comparar el nivel de satisfacción de los usuarios. Es una investigación cuantitativo transversal, observacional, no experimental. La población fue 304 usuarios. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó que no existen diferencias significativas entre el nivel de satisfacción de los usuarios hospitalizados en los servicios de medicina y cirugía del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, EsSalud. Lima.

(Cabanillas, 2013) realizó la investigación titulada “Diseño de infraestructura de red para mejorar el servicio de comunicaciones en la Clínica Santa Isabel de Lima”, la cual fue aprobada por Universidad Nacional de Trujillo. Perú. La investigación tuvo como objetivo el diseñar una infraestructura de red. Es una investigación aplicada. La población fue 70 trabajadores. La investigación concluyó en que el nuevo diseño se red mejoró el servicio de comunicaciones optimizando el tráfico de red, y fácil acceso de la información.

(Villacorta, 2012) realizó la investigación titulada “Análisis y diseño de la infraestructura de red para el Hospital Regional de Loreto”, la cual fue aprobada por Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Perú. La investigación tuvo como objetivo analizar y diseñar una Infraestructura de red de área local. La investigación utilizó como técnicas de recolección de datos la observación y la entrevista. La investigación concluyó el diseño de la infraestructura de red con backbone gigabit capaz de soportar grandes cargas de tráfico dentro de la institución y cubrir distancias de mayor longitud dentro del campus del Hospital.

2.2 Bases teóricas

Variable independiente: Diseño del ambiente

A. Definiciones

(Lovelock & Wirtz, 2015) mencionan menciona que el diseño del ambiente es una habilidad que se vincula con el estilo y aspectos del entorno físico que pasan los usuarios en los establecimientos donde se les brinda el servicio.

(Schiffman & Lazar, 2010) señalan que el diseño del ambiente es la creación de una percepción que ejerce influencia tanto en el usuario y el personal es decir el diseño difunde la imagen corporativa.

B. Dimensiones del diseño del ambiente

(Lovelock & Wirtz, 2015) manifiestan que el entorno físico del servicio es complicado ya que incorpora varios componentes de diseño. En una perspectiva global de los componentes de diseño que podrían abarcar una empresa. Para lo cual nos enfocamos en las dimensiones del ambiente dentro del esquema de perspectiva de mismo:

a. Condiciones ambientales

Son características del ambiente que impresionan los sentidos. Incluso en el caso no es observado conscientemente, sin embargo, podría perjudicar el bienestar emocional, sensaciones también actitudes y el comportamiento. Tales condiciones se encuentran compuestas por diversos elementos y detalles de diseño que funcionan en grupo para la creación del ambiente del servicio deseado. El ambiente que se da al final crea un estado de ánimo que los usuarios sentir aisladamente y de forma global e incluye esquemas de color e iluminación, percepción de forma y aromas, los sonidos como los ruidos y música, aromas y colores, la temperatura. Un diseño adecuado de este tipo de circunstancias que desencadenan conductas requeridas ente los usuarios. Un buen diseño de estas condiciones puede provocar las conductas deseadas entre los usuarios. Sus indicadores son: temperatura, calidad del aire, ruido, música y el aroma.

b. Espacio / funcionalidad

Sitio donde los entornos tienen que cumplir finalidades particulares y necesidades de los usuarios, la repartición del tiempo y la función son muy fundamentales. La repartición del espacio hace referencia al plan de asignación de espacio en el tamaño, el piso, y la forma de la organización. La funcionalidad tiene que ver con la destreza que poseen esos artículos para un buen desempeño de las transferencias de servicio. La repartición del espacio y la funcionalidad producen perspectivas visuales y funcionales para la prestación de servicio, establecen de uso fácil y la probabilidad de una buena atención del cliente en el lugar. Sus indicadores son: Espacios, equipo, mobiliario.

c. Señales, símbolos y artefactos

Diversas cosas en el ambiente de servicio tienen formas de actuar como indicios claros o no para dar la comunicación de la imagen corporativa, con el fin de apoyar al usuario a hallar su camino y dar la transmisión del servicio. Ciertos indicios claros son los signos que son usados como rótulos (que son usados para indicar el nombre de cada área), para brindar instrucciones (como entrada, salida, elevadores, sanitarios); para dar paso a la comunicación del libreto de servicios y reglas conductuales (como apagar o silenciar los dispositivos móviles, o la señalización para áreas de no fumar). Con frecuencia las señales son usadas para el dar enseñanza y esforzarse reglas de conducta en entorno de servicios. El desafío para los diseñadores del panorama de servicio trata de usar las señales, los artefactos para orientar a los usuarios de forma clara a continuidad del proceso de la prestación del servicio, y dar enseñanza el proceso de servicio intuitivo. Esta actividad de mucha importancia se da en el caso de una elevada proporción de los usuarios nuevos o pocos frecuentes, sobre todo cuando hay poco o ningún trabajador que se dispone que colabore a los usuarios al transcurrir el proceso. Los usuarios pueden sentirse desorientados en el caso que no conseguir indicios con claridad en un escenario de servicio, lo cual les causa estrés y una serie de duda acerca de la manera de accionar como alcanzar el servicio anhelado. Es sencillo que los usuarios puedan sentirse perdidos en un ambiente confuso y que atraviesen enfado y frustración como consecuencia. Sus indicadores son: señalización, artefactos personales, estilo de decoración.

C. Teorías sobre el diseño del ambiente

(Lovelock & Wirtz, 2015) mencionan que, para diseñar el ambiente de servicio, la empresa se empeña demasiado. Pero ¿Por qué el espacio físico tiene consecuencias fundamentales sobre las personas y su comportamiento? En términos de psicología ambiental se estudia como los individuos responden a entornos en concreto, para un mejor entendimiento se podrían utilizar teorías y mejorar el comportamiento de las personas en los diversos espacios físicos de servicio.

Siendo un vital motivador los estados de ánimos de las personas en brindar respuesta ante el entorno de servicio. Para un mejor entendimiento de las respuestas de las personas en el ambiente de servicio, se debe conocer los siguientes esquemas.

a. El modelo de estímulo - respuesta de Mehrabian Russell

Es un modelo elemental pero importante de la forma como las personas responden a los entornos. Basándose en la interpretación y la percepción consciente e inconsciente del entorno inciden en la disposición emocional de las personas. La disposición emocional de las personas, a la vez determinan sus repuestas ante el entorno. Ni las percepciones, ni pensamiento son lo que dan la dirección de la conducta sino de los sentimientos que este modelo es importante.

En términos psicológicos en este tema, la variable tradicional de resultado es el contacto o evitar un ambiente. En el caso del marketing de servicio se podría incorporar una lista de resultado que una empresa quisiera tener, como la cantidad de dinero que las personas pagan y si logra sentirse satisfecho al momento de la compra de un producto después marcharse del establecimiento de la empresa.

b. El modelo de Russell del afecto,

Dado a la importancia de los sentimientos son vitales en que las personas responden ante el espacio físico, se necesita comprender mejor los sentimientos. Este modelo es empleado para comprender los sentimientos en el entorno del servicio y recomienda que las respuestas emocionales al ambiente se describen en dos dimensiones que son el placer y la activación. El placer es una reacción personal y directa al espacio físico y va a estar sujeto a que tan afable o no afable

le genera al individuo. Cuando la activación es el nivel de estímulo que percibe el individuo, y parte de sueño fuerte (el grado inferior de actividad interna) aun en los grados altos de adrenalina en el flujo sanguíneo. La característica de la activación es de menor subjetividad que la característica del placer. La primera característica se sujeta esencialmente de la carga de información que existe en un entorno.

En este modelo se divide el conocimiento y las emociones dos dimensiones emocionales fundamentales tácito. En el caso que se dé la emoción de enojo por la deficiencia de un servicio podría explicarse como una activación alto y una gran incomodidad y se situaría en la intranquilidad del modelo, mezclado con un proceso de conocimiento de atribución. En el caso que se da la emoción de enojo por la diferencia de un servicio que se explicaría como una especie de activación alto y una enorme comodidad y se situaría en lo intranquilo del modelo mezclado con un procedimiento de conocimiento de atribución. Cuando un cliente adjudica la eficiencia de servicio a la compañía (mejor dicho, tiene la idea que la compañía tenga un error de que sucediera esto, que la compañía tiene el control y hace caso omiso para que ocurra).

De la misma forma, en la mayoría de las emociones se pueden dividir sus elementos cognitivo y afectivo.

La fortaleza del esquema del afecto es u facilidad, ya que facilita una evaluación directa de los sentimientos de las personas al momento de experimentar el servicio. Las organizaciones pueden determinar estados afectivos.

- Proceso afectivo y cognoscitivo, el proceso afectivo se ocasiona por procesos cognitivo y percepciones en algunos niveles complejos. No obstante, en tanto más difícil se convierta el proceso cognitivo, mayor fortaleza tendrá su impacto potencial acerca del aprecio.
- Resultado conductual del afecto, al grado más esencial, los espacios físicos óptimos, y tratar captar a las personas, en tanto que lo desagradable puede ocasionar conductas de evitación. Una forma de actuar de la activación es de amplificar el efecto esencial acerca del placer conductual. Cuando el ambiente de agrado daría una elevada activación generaría emoción,

ocasionando así una respuesta de mayor buena en el usuario. En lo opuesto cuando un ambiente de servicio no es de agrado, los gerentes deberían eludir la elevación de los niveles de activación, ya que estos conllevan a los usuarios a estar intranquilos.

c. El esquema de las perspectivas de servicio

Teniendo en cuenta los esquemas de la psicología con respecto al ambiente se determinó un esquema minucioso a la cual se le denomina esquema de servicio. Donde se identifica las dimensiones en el diseño del ambiente que son las condiciones ambientales, el espacio físico y la funcionalidad, así también como las señales, los símbolos.

La razón es que las personas tienden a percibir dichas dimensiones de manera global. Lo fundamental para que un diseño muestre eficacia está sujeto de lo bien que cada dimensión individual se complementa con los otros.

En el esquema se mencionan los moderadores de la respuesta de los clientes y del personal, lo cual significa que en espacio físico se puede tener diversos efectos en diferentes clientes, este sujeto de quienes son y de lo que les agrada. En este esquema se dio una contribución importante en su inclusión de respuesta del personal en el entorno. Se debe enfatizar más en el personal la razón en que pasan mucho tiempo allí con respecto con los clientes y es fundamental que los diseñadores tengan bien este punto ya que el entorno aumenta la productividad de los trabajadores de contacto y la calidad de servicio que brinda.

Las respuestas internas de los clientes y de la persona tienen la posibilidad de categorizar dichas respuestas de conocimiento (como las percepciones o ideas acerca de la calidad) y en respuestas emocionales (como sentimientos y estado de ánimo) y las respuestas psicológicas (como dolor y bienestar).

D. Procesos, estándares y necesidades que definen la modulación de los ambientes hospitalarios

(Mejía, 2016) menciona que se requiere del conocimiento profundo de los procesos asistenciales para el diseño de los ambientes hospitalarios, como las necesidades de los pacientes, de sus familiares y del personal de la salud. Se

necesita tener la visión que va más lejos de un conjunto de áreas que están distribuidos en el espacio físico que se dispone conforme con una lista de actividades y usuarios.

Antes de comenzar el diseño es importante tener visión de los procesos y flujos, comprender para que son hechos cada uno de ellos y sus usos de potencialidad. También, garantizar que el diseño tenga el diseño que colabora a diferentes políticas, programas, planes y estándares de proceso, las especificaciones de pre- instalación de tecnología biomédica, considerar como mínimo los requerimientos de habilitación de la nación incluso los estándares de las diversas certificaciones y acreditaciones tanto nacional como internacional. Para finalizar, un pensamiento medico integrador.

Se listan ciertos lineamientos que precisan las características del entorno de una habitación hospitalaria, que son:

- a. Plan de seguridad de la instalación
 - Programa de extinción temprana y extinción de incendios.
 - Programa de prevención de pérdida de pacientes.
- b. Política de prevención de riesgo de caídas
 - Mitigación de riesgos.
 - Elementos de protección.
- c. Política de prevención de infecciones asociadas al cuidado de la salud
 - Aislamientos hospitalarios.
 - Lavado e higiene de manos.
 - Manejo de residuos hospitalarios.
- d. Política de prevención de suicidios

Estos necesitan para uno de ellos una inclusión de detalles en el diseño del interior y arquitectónico, el cual será el cimiento para dichos procesos. Están compuestos por una cantidad elevado de detalles que suman un aporte para logara un entorno asistencial seguro.

Es ahí cuando interviene el integrador medico se vuelve esencial, de forma que el equilibrio del entorno se enfoque para los procesos asistenciales.

Una vez hecho el desafío del diseño arquitectónico, es un elemento fundamental en interiorismo de las habitaciones para dar alineación de la función de espacio de los procesos, programas y políticas de la institución de salud. Así se tiene certeza para planificar, integrar y premisas del diseño del espacio recurrente esencial de un proyecto hospitalario.

La habitación hospitalaria tiene que dar una experiencia singular en la atención, de uso fácil, y de limpieza y brindar seguridad sin dejar una adecuada distribución de los ambientes asistenciales.

E. Propósito fundamental del diseño del ambiente

(Lovelock & Wirtz, 2015) manifiestan que el diseño del ambiente es una habilidad que se necesita de mucho tiempo y esfuerzo, y que a veces resulta oneroso. La perspectiva de servicio se vincula con el estilo y el aspecto del espacio físico y demás componentes que atraviesan los clientes en los lugares donde se entrega el servicio. Cuando ya se han elaborado no es tan sencillo poder cambiarlos. Los propósitos fundamentales son los siguientes:

a. Configuración de las experiencias y los comportamientos de los usuarios

En las compañías que brindan contacto directo con los usuarios, el espacio físico y los trabajadores especializados de contacto que hace sus labores, debe de tener un rol fundamental para crear una identidad organizacional en concreto, y en la formación de las experiencias del usuario. En este espacio físico que lo acompaña influye en las conductas de los clientes de las siguientes formas:

- Como medio que crea mensajes, para informar al público sobre la calidad peculiar de la experiencia de servicio se debe emplear los símbolos.
- Como medio que llama la atención, para conseguir que el espacio físico sea superior que la competencia y poder atraer a los clientes.
- Como medio que crea afecto, que usa colores, texturas, sonidos, aromas y diseños espaciales para optimizar la vivencia del servicio anhelada o dar el incremento del gusto por algunos productos y servicios.

b. Imagen, posicionamiento y diferenciación

Frecuentemente los servicios son abstractos, y los clientes tienen dificultad para dar su evaluación con respecto a su calidad, razón por la cual se enfoca en el espacio físico como un punto muy fundamental, por lo que las organizaciones se esfuerzan por mostrar calidad y transferir la apariencia anhelada.

Algunas perspectivas de servicio son solamente funcionales. Las organizaciones en la búsqueda de transferir la impresión de un servicio a menor precio, lo realizan para situarse en segmentos menos onerosos. Pero, las perspectivas de servicio no siempre dan la impresión y la conducta de los usuarios de la forma ansiada. El ambiente físico es frecuentemente utilizado por los usuarios de forma innovadora con diversas finalidades.

c. El ambiente de servicio como propuesta de valor

El ambiente físico coopera en dar forma a las reacciones y los sentimientos adecuados en los trabajadores y los usuarios.

d. Facilitación del encuentro del servicio e incremento de la capacidad

Finalmente, los ambientes de servicio a menudo están diseñados para favorecer el punto de encuentro del servicio y así elevar la productividad, donde se resaltan como el caso de los métodos de pruebas de fallas de contenidos de ambiente de servicio que ayudan a minimizar los fracasos y favorece a alcanzar un proceso inmediato y continuo en la prestación del servicio. Donde el apartado se describe la manera en la que el diseño de los hospitales ayuda a la recuperación de los pacientes y mejora el desempeño de los empleados.

F. Ambiente interior saludable en hospitales

(Casa Solo, 2016) menciona que Los centros sanitarios son, en particular, espacios en los que se debe priorizar la calidad del ambiente interior.

Durante todo su ciclo de vida los materiales empleados para construir centros sanitarios pueden liberar sustancias tóxicas que representan una amenaza para los usuarios y profesionales que pasan horas en estos edificios.

En el funcionamiento diario de un hospital se manipulan una gran cantidad de sustancias químicas que pueden ser nocivas para nuestra salud, como los productos de limpieza o desinfección.

A causa de la exposición a todos estos componentes hoy en día existen enfermedades como la Sensibilidad Química Múltiple (SQM), el Síndrome Somático Funcional (SSF) o bien términos relativos a la arquitectura como el Síndrome de Edificio Enfermo (SEE).

Algunos de los síntomas que produce la ausencia de un ambiente interior saludable en hospitales y residencias son la irritación, la dificultad de concentración, los dolores de cabeza, vértigos, dolores musculares, la hipersensibilidad o incluso la disminución del rendimiento laboral por parte del equipo de profesionales.

Además, la falta de ventilación y los sistemas de climatización (aire acondicionado y calefacción) suelen propiciar un ambiente seco con una humedad inferior a la recomendada que se sitúa alrededor del 50%.

Por ello, del mismo modo que la Organización Mundial de la Salud (OMS) expone la necesidad de garantizar el confort y bienestar interior en los edificios, por ello hay que dar particular atención al diseño de un ambiente interior saludable en los centros sanitarios.

Los criterios de diseño a tener en cuenta para conseguir un ambiente interior saludable en hospitales:

a. Uso de materiales saludables

En primer lugar, se habla de los materiales, tanto aquéllos utilizados para la construcción del hospital como para los acabados y decoración interior, como muebles o accesorios. Todos ellos pueden emitir productos químicos, normalmente compuestos volátiles orgánicos, que afectan a la salud de los usuarios del centro sanitario. Por ello, se debe ser conscientes de la importancia de la buena selección de materiales en el momento de diseñar un edificio, especialmente un hospital donde la salud juega un papel esencial.

b. Conexión con la naturaleza

El segundo de los criterios de diseño para lograr un ambiente interior saludable en hospitales es la conexión con la naturaleza mediante el control de las visuales y el diseño de espacios exteriores en los centros sanitarios. Al plantear una mayor relación con la naturaleza, los pacientes reducen su estancia en el hospital y necesitan una menor cantidad de analgésicos para su mejora. Además, el personal médico cuenta con un espacio de descanso y tranquilidad que le permite disminuir el nivel de estrés.

c. Control de las fuentes de contaminación

El control de las fuentes de contaminación también es necesario para lograr un ambiente saludable en los centros hospitalarios. Para ello podemos optar por varias alternativas. La eliminación sería la primera de ellas, el método ideal para controlar la calidad del ambiente interior en un centro sanitario. Será posible aplicar esta opción cuando la fuente de contaminación esté detectada.

d. Calidad del aire interior

La óptima calidad del aire interior es un aspecto fundamental para un hospital saludable. Para conseguirla es necesario controlar en todo momento la ventilación natural y mecánica del edificio, analizando en profundidad los contaminantes que puedan existir en el ambiente. Algunos de los compuestos que se puede encontrar y que es importante detectar y eliminar son gases y vapores.

e. Selección adecuada de los sistemas de climatización

Los sistemas de climatización también juegan un papel importante en el ambiente interior saludable en hospitales y residencias, especialmente en las unidades más delicadas como los bloques quirúrgicos y sus locales anexos. Estos espacios, donde se encuentran usuarios más vulnerables, deben asegurar condiciones como 20 renovaciones/hora del aire, una temperatura mínima de 18-19°C y máxima de 24-26°C y una humedad relativa del aire entre el 50 y el 60%.

f. Iluminación apropiada

Otro requisito de un centro sanitario saludable es que cuente con una buena iluminación, tanto para que los profesionales puedan desarrollar su trabajo

adecuadamente como para que los pacientes no deban forzar la vista innecesariamente. En función del área del hospital será necesario un nivel de iluminación u otro.

g. Limpieza e higiene

Por último, se considera necesario destacar la limpieza e higiene en todo centro sanitario, ya sea en la limpieza del mobiliario o en el propio mantenimiento del edificio y sus equipos. Todos los productos de higiene y limpieza pueden emitir compuestos que afecten a la calidad ambiental interior, como aquéllos derivados del cloro, como la lejía, o los que contengan amoníaco.

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

A. Definiciones

(Sánchez P. , 2015) Señala que un usuario manifiesta su complacencia en cuanto a los servicios recibidos, se debe a que llenan sus deseos, preferencias y necesidades.

(Palomo, 2014) Menciona que se define al efecto de comparación de expectativas que realiza un usuario antes de adquirir un servicio y en el proceso y la imagen de la organización, con el valor notado al finalizar la relación de comercio.

(Hoffman & Bateson, 2012) Manifiestan que la satisfacción del usuario es una comparación de expectativas del usuario en relación a sus expectativas y el trato del servicio.

(Ferrell & Hartline, 2012) Señalan que la satisfacción al usuario se define como una medición en cuanto al cumplimiento y superación de expectativas del usuario con respecto al servicio.

B. Dimensiones de la satisfacción de los usuarios

(Kotler & Keller, 2012) Consideran como control de la satisfacción a los usuarios tres dimensiones: expectativas, percepción y quejas.

a. Expectativas

Se puede definir como lo que tiene mayor probabilidad de acontecer. Y sus indicadores con los que se evalúa son los siguientes:

- Experiencias de previas
- Recomendación de terceros
- Información
- Confiabilidad hacia la institución

b. Percepción

Se denomina el primer conocimiento de un objeto a través de la impresión que comunican los sentidos. Y sus indicadores con los que se evalúa son los siguientes:

- Confianza
- Rapidez para acceder a información
- Servicio en el momento esperado

c. Quejas

La queja es toda inquietud, recomendación, denuncia o crítica y relacionadas con la prestación del servicio. Y sus indicadores con los que se evalúa son los siguientes:

- Solución rápida
- Facilidad de poder quejarse
- Uso de vías electrónicas para exponer quejas

C. Factores de la satisfacción del usuario

(Navarro, 2009) Menciona que es importante tener en cuenta ciertos factores que dejaran al usuario una sensación de un buen servicio recibido los cuales son los siguientes:

- Calidad de instalación y mobiliario en todos los recursos del centro de salud deben funcionar en perfecto estado y garantizar para aquellos que utilicen sus servicios.
- Calidad corporativa existen centros de salud que tienen una imagen reconocida en el país, y su efecto sus usuarios perciban una sensación de orgullo y distinción por ser atendidos en ellos.
- Calidad percibida este punto puede comprenderse con los dos antes mencionado, aunque hay una separación ya que este tiene que comprender de forma particular lo que siente el usuario cuando deja el trato por parte del personal por parte del centro de salud desde el instante en el que hace la reserva de su cita, hasta el instante en que debe de abandonar el centro de salud. La calidad percibida es importante, porque por medio de ella realiza la transmisión de opiniones de usuario a usuario.

D. Tipos de expectativas del usuario

(Hoffman & Bateson, 2012) Señalan que cuando se hace una comparación de las expectativas con las percepciones al realizar la evolución de la satisfacción del usuario parece muy simple. Las expectativas son tema en relación a la comparación de la entrega del servicio actual y futuro. Aunque, esta situación sencilla se torna confusa al examinar que existen tres tipos de expectativas.

a. Servicio pronosticado

Posiblemente la expectativa que muestra el grado de servicio que los usuarios suponen están ofreciendo. Por costumbre los usuarios a tener trato con los mismos trabajadores, a través del tiempo, prevén un cierto grado de desempeño. Generalmente, se admite la evaluación de satisfacción al usuario cuando se comparan el servicio predicho y el servicio que se percibe cuando se ha recibido.

b. Servicio deseado

Es una perspectiva buena que muestra que los usuarios quieren cuando comparan con el servicio predicho, que posiblemente puede ocurrir. Por lo cual, en la mayoría de las ocasiones, el servicio requerido muestra una alta expectativa

que el servicio predicho. Cuando se comparan las expectativas requeridas con el servicio apreciado que se ha recibido da como efecto la medición elevada del servicio apreciado.

c. Servicio adecuado

Llega ser la poca expectativa permitida y muestra el grado de servicio que el usuario se inclina a su aceptación. Un buen servicio se demuestra en cuanto las experiencias o normas que se van dando cuando transcurre el tiempo. En ciertas circunstancias la entrega de servicio infiere de las normas deseados llevan a cabo con las expectativas del servicio apropiado. Al comparar el servicio apropiado con el servicio apreciado. Al comparar el servicio apropiado con el servicio apreciado produce un efecto apropiado del servicio adecuado.

E. Entender las expectativas del usuario

(Ferrell & Hartline, 2012) mencionan que el secreto está en comprender las expectativas y cómo sucede. Los expertos en el mercado han demostrado que los usuarios tienen diferentes formas de expectativas que cambian conforme se presente una situación.

Por ejemplo, posiblemente sea de mayor grado (mejor dicho, muy cercanas al extremo ideal del rango) y también implica las circunstancias de las necesidades de cada persona.

Cuando existen diversas alternativas a disponer el usuario para satisfacer sus necesidades las expectativas tienen una tendencia a ser de un mayor grado.

Además, en su mayoría tiene un alto grado de tolerancia esto sucede a las alternativas restringida de servicios o un desempeño deficiente no puede controlar el centro de salud.

Se considera una estrategia esencial para administrar los recursos de la satisfacción del usuario a la diferencia del nivel tanto alto como bajo de probables expectativas de los usuarios.

El especialista en mercadeo por lo general hace referencia a las expectativas del nivel a alto como el desempeño deseado (lo que el usuario

quiere) y el nivel bajo como un desempeño apropiado (lo que está dispuesto a aceptar)

Lo amplio de este tema muestra el nivel de reconocimiento y lo que el usuario está dispuesto a admitir lo variable que es el desempeño, mejor dicho, calidad, u otro factor que puede ser medido en un programa de marketing), se puede clasificar un encima o debajo del nivel de tolerancia.

- *Fascinación del usuario* Es decir sucede cuando se supera a las expectativas del desempeño deseado por medio del desempeño real. El grado es extraño y asombroso cuando sucede. Lo que a los usuarios les resulta una situación memorable.
- *Satisfacción del usuario* Sucede cuando en la zona admisible está situado el desempeño real. Los grados de satisfacción pueden variar con fundamento en una posición en particular de desempeño (grado superior o inferior).
- *Insatisfacción del usuario* El desempeño real es menor a lo esperado de un desempeño oportuno. Y este sujeto a lo grave que puede presentar el caso, los usuarios pueden pasar de lo insatisfecho a los frustrado e inclusive a la colera. Lo cual llegar a ser algo difícil de olvidar.

F. Beneficios de la satisfacción del usuario

(Hoffman & Bateson, 2012) Mencionan que ocasiones el usuario no es razonable, aunque existen expectativas por parte de otros usuarios que son extravagantes. Por lo tanto, no es una labor imposible satisfacer a los usuarios.

En efecto, se produce beneficios importantes en el centro de salud si se supera y satisface las expectativas de los usuarios. En la mayoría de las ocasiones, una publicidad conocida y positiva es de boca a boca hecha por usuarios y esto se traduce a más usuarios

Los centros de salud pueden recibir calificaciones superiores por satisfacer al usuario además son capaces de apartarse de la presión de la competencia, en lo particular la competitividad. Los centros de salud que brindan un buen ambiente de trabajo son aquellos que están orgullosos de sus actividades de satisfacción al usuario. En estos ambientes laborales positivos se desarrolla una

cultura organizacional en donde se recompensa al trabajador por medio de desafíos de cumplir de forma adecuada su trabajo.

G. Satisfacción y retención del usuario

(Ferrell & Hartline, 2012) Manifiestan que el secreto para conservar usuarios es satisfacerlos. Es posible que los usuarios que están en la plenitud de su satisfacción sea leales al centro de salud o inclusive puedan promover activamente al igual que sus servicios.

De la misma forma, existen enorme posibles que estos usuarios divulguen comentarios buenos hacia el centro de salud y sus servicios. Una parte es intentar ser el mejor en lo que respecta a calidad y valor, pero otra es manejar los elementos que no se pueden controlar que dañan la satisfacción del usuario.

Por supuesto, es imposible tener el control de lo malhumorados que pueden estar. Sin embargo, los centros de salud pueden realizar diferentes actividades para gestionar la satisfacción del usuario y beneficiarse en sus esfuerzos de marketing.

- *Entender que puede salir mal* los directores, especialmente aquellos que tienen trato con el usuario, se debe comprender que existen infinitas cosas que pueden salir de forma inadecuada cuando se trata de cumplir en la satisfacción del usuario.

Inclusive las estrategias más adecuadas pueden errar cuando los usuarios tienen mal humor. Sin embargo, algunos elementos no se pueden controlar, los directores tienen que tenerlo en cuenta y tener un grado de preparación en lo posible para responder.

- *Enfocarse en los aspectos controlables* el secreto es estar alerta a los elementos que no pueden controlar, sin embargo, debe enfocarse en aquellos elementos que si pueden controlar.

Los elementos que tienen que gestionarse son la calidad de servicio al cliente, la experiencia, la comodidad, la atmósfera y con ello se incrementa que el usuario participe y conserve relaciones reales con ellos. En lo particular es importante que el servicio principal sea de mayor calidad. Sin eso, el centro de

salud tendrá escasas posibilidades de formación de satisfacción y relaciones a largo plazo.

- *Manejar las expectativas de los usuarios* para gestionar de forma adecuada las expectativas, los especialistas de mercadeo debe instruir a los usuarios a que sientan satisfacción con el centro de salud y sus servicios. Todo trabajo comprende la capacitación a profundidad acerca del servicio, instruir a lograr un adecuado servicio del centro de salud, y comunicar el acceso a los servicios y programas de entrega, y brindar recomendaciones que sirvan para un mejoramiento en cuanto a calidad y el servicio.

- *Ofrecer garantías de satisfacción* Los centros de salud que amparan su oferta aseguran satisfacción del servicio es porque se interesan en satisfacerlos.

Para diferenciar la oferta de servicios del centro de salud, una buena opción de seguridad es una herramienta de marketing factible. Se minimizan las garantías de riesgo puesto que al adquirir el servicio del centro de salud este le otorga algún tipo de apoyo si presenta una queja.

- *Facilitar el proceso de presentación de quejas de usuarios* un aproximado de 90% de usuarios con un nivel de insatisfacción nunca se queja, y decide ir a otro lado donde puede satisfacer sus necesidades.

Para disminuir esta situación, los centros de salud tienen que hacer que sea sencillo para un individuo manifestar su queja ya sea por correo, mensaje electrónico o personalmente. Un lugar esencial para continuar investigando son aquellas quejas recibidas y que aquellos centros de salud cuidan su satisfacción.

El centro de salud tener la disponibilidad en escuchar y resolver los problemas.

Si el centro de salud maneja el reclamo con rapidez y solución de problemas es muy posible que un usuario vuelva a realizar una compra.

- *Crear programas relacionales* actualmente sobran problemas de lealtad y miembros como en el caso de los bancos, supermercados, mercado e inclusive las librerías. Estos programas consisten es realizar relaciones

financieras, sociales, personalizados y de estructuras que juntan a usuarios en el centro de salud.

- *Hacer que la medición de la satisfacción del usuario* de atribución permanente si el centro de salud no siempre sabe lo que los usuarios requieran, todo lo demás no será de provecho. El CRM tiene como fundamento que un programa de deber ser forma continua en su medición en la satisfacción del usuario.

H. *Medición de la satisfacción del usuario*

(Hoffman & Bateson, 2012) Señalan la medición del usuario se procede de manera directa e indirecta.

En la satisfacción del usuario en cuantas mediciones indirectas comprenden el seguir y monitorear registros de ventas, utilidades y reclamos de los usuarios.

Los centros de salud que se sujetan de los usuarios cumplen o exceden sus expectativas. También, si el centro de salud acerca 96% de usuarios estos descontentos,

También, cuando la organización promedio nada acerca del 96 por ciento de sus usuarios descontentos, tiene una tendencia a perder que el porcentaje restante.

En cuanto a las medidas directas de satisfacción se consigue a través de encuestas de satisfacción de usuario. Aunque, dichas encuestas no tienen un grado de estandarización entre las organizaciones.

Hay diferentes métodos de recaudación de datos:

a. El método de la escala de 100 puntos

Ciertas organizaciones solicitan a sus clientes hacen su calificación en desempeño de la organización de 100 puntos. Esencialmente solicita a los usuarios que emitan su calificación. Aunque, son evidentes los problemas de este método.

b. El método de muy “insatisfecho/ muy satisfecho”

Este llega a ser una mejor versión del método de la “Escala de 100 puntos”. Por lo general se utiliza y representa a los usuarios en una escala de Likert en un formato.

c. El método combinado

Este método usa las calificaciones cuantitativas que se han obtenidos del método anterior y añade un análisis cualitativo de los comentarios que se obtiene por medio de los encuestados que señalaron estar “muy satisfecho”. Los usuarios que brindaron una calificación inferior a “muy satisfecho” dan información a la organización que el sistema de suministro del servicio esta funcionado a niveles inferiores de lo que se esperaba.

A solicitar a los usuarios a indicar como sería la forma que funcionaría oportunamente, la organización puede dar clasificaciones las respuestas por categoría y determinar aquellas cosas que son esenciales por su afán de mejora continua

Este método otorga dos informes útiles. El primer lugar la información cuantitativa acerca de la satisfacción otorga un punto de referencia a Benchmark para hacer la comparación de las futuras encuestas de satisfacción. También están la calificación cuantitativa otorga información acerca del diagnóstico indicando las áreas especialmente de mejora. Es mejor aplicar la combinación de datos cualitativos y cuantitativos que otro tipo de método.

I. Calidad en la satisfacción del usuario

(Sánchez, 2015) Menciona que el usuario exige un buen trato por parte del personal de la organización.

Siempre se cumple sus expectativas este quedará satisfecho y tendrá una percepción de calidad.

- Establecimiento de probables cambios en expectativas, conocer sus necesidades, así como contactarse con él.

- Comprometerse a satisfacer a los usuarios, comienza en la dirección y también se transmite.
- Planificar para brindar un buen servicio, se debe considerar las necesidades de los usuarios, hacer un adecuado trabajo en equipo y conseguir el mejor resultado probable.
- Determina sistemas de seguimiento y control, que lo se ha realizado y los resultados sean los esperados.
- Buena comunicación interna, informar a las personas sus responsabilidades y que se espera de cada una de ellas.
- Establecer lo que consiste un trabajo hecho y cuál es el resultado esperado.
- Estar a disposición de la mejora continua, agregar procesos de mejora que comprometa a cada miembro de la organización.
- Abarca a todos los trabajadores en los procesos de mejora se debe de tener en cuenta cualquier resultado, así sea positivo el resultado, siempre es bueno mejorar.

J. Satisfacción frente a la calidad y frente al valor

(Ferrell & Hartline, 2012) Menciona existe una diferencia entre la satisfacción respecto de la calidad y el valor. Aunque la respuesta no es clara ya que las definiciones están superpuestas en cierta medida. La satisfacción del usuario hace referencia con respecto a sus expectativas, es complicado apartar de la calidad y valor, ya que los usuarios tienen expectativas en relación a estos dos elementos o ambos.

Inclusive en relación a cualquier término de la oferta de servicios, también incluyen ciertos detalles que parecen inferiores, como por ejemplo la disposición del estacionamiento, la temperatura del ambiente o las multitudes, aparte de otros factores esenciales. Para la resolución de estos problemas, se debe de tener en cuenta en cada definición en términos de tamaño. Su definición esta jugada en fundamento a sus atributos.

Cuando el usuario tiene en cuenta el factor del valor en manera general, comienza a contener otros elementos: el precio de la comida, el tiempo y esfuerzo que se requieren en ir al centro de salud, lo disponible del estacionamiento y los costos de oportunidad.

Cuando un usuario tiene en cuenta la satisfacción, por lo habitual corresponde con fundamento en sus expectativas de la definición. Si percibe que la calidad de servicio no es lo deseado, puede sentir insatisfacción con el valor. Se debe de tener en cuenta que proceso es independiente.

Probablemente un usuario puede estar satisfecho con la calidad del servicio, pero a la vez sentirá insatisfacción con su valor. Lo opuesto también es verdadero. Aunque, gran parte de los usuarios no realiza puntos de vista que independizan acerca de la satisfacción.

Sin embargo, el usuario medita con fundamento al total de la experiencia sin tener en cuenta elementos como calidad y el valor.

No se dice que no haga un juicio con respecto a estos elementos. Hace referencia a lo que el usuario concibe en manera abstracta cuando hace una evaluación en la calidad y el valor. Sucede por sus expectativas, se apoya a distintos elementos, inclusive con elementos que no guarda relación en la calidad y el valor.

Es muy probable que un usuario sea atendido con una buena calidad y el valor y si embargo este sienta insatisfacción debido a la insatisfacción. A el mal tiempo, por ejemplo, algunos usuarios, en una cita que no salió como lo esperaba o una circunstancia lo hacer ponerse malhumorado. Esto son elementos que guardan relación con la calidad y el valor y también hacer posible que se perjudica las expectativas del usuario y quitar sus opiniones acerca de la satisfacción.

2.3 Definición de términos básicos

Variable independiente: Diseño del ambiente

(Lovelock & Wirtz, 2015) menciona que el diseño del ambiente es una habilidad que se vincula con el estilo y apariencia del entorno físico que experimentan los usuarios en los establecimientos donde se les brinda el servicio.

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

(Hoffman & Bateson, 2012) señalan que la satisfacción del usuario es una comparación de expectativas del usuario en relación a sus expectativas y el trato del servicio.

Condiciones ambientales

(Lovelock & Wirtz, 2015) mencionan que son características del ambiente que impresionan los sentidos. Incluso en el caso no es observado conscientemente, sin embargo, podría perjudicar el bienestar emocional, sensaciones también actitudes y el comportamiento.

Espacio / funcionalidad

(Lovelock & Wirtz, 2015) manifiestan que un sitio donde los entornos tienen que cumplir finalidades particulares y necesidades de los usuarios, la repartición del tiempo y la función son muy fundamentales.

Señales, símbolos y artefactos

(Lovelock & Wirtz, 2015) mencionan que diversas cosas en el ambiente de servicio tienen formas de actuar como indicios claros o no para dar la comunicación de la imagen corporativa, con el fin de apoyar al usuario a hallar su camino y dar la transmisión del servicio.

Expectativas

(Kotler & Keller, 2012) Se puede definir como lo que tiene mayor probabilidad de acontecer.

Percepción

(Kotler & Keller, 2012) se denomina el primer conocimiento de un objeto a través de la impresión que comunican los sentidos.

Quejas

(Kotler & Keller, 2012) mencionan que la queja es toda inquietud, recomendación, denuncia o crítica y relacionadas con la prestación del servicio.

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1 Hipótesis general

El diseño del ambiente influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

2.4.2 Hipótesis específicas

- a. Las condiciones ambientales influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.
- b. El espacio / funcionalidad influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.
- c. Las señales, símbolos y artefactos influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

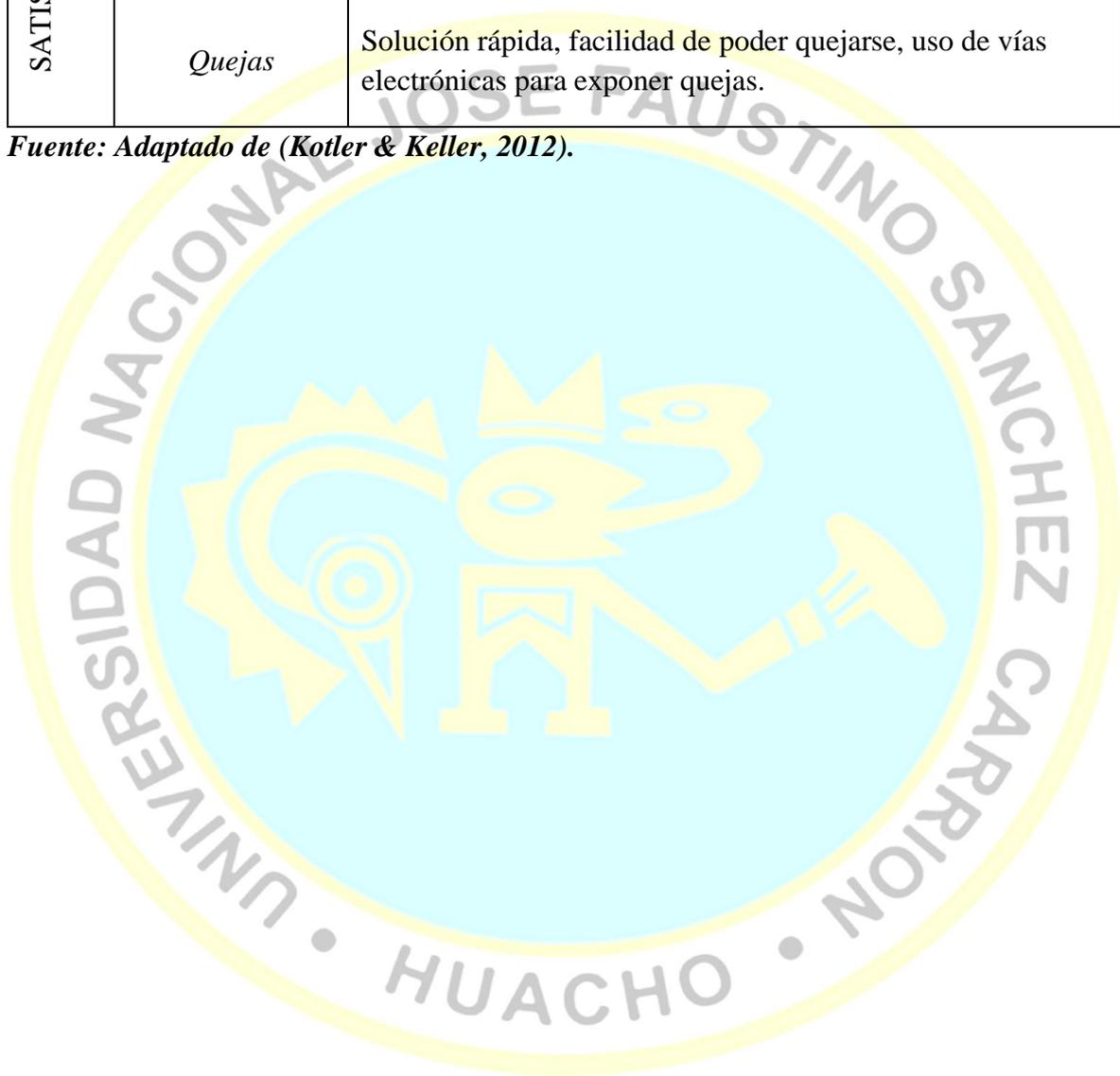
2.5 Operacionalización de las variables

V. I.	DIMENSIONES	INDICADORES
DISEÑO DEL AMBIENTE	<i>Condiciones ambientales</i>	Temperatura, calidad del aire, ruido, música y el aroma.
	<i>Espacio / funcionalidad</i>	Espacios, equipo, mobiliario.
	<i>Señales, símbolos y artefactos</i>	Señalización, artefactos personales, estilo de decoración.

Fuente: Adaptado de (Lovelock & Wirtz, 2015).

V. D.	DIMENSIONES	INDICADORES
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	<i>Expectativas</i>	Experiencias previas, recomendación de terceros, información, confiabilidad hacia la institución.
	<i>Percepción</i>	Confianza, rapidez para acceder a información, servicio en el momento esperado.
	<i>Quejas</i>	Solución rápida, facilidad de poder quejarse, uso de vías electrónicas para exponer quejas.

Fuente: Adaptado de (Kotler & Keller, 2012).



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

La presente investigación es de tipo aplicada porque busca conocimientos con fines de aplicarlo inmediatamente a la realidad para modificarlo, es decir, presenta solución a problemas prácticos (Díaz, Escalona, Castro, León, & Ramírez, 2013).

El nivel de investigación es explicativo. Porque “parten de descripciones suficientemente exhaustivas de una cierta realidad bajo estudio y de la necesidad de conocer porqué ciertos hechos de esa realidad ocurren del modo escrito” (INEGI, 2005, pág. 23). Además, “Su fin primordial es determinar las causas de los fenómenos, para lo cual integran las diversas teorías que permiten explicar e interpretar los hechos” (INEGI, 2005, pág. 23).

La investigación es de diseño no experimental. Las investigaciones de diseño no experimental se definen como las investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

La tesis es de enfoque mixta. “En esta clasificación podemos agrupar aquellas tesis en las que, tomando en cuenta el tema a investigar y el objeto de estudio, el investigador utiliza dos enfoques: el cuantitativo y el cualitativo” (Muñoz, 2011, pág. 22).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población está representada por 240 usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho.

3.2.2 Muestra

Para definir el tamaño de la muestra se aplica la fórmula para poblaciones finitas de la siguiente manera:

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

Donde:

n = Es el tamaño de la muestra que se desea conocer.

p y q = Representan la probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra. De acuerdo a la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.

Z = Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error = 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto, el valor Z = 1.96

N = Es el total de la población.

E = Representa el error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 0.05

Reemplazando:

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 240}{0.0025(240 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 147.95$$

La muestra está representada por 147 usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho.

3.3 Técnicas de recolección de datos

La técnica utilizada fue la encuesta. El instrumento a utilizar fue un cuestionario. El cual ayudó a medir las variables “Diseño del ambiente” y “Satisfacción del usuario”.

Validación del cuestionario

La validez se determinó a través de un análisis factorial, empleando el estadístico de Kaiser – Meyer-Olkin, y la esfericidad de Bartlett, obteniendo una correlación de (0.788). Este valor indica que estadísticamente el instrumento para aplicarlo es válido.

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,788
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2808,344
	gl	210
	Sig.	,000

Confiabilidad del cuestionario

El estadístico de confiabilidad empleado en la presente investigación fue: Alpha de Cronbach, el cual tuvo un valor de 0.897 que dentro del análisis de confiabilidad se consideran confiables; esto si se toma en cuenta que los instrumentos altamente confiables son aquellos que logran puntuaciones mayores o iguales a 0.80.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	21

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento y tratamiento de la información se usó el Statical Package for the Social Sciences - SPSS versión N° 26.

Se usó la prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov para así determinar la prueba estadística de las hipótesis.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

A. Datos generales

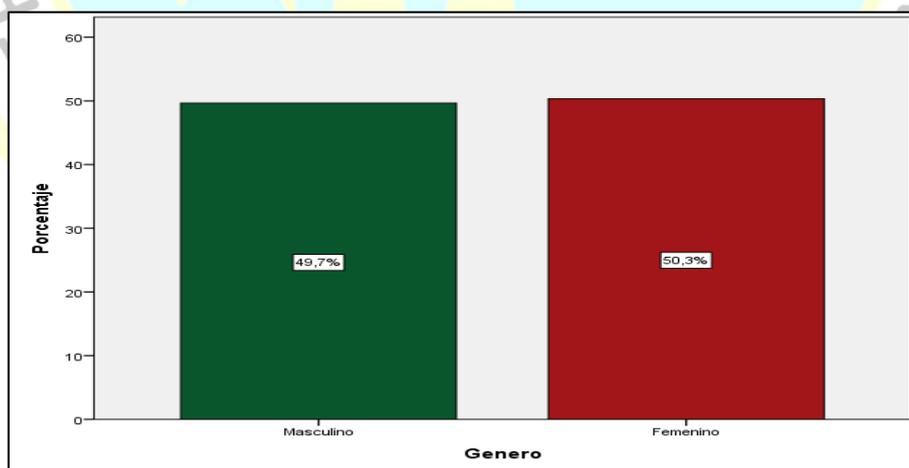
Tabla 1

Género de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	73	49,7
Válidos Femenino	74	50,3
Total	147	100,0

Nota: Elaboración propia.

Figura 1. Género de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho.



Nota: Elaboración propia.

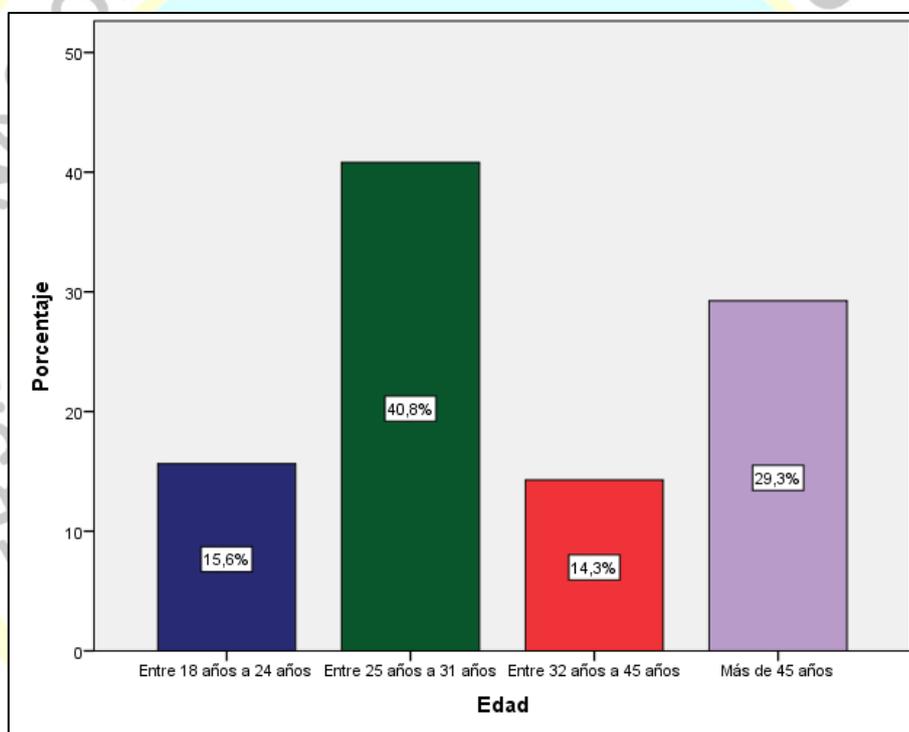
Se observa en la Tabla 1 que se cuenta con un mayor número en los usuarios del género masculino representado por el 49,7% sobre el 50,3% corresponde a los usuarios del género femenino.

Tabla 2
Edad de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 años a 24 años	23	15,6
Entre 25 años a 31 años	60	40,8
Válidos Entre 32 años a 45 años	21	14,3
Más de 45 años	43	29,3
Total	147	100,0

Nota: Elaboración propia.

Figura 2. Edad de los usuarios del consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 2 que el 15,6% menciono tener entre 18 años a 24 años, el 40,8% menciono tener entre 25 años a 31 años, el 14,3% se encuentra entre 32 años a 45 años y el 29,3% menciono tener más de 45 años.

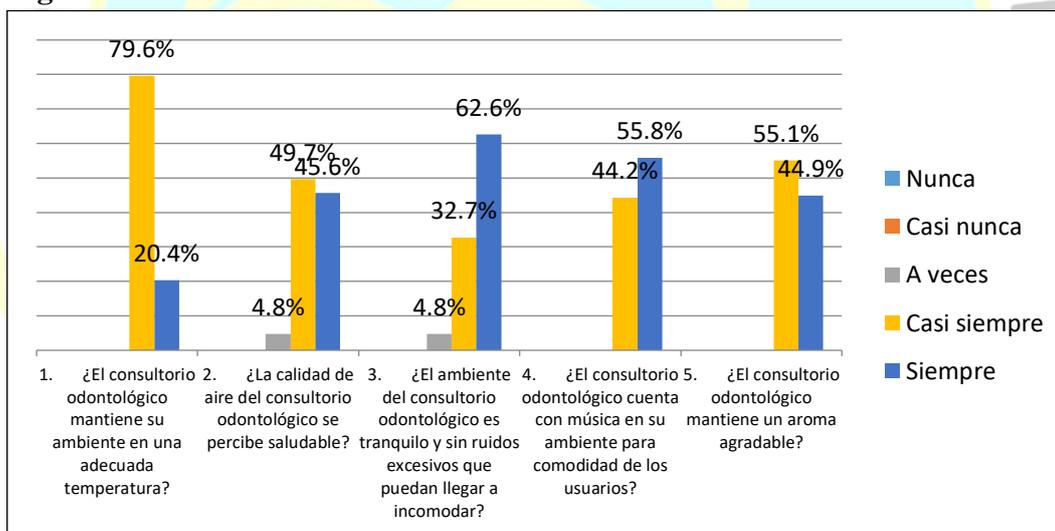
B. Descripción y análisis de la variable “Diseño del ambiente”

Tabla 3
Condiciones ambientales

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
1. ¿El consultorio odontológico mantiene su ambiente en una adecuada temperatura?	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	117	79,6%	30	20,4%
2. ¿La calidad de aire del consultorio odontológico se percibe saludable?	0	0,0%	0	0,0%	7	4,8%	73	49,7%	67	45,6%
3. ¿El ambiente del consultorio odontológico es tranquilo y sin ruidos excesivos que puedan llegar a incomodar?	0	0,0%	0	0,0%	7	4,8%	48	32,7%	92	62,6%
4. ¿El consultorio odontológico cuenta con música en su ambiente para comodidad de los usuarios?	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	65	44,2%	82	55,8%
5. ¿El consultorio odontológico mantiene un aroma agradable?	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	81	55,1%	66	44,9%

Nota: Elaboración propia.

Figura 3. Condiciones ambientales.



Nota: Elaboración propia.

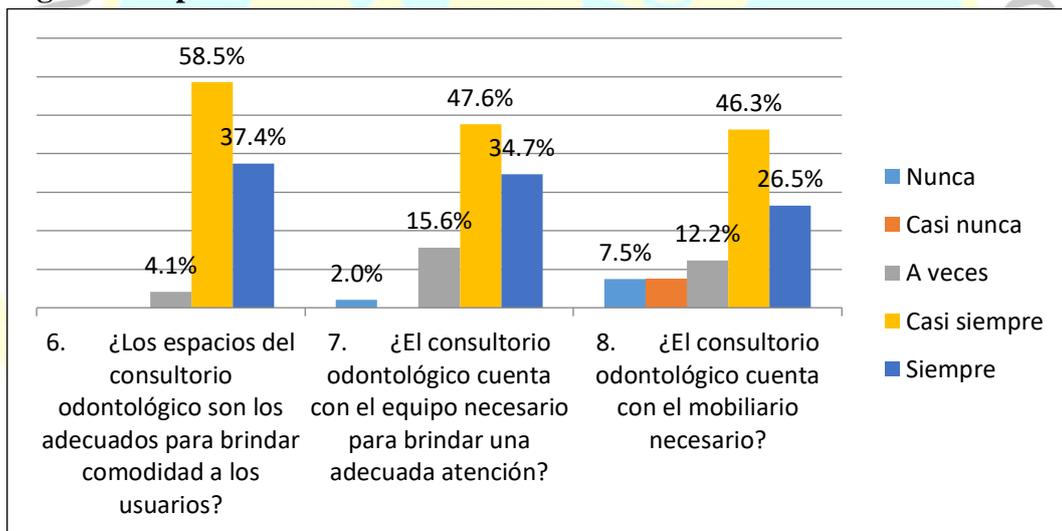
Se observa en la Tabla 3 que el 62,6% manifestaron que siempre el ambiente del consultorio odontológico es tranquilo y sin ruidos excesivos que puedan llegar a incomodar, en el caso del 55,8% manifestaron que el consultorio odontológico cuenta con música en su ambiente para comodidad de los usuarios, en el caso del 45,6% mencionó que la calidad de aire del consultorio odontológico se percibe saludable y el 20,4% mencionaron que el consultorio odontológico mantiene su ambiente en una adecuada temperatura.

Tabla 4
Espacio funcionalidad

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
6. ¿Los espacios del consultorio odontológico son los adecuados para brindar comodidad a los usuarios?	0	0,0%	0	0,0%	6	4,1%	86	58,5%	55	37,4%
7. ¿El consultorio odontológico cuenta con el equipo necesario para brindar una adecuada atención?	3	2,0%	0	0,0%	23	15,6%	70	47,6%	51	34,7%
8. ¿El consultorio odontológico cuenta con el mobiliario necesario?	11	7,5%	11	7,5%	18	12,2%	68	46,3%	39	26,5%

Nota: Elaboración propia.

Figura 4. Espacio funcionalidad.



Nota: Elaboración propia.

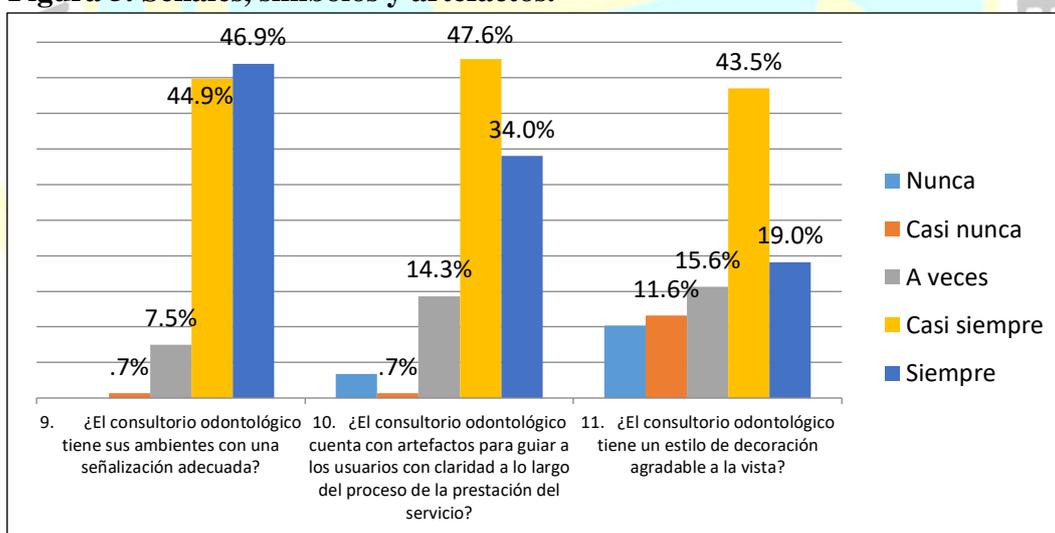
Se observa en la Tabla 4 que el 37,4% mencionaron que los espacios del consultorio odontológico son los adecuados para brindar comodidad a los usuarios, en el caso del 34,7% mencionaron que el consultorio odontológico cuenta con el equipo necesario para brindar una adecuada atención y el 26,5% mencionó que el consultorio odontológico cuenta con el mobiliario necesario.

Tabla 5
Señales, símbolos y artefactos

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
9. ¿El consultorio odontológico tiene sus ambientes con una señalización adecuada?	0	0,0%	1	,7%	11	7,5%	66	44,9%	69	46,9%
10. ¿El consultorio odontológico cuenta con artefactos para guiar a los usuarios con claridad a lo largo del proceso de la prestación del servicio?	5	3,4%	1	,7%	21	14,3%	70	47,6%	50	34,0%
11. ¿El consultorio odontológico tiene un estilo de decoración agradable a la vista?	15	10,2%	17	11,6%	23	15,6%	64	43,5%	28	19,0%

Nota: Elaboración propia.

Figura 5. Señales, símbolos y artefactos.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 5 que el 46,9% mencionó el consultorio odontológico tiene sus ambientes con una señalización adecuada, en el caso dl 34% mencionó que el consultorio odontológico cuenta con artefactos para guiar a los usuarios con claridad a lo largo del proceso de la prestación del servicio y solo un 19% mencionó que el consultorio odontológico tiene un estilo de decoración agradable a la vista.

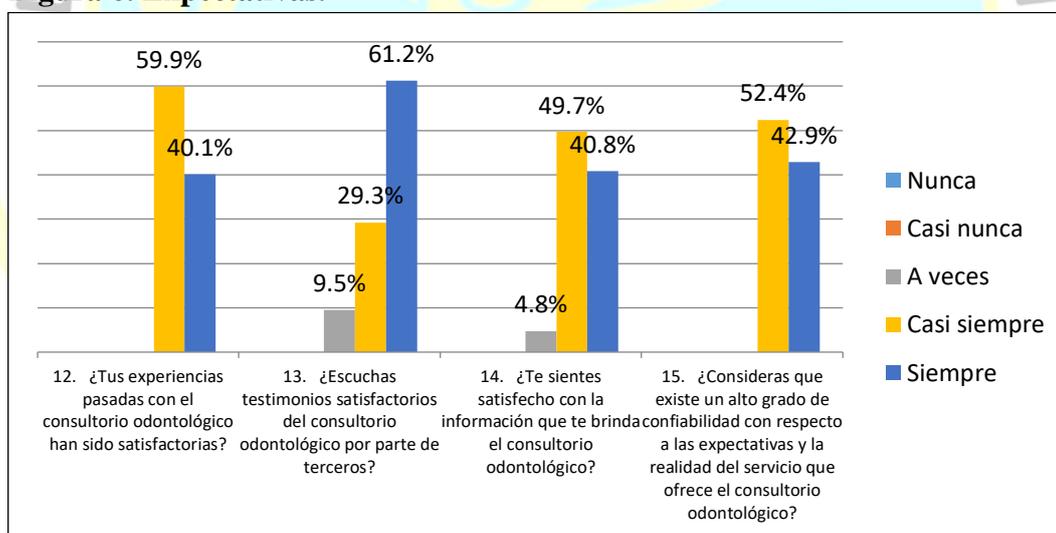
C. Descripción y análisis de la variable “Satisfacción del usuario”

Tabla 6
Expectativas

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
12. ¿Tus experiencias pasadas con el consultorio odontológico han sido satisfactorias?	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	88	59,9%	59	40,1%
13. ¿Escuchas testimonios satisfactorios del consultorio odontológico por parte de terceros?	0	0,0%	0	0,0%	14	9,5%	43	29,3%	90	61,2%
14. ¿Te sientes satisfecho con la información que te brinda el consultorio odontológico?	0	0,0%	0	0,0%	14	9,5%	73	49,7%	60	40,8%
15. ¿Consideras que existe un alto grado de confiabilidad con respecto a las expectativas y la realidad del servicio que ofrece el consultorio odontológico?	0	0,0%	0	0,0%	7	4,8%	77	52,4%	63	42,9%

Nota: Elaboración propia.

Figura 6. Expectativas.



Nota: Elaboración propia.

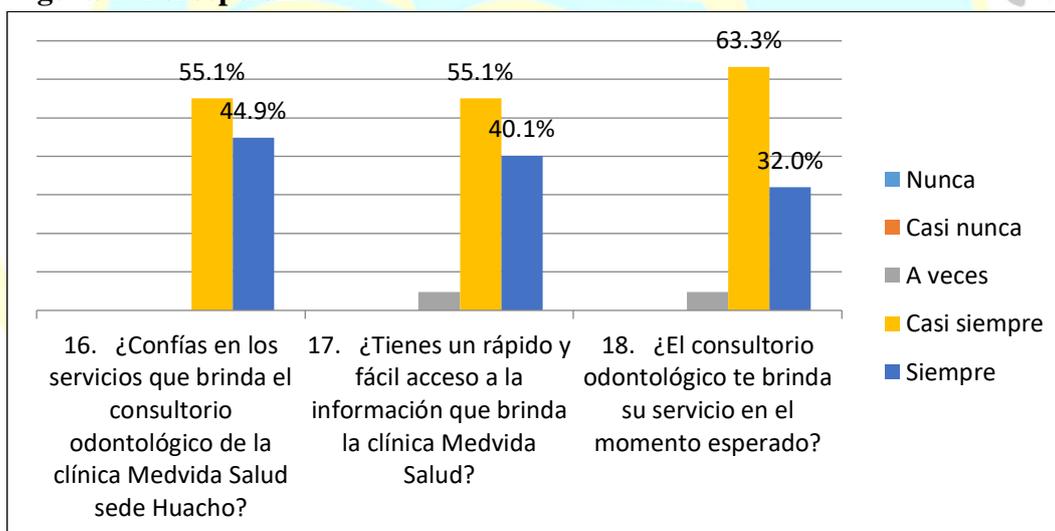
Se observa en la Tabla 6 que el 61,2% escuchan testimonios satisfactorios del consultorio odontológico por parte de terceros, en el caso del 42,9% mencionó que consideran que existe un alto grado de confiabilidad con respecto a las expectativas y la realidad del servicio que ofrece el consultorio odontológico y en el caso del 40,8% mencionaron que te sientes satisfecho con la información que te brinda el consultorio odontológico.

Tabla 7
Percepción

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
16. ¿Confías en los servicios que brinda el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho?	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	81	55,1%	66	44,9%
17. ¿Tienes un rápido y fácil acceso a la información que brinda la clínica Medvida Salud?	0	0,0%	0	0,0%	7	4,8%	81	55,1%	59	40,1%
18. ¿El consultorio odontológico te brinda su servicio en el momento esperado?	0	0,0%	0	0,0%	7	4,8%	93	63,3%	47	32,0%

Nota: Elaboración propia.

Figura 7. Percepción.



Nota: Elaboración propia.

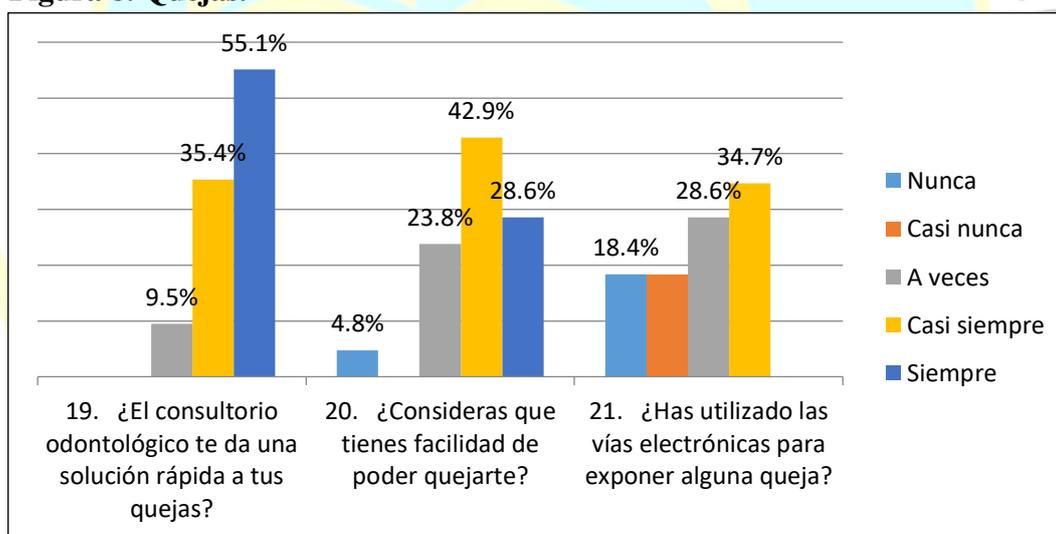
Se observa en la Tabla 7 que el 44,9% mencionó que confían en los servicios que brinda el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, en el caso del 40,1% mencionaron que tienen un rápido y fácil acceso a la información que brinda la clínica Medvida Salud y el 32% mencionaron que el consultorio odontológico te brinda su servicio en el momento esperado.

Tabla 8
Quejas

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
19. ¿El consultorio odontológico te da una solución rápida a tus quejas?	0	0,0%	0	0,0%	14	9,5%	52	35,4%	81	55,1%
20. ¿Consideras que tienes facilidad de poder quejarte?	7	4,8%	0	0,0%	35	23,8%	63	42,9%	42	28,6%
21. ¿Has utilizado las vías electrónicas para exponer alguna queja?	27	18,4%	27	18,4%	42	28,6%	51	34,7%	0	0,0%

Nota: Elaboración propia.

Figura 8. Quejas.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 8 que el 55,1% manifestó que el consultorio odontológico te da una solución rápida a tus quejas y el 28,6% mencionaron que consideran que tienen facilidad de poder quejarte.

D. Prueba de normalidad

Para determinar qué tipo de prueba estadística se utiliza, las estadísticas paramétricas o la no paramétrica, fue necesario someter a los resultados una prueba de normalidad, mediante la Prueba Kolmogorov-Smirnov(a) para reconocer si los resultados son de distribución normales (paramétricos) o no normales (no paramétricos). Se siguieron los siguientes pasos:

Paso 1. Plantear la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alternativa (H_1): H_0 : Los datos provienen de una distribución normal H_1 : Los datos no provienen de una distribución normal

Paso 2. Seleccionar el nivel de significancia Para la presente investigación se determinó que: $\alpha = 0,05$

Paso 3: Escoger el estadístico de prueba El estadístico de prueba que se ha considerado para la presente hipótesis es Kolmogorov-Smirnov(a).

Paso 4: Formulación de Regla de Decisión Si α (Sig) > 0.05 ; se acepta la hipótesis nula Si α (Sig) < 0.05 ; se rechaza la hipótesis nula

Paso 5: Toma de decisión Como el valor p de significancia del estadístico de prueba de normalidad tiene el valor de 0,000 y 0,000; entonces para valores Sig. $< 0,05$; se cumple que: se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Esto quiere decir que los datos de la muestra de estudio no provienen de una distribución normal. Por lo tanto, para el desarrollo de la prueba de hipótesis; se ha utilizado la prueba no paramétrica para distribución normal de los datos Rho de Spearman a un nivel de significancia de 0,05

Tabla 9
Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Condiciones ambientales	,249	147	,000
Espacio funcionalidad	,234	147	,000
Diseño del ambiente	,219	147	,000
Dimensión: señales, símbolos y artefactos	,249	147	,000
Satisfacción del usuario	,185	147	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Nota: Elaboración propia.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

Ho: El diseño del ambiente no influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Ha: El diseño del ambiente influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Tabla 10
Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Diseño del ambiente y satisfacción del usuario

		Diseño del ambiente	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,686**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	147	147
	Coeficiente de correlación	,686**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	147	147

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

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 10, se presentan los resultados para contrastar la hipótesis general: El diseño del ambiente influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.686**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula.

Hipótesis específica 1

Ho: Las condiciones ambientales no influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Ha: Las condiciones ambientales influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Tabla 11
Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Condiciones ambientales y satisfacción del usuario

		Condiciones ambientales	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Condiciones ambientales	Coefficiente de correlación	,589**	
		Sig. (bilateral)	,000	
	N	147	147	
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,589**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N	147	147	

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

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 11, se presentan los resultados para contrastar la hipótesis específica: Las condiciones ambientales influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.589**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula.

Hipótesis específica 2

Ho: El espacio / funcionalidad no influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Ha: El espacio / funcionalidad influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Tabla 12

Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: El espacio / funcionalidad y satisfacción del usuario

		Espacio funcionalidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Espacio funcionalidad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,504**
	Satisfacción del usuario	N	,000
		Coefficiente de correlación	147
		Sig. (bilateral)	,504**
		N	,000

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

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 12, se presentan los resultados para contrastar la hipótesis general: El espacio / funcionalidad influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.504**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula.

Hipótesis específica 3

Ho: Las señales, símbolos y artefactos no influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Ha: Las señales, símbolos y artefactos influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018.

Tabla 13
Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Las señales, símbolos y artefactos y satisfacción del usuario

		Señales, símbolos y artefactos	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Señales, símbolos y artefactos	Coefficiente de correlación	,512**	
		Sig. (bilateral)	,000	
	N	147	147	
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,512**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N	147	147	

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

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla 13, se presentan los resultados para contrastar la hipótesis general: Las señales, símbolos y artefactos influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.512**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

El estudio tuvo como hipótesis general el diseño del ambiente influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa. La hipótesis general, se asemeja con las conclusiones de (Aragadvay, 2017), en su investigación “Satisfacción del usuario externo del Hospital Básico Moderno de Riobamba”. (Tesis con el fin de optar el grado de Magister en Gerencia de Instituciones de Salud). Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador; concluyó que los usuarios externos distinguen una mala calidad de atención respecto al servicio de consulta externa, a causa de que las expectativas no se cumplieron o atendieron totalmente.

Con respecto a la primera hipótesis se planteó que las condiciones ambientales influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa. Dicho resultado coincide con lo expuesto por (Lovelock & Wirtz, 2015) donde manifiestan que las características del entorno son los que impresionan a los sentidos. Aun cuando no se observan de forma consciente, sin embargo, podría afectar el bienestar emocional, las percepciones e incluso las actitudes y la conducta. Tales condiciones se componen de cientos de elementos y detalles de diseño que deben funcionar en grupo para crear el entorno del servicio deseado. La atmosfera resultante crea un

estado de ánimo que los usuarios perciben e interpretan. Las condiciones ambientales se perciben de forma aislada y de forma global, e incluye la iluminación y los esquemas de color, la percepción de tamaño y forma, los sonidos como los ruidos y música, la temperatura, y los aromas u colores. Un buen diseño de estas condiciones puede provocar las conductas deseadas entre los usuarios. Sus indicadores son: temperatura, calidad del aire, ruido, música y el aroma.

Con respecto a la segunda hipótesis se planteó que El espacio / funcionalidad influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa. Dicho resultado coincide con lo expuesto por (Lovelock & Wirtz, 2015) donde manifiestan que los entornos deben cumplir finalidades específicos y necesidades de los usuarios, la distribución del tiempo y la funcionalidad son muy fundamentales. La distribución del espacio se refiere al plan de asignación de espacio en el piso, el tamaño y la forma de la organización. La funcionalidad tiene que ver con la capacidad que tienen dichos artículos para mejorar el desempeño de las transacciones de servicio. La distribución del espacio y la funcionalidad crean las perspectivas visuales y funcionales para la prestación del servicio; determinan la facilidad de uso y la posibilidad de atender bien a los usuarios en el lugar. Sus indicadores son: Espacios, equipo, mobiliario.

Con respecto a la tercera hipótesis se planteó que las señales, símbolos y artefactos influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018, lo cual se afirma con los resultados similares a (Huanchaco, 2017) quien realizó un estudio cuantitativo transversal, observacional, no experimental en el año 2016 titulada Nivel de satisfacción de los usuarios hospitalizados en los servicios de medicina y cirugía del Hospital Nacional. Guillermo Almenara Irigoyen, EsSalud, Lima – Perú, se encontró que los aspectos tangibles obtuvieron un 87,5% de insatisfacción en el servicio de medicina y 90,1% en el servicio de cirugía, donde el mayor déficit en esta dimensión corresponde al estado insuficiente de servicios higiénicos y hacinamiento en algunos servicios, las escasas áreas existentes anteriormente para la familia del paciente, se han convertido en oficinas para personal médico y personal en formación, el deterioro

producto de la obsolescencia de los servicios de agua y red de alcantarillado son materia de reparaciones transitorias, la falta permanente de ropa de cama insumo elemental para la hospitalización inmediata, siendo estos elementos de consideración la importancia de que el cuidado de la salud es interno y externo, por lo tanto se debe contar con instalaciones higiénicas y equipo adecuado.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Las condiciones ambientales influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.589**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula. A medida que continúe en el ambiente del consultorio el ruido excesivo a causa de las máquinas ocasionando efectos negativos continuara reportándose mayor cantidad de pacientes poco satisfechos con la atención brindada por el servicio.

El espacio / funcionalidad influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.504**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula. A medida que los espacios del consultorio odontológico continúen siendo inadecuados para brindar comodidad a los usuarios a causa de las conexiones eléctricas y tuberías que no benefician a la instalación y posiciones de los equipos dentales lo que origina una difícil accesibilidad y falta de seguridad continuara afectando la satisfacción de los usuarios con relación al servicio que reciben.

Las señales, símbolos y artefactos influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.512**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula. A medida que dentro de los aspectos físicos la decoración continúa teniendo un estilo

poco agradable a la vista del usuario ocasionando que no se sienta cómodo continuara afectando la satisfacción de los usuarios con relación al servicio que reciben.

Por lo expuesto:

El diseño del ambiente influye significativamente en la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho, 2018; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.686**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $\rho = 0.000$ ($\rho < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula.

6.2 Recomendaciones

Establecer medidas correctivas y revisión sonora del mantenimiento de los equipos que se encuentra en los consultorios de la clínica, sala de espera con el objetivo de incrementar los niveles de calidad de vida y satisfacción de los usuarios.

Para brindar accesibilidad y crear el espacio adecuado realizar propuestas de mejora en los interiores de la clínica y la ambientación buscando lograr la satisfacción del paciente.

Establecer propuestas para diseñar y decorar el consultorio odontológico con un estilo de decoración agradable a la vista que brinden relajación a la vista con el objetivo de incrementar los niveles de calidad de vida y satisfacción de los usuarios.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes bibliográfica

- Díaz, F., Escalona, M., Castro, D., León, A., & Ramírez, M. (2013). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Trillas.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing* (5 ed.). México: Cengage Learning.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos*. (4 ed.). México: Cengage Learning.
- INEGI. (2005). *Metodología de la investigación*. México: INEGI.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección del marketing* (14 ed.). México: Pearson Educación.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2015). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategias* (7 ed.). México: Pearson.
- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2 ed.). México: Pearson.
- Navarro, A. (2009). *Recepción hotelera y atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editex.
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2010). *Comportamiento del consumidor* (10 ed.). Pearson.

7.2 Fuentes electrónicas

- Aragadvay, S. (2017). *Satisfacción del usuario externo del Hospital Básico Moderno de Riobamba*. Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26492/1/44%20GIS.pdf>

Cabanillas, G. (2013). *Diseño de infraestructura de red para mejorar el servicio de comunicaciones en la Clínica Santa Isabel de Lima*. Tesis de grado, Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado el 2018 de Agosto de 2018, de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8547/CABANILLAS%20GUEVARA%2c%20Guillermina%20del%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Casa Solo. (2016). *Ambiente interior saludable en hospitales*. Recuperado el 05 de setiembre de 2018, de <http://casasolo.es/ambiente-interior-saludable-en-hospitales-y-residencias/>

Cepeda, C. (2017). *Satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de emergencia del Hospital Dr. Gustavo Domínguez de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Tesis de maestría, Universidad Regional Autónoma de los Andes. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7658/1/PIUAMSS006-2018.pdf>

Hilario, O. (2017). *Satisfacción del usuario externo en la atención del parto en el Centro Materno Infantil Juan Pablo II Los Olivos, 2015*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8649/Hilario_OOM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huanchaco, M. (2017). *Nivel de satisfacción de los usuarios hospitalizados en los servicios de medicina y cirugía del Hospital Nacional. Guillermo Almanara Irigoyen, EsSalud, Lima - Perú, 2016*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8651/Huanchaco_MM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

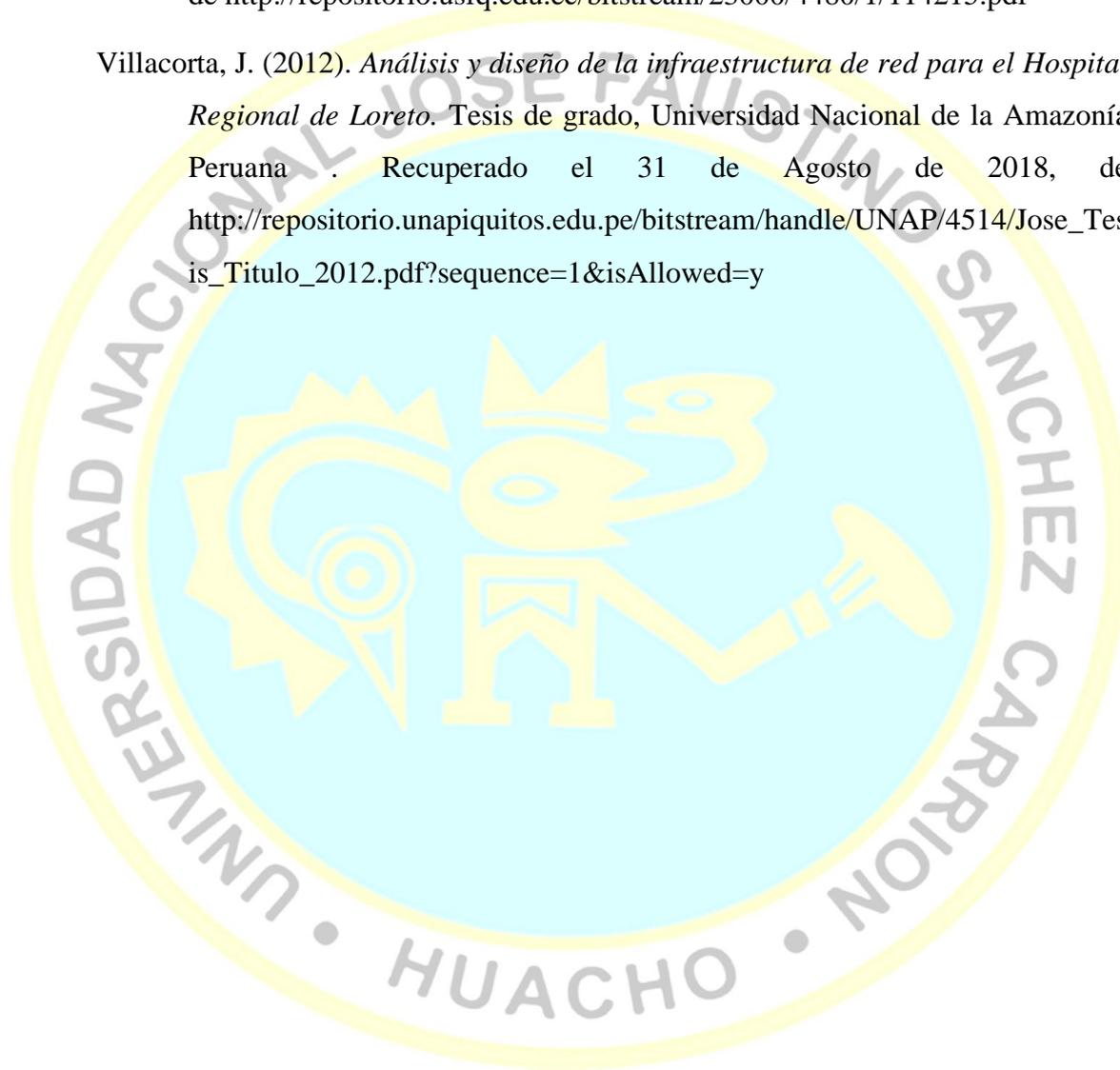
Mejía, H. (2016). *Los procesos, estándares y necesidades definen la modulación de los ambientes hospitalarios*. Recuperado el 05 de setiembre de 2018, de <http://www.elhospital.com/blogs/Los-procesos,-estandares-y-necesidades-definen-la-modulacion-de-los-ambientes-hospitalarios+115840>

Novillo, C. (2016). *Diseño de un sistema integrado de gestión de calidad, ambiente y seguridad para la unidad de medicina nuclear del Hospital Dr. Teodoro*

Maldonado Carbo Guayaquil. Tesis de maestría, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo . Recuperado el 29 de agosto de 2018, de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/5019/1/20T00739.pdf>

Ruiz, I. (2015). *Diseño de Sistema de Gestión de Seguridad, Salud y Ambiente en el Trabajo para Curtiduría Hidalgo en la ciudad de Ambato*. Tesis de maestría, Universidad San Francisco de Quito . Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4480/1/114215.pdf>

Villacorta, J. (2012). *Análisis y diseño de la infraestructura de red para el Hospital Regional de Loreto*. Tesis de grado, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana . Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4514/Jose_Tesis_Titulo_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y



ANEXOS

CUESTIONARIO SOBRE DISEÑO DEL AMBIENTE Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre el diseño del ambiente y la satisfacción del usuario en el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho. El cuestionario es anónimo y la información recaudada será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género		b. Edad	
Masculino		Entre 18 años a 24 años	
Femenino		Entre 25 años a 31 años	
		Entre 32 años a 45 años	
		Más de 45 años	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis "X" según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

La escala de calificación es la siguiente:

1	=	Nunca
2	=	Casi nunca
3	=	A veces
4	=	Casi siempre
5	=	Siempre

DISEÑO DEL AMBIENTE					
DIMENSIÓN: CONDICIONES AMBIENTALES	5	4	3	2	1
1. ¿El consultorio odontológico mantiene su ambiente en una adecuada temperatura?					
2. ¿La calidad de aire del consultorio odontológico se percibe saludable?					
3. ¿El ambiente del consultorio odontológico es tranquilo y sin ruidos excesivos que puedan llegar a incomodar?					
4. ¿El consultorio odontológico cuenta con música en su ambiente para comodidad de los usuarios?					
5. ¿El consultorio odontológico mantiene un aroma agradable?					
DIMENSIÓN: ESPACIO FUNCIONALIDAD	5	4	3	2	1
6. ¿Los espacios del consultorio odontológico son los adecuados para brindar comodidad a los usuarios?					
7. ¿El consultorio odontológico cuenta con el equipo necesario para brindar una adecuada atención?					
8. ¿El consultorio odontológico cuenta con el mobiliario necesario?					
DIMENSIÓN: SEÑALES, SÍMBOLOS Y ARTEFACTOS	5	4	3	2	1
9. ¿El consultorio odontológico tiene sus ambientes con una señalización adecuada?					
10. ¿El consultorio odontológico cuenta con artefactos para guiar a los usuarios con claridad a lo largo del proceso de la prestación del servicio?					
11. ¿El consultorio odontológico tiene un estilo de decoración agradable a la vista?					
SATISFACCIÓN DEL USUARIO					
DIMENSIÓN: EXPECTATIVAS	5	4	3	2	1
12. ¿Tus experiencias pasadas con el consultorio odontológico han sido satisfactorias?					
13. ¿Escuchas testimonios satisfactorios del consultorio odontológico por parte de terceros?					

14. ¿Te sientes satisfecho con la información que te brinda el consultorio odontológico?					
15. ¿Consideras que existe un alto grado de confiabilidad con respecto a las expectativas y la realidad del servicio que ofrece el consultorio odontológico?					
DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN	5	4	3	2	1
16. ¿Confías en los servicios que brinda el consultorio odontológico de la clínica Medvida Salud sede Huacho?					
17. ¿Tienes un rápido y fácil acceso a la información que brinda la clínica Medvida Salud?					
18. ¿El consultorio odontológico te brinda su servicio en el momento esperado?					
DIMENSIÓN: QUEJAS	5	4	3	2	1
19. ¿El consultorio odontológico te da una solución rápida a tus quejas?					
20. ¿Consideras que tienes facilidad de poder quejarte?					
21. ¿Has utilizado las vías electrónicas para exponer alguna queja?					



M(o) DANIEL ALBERTO OSWALDO VALENZUELA NARVAEZ
ASESOR

Dra. FLOR DE MARIA LIOO JORDAN
PRESIDENTE

Dr. SANTIAGO ERNESTO RAMOS Y YOVERA
SECRETARIO

M(o) FELIX GIL CARO SOTO
VOCAL

