



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS CONSULTORIOS ODONTOLÓGICOS
“RODENTAL” DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025**

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Isaac Gabriel Malavé Ávila

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026-1

Aprobación del tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“Calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, año 2025”**, elaborado por el **Sr. Isaac Gabriel Malavé Ávila**, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Lcdo. Freddy Enrique Tigrero Suárez, Mgtr.

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, año 2025**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Isaac Gabriel Malavé Ávila** con cédula de identidad número **245044690-7** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,

Isaac Malave Avila

Isaac Gabriel Malavé Ávila

C.C. No: 245044690-7

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación, en primer lugar, a mi madre, Deyvi Ávila, por ser el pilar fundamental de mi vida. Gracias por su amor incondicional, sus sacrificios, su apoyo constante y por motivarme a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. Cada uno de mis logros también es suyo, pues con su esfuerzo y dedicación hizo posible que alcanzara esta importante meta. A mi novia, Nallely Tigrero, por acompañarme durante este proceso con paciencia, comprensión y cariño. Gracias por creer en mí, por brindarme palabras de aliento cuando más las necesitaba y por ser un apoyo incondicional en cada etapa de este camino. A mi mejor amiga, Karen Flores, por estar presente en los momentos de alegría y de dificultad, por escucharme y ofrecerme siempre una palabra de aliento. Tu amistad ha sido un regalo invaluable. A mis amigos de la universidad, Yelimar Cruz, Yaritza Alvarado, Danna Pilligua y Lisbeth Ramírez, con quienes compartí innumerables experiencias, aprendizajes y desafíos a lo largo de mi formación académica. Finalmente, dedico este logro a todas las personas que, de una u otra manera, me brindaron su apoyo, orientación y confianza durante esta etapa de mi vida. Sus consejos, palabras de ánimo y colaboración fueron fundamentales para culminar con éxito este trabajo de titulación. A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Isaac Gabriel Malavé Ávila

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi mamá, por su amor, apoyo incondicional, paciencia y constante motivación durante todo este proceso académico. Su esfuerzo y confianza en mí han sido fundamentales para alcanzar esta meta.

Asimismo, agradezco al propietario de los consultorios odontológicos por brindarme la oportunidad de desarrollar esta investigación en sus instalaciones, por su disposición, colaboración y la confianza depositada para llevar a cabo este trabajo.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron al desarrollo de esta investigación y me acompañaron durante esta importante etapa de mi formación profesional.

Isaac Gabriel Malavé Ávila

Tribunal de sustentación

Lcdo. José Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Carola Alejandro Lindao, Mgtr.
PROFESORA ESPECIALISTA

Lcdo. Freddy Tigrero Suárez, Mgtr.
PROFESOR TUTOR

Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lcda. Julissa González González, Mgtr.
SECRETARIA DE LA CARRERA

Índice de contenido

Resumen	15
Abstract	16
Introducción	17
Planteamiento del problema	18
Sistematización y formulación del problema	19
Justificación teórica	20
Justificación práctica	21
Idea a defender	21
Capítulo I.....	23
Marco Referencial	23
Revisión de literatura	23
Desarrollo de teorías y conceptos	25
Calidad del servicio	25
Tangibilidad.....	26
Instalaciones.....	27
Imagen personal	27
Identificación del personal.....	28
Seguridad	29
Profesionalismo.....	29
Cortesía	30
Credibilidad	31
Confiabilidad	32
Cumplimiento de lo prometido	32
Ejecución	33
Exactitud del servicio	34
Capacidad de respuesta	34
Disposición del personal	35
Atención.....	36
Tiempo de respuesta.....	36
Empatía	37
Comunicación	38
Accesibilidad.....	38
Comprensión.....	39
Fundamentos legales.....	40

Constitución de la República del Ecuador	40
Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad	41
Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	42
Capítulo II	44
Metodología	44
Diseño de la investigación.....	44
Alcance de la investigación.....	44
Enfoque de la investigación.....	44
Método de la investigación	45
Población y muestra.....	45
Población.....	45
Muestra	46
Recolección y procesamiento de datos	47
Encuesta	47
Entrevista	47
Instrumentos de investigación	48
Cuestionario	48
Guía de entrevista.....	48
Validación de instrumentos.....	49
Alfa de Cronbach	49
Herramientas de recolección y procesamiento de datos.....	49
Google Forms.....	49
Excel.....	50
IBM SPSS.....	50
Capítulo III.....	51
Resultados Y Discusión	51
Análisis de las entrevistas.....	51
Análisis de los resultados de las encuestas.....	54
Expectativa dimensión tangibilidad	56
Expectativa dimensión seguridad	60
Expectativa dimensión confiabilidad.....	64
Expectativa dimensión capacidad de respuesta	68
Expectativa dimensión empatía	72
Percepción dimensión tangibilidad.....	76
Percepción dimensión seguridad.....	80

Percepción dimensión confiabilidad	84
Percepción dimensión capacidad de respuesta	88
Percepción dimensión empatía.....	92
Análisis por dimensión de SERVQUAL	96
Dimensión tangibles	96
Dimensión seguridad.....	97
Dimensión Confiabilidad	98
Dimensión capacidad de respuesta	99
Dimensión empatía.....	100
Discusión	101
Propuesta	103
Matriz FODA.....	103
Matriz MEFI.....	104
Matriz MEFI.....	105
Matriz DAFO.....	106
Plan de acción	108
Conclusiones	111
Recomendaciones	112

Índice de figuras

Figura 1 Género.....	54
Figura 2 Rango de edad.....	55
Figura 3 Expectativa sobre las instalaciones.....	56
Figura 4 Expectativa de equipos e instrumentos.....	57
Figura 5 Expectativa sobre la apariencia del personal.....	58
Figura 6 Expectativa sobre la confianza y el profesionalismo.....	60
Figura 7 Expectativa sobre la seguridad de los procedimientos.....	62
Figura 8 Expectativa sobre la bioseguridad e higiene.....	63
Figura 9 Expectativa sobre el cumplimiento de lo prometido.....	64
Figura 10 Expectativa sobre la precisión del servicio.....	65
Figura 11 Expectativa sobre el cumplimiento de horarios.....	66
Figura 12 Expectativa sobre la confiabilidad de la información.....	67
Figura 13 Expectativa sobre la disponibilidad del personal.....	68
Figura 14 Expectativa sobre la rapidez en la atención.....	69
Figura 15 Expectativa sobre las citas.....	70
Figura 16 Expectativa sobre tiempos de espera.....	71
Figura 17 Expectativa sobre la atención personalizada.....	72
Figura 18 Expectativa sobre la amabilidad y el respeto.....	73
Figura 19 Expectativa sobre la accesibilidad.....	74
Figura 20 Expectativa sobre comprensión.....	75
Figura 21 Percepción sobre las instalaciones.....	76
Figura 22 Percepción sobre los equipos e instrumentos.....	77
Figura 23 Percepción sobre la apariencia del personal.....	78
Figura 24 Percepción sobre la identificación del personal.....	79
Figura 25 Percepción sobre confianza y profesionalismo.....	80
Figura 26 Percepción sobre la cortesía.....	81
Figura 27 Percepción sobre la seguridad de los procedimientos.....	82
Figura 28 Percepción sobre la bioseguridad e higiene.....	83
Figura 29 Percepción sobre el cumplimiento de lo prometido.....	84
Figura 30 Percepción sobre la precisión del servicio.....	85
Figura 31 Percepción sobre el cumplimiento de horarios.....	86
Figura 32 Percepción sobre la información confiable.....	87
Figura 33 Percepción sobre la disponibilidad del personal.....	88

Figura 34 Percepción sobre la atención rápida	89
Figura 35 Percepción sobre el agendamiento de citas	90
Figura 36 Percepción sobre el tiempo de espera.	91
Figura 37 Percepción sobre la atención personalizada	92
Figura 38 Percepción sobre la amabilidad y respeto	93
Figura 39 Percepción sobre la accesibilidad.....	94
Figura 40 Percepción sobre la comprensión.....	95
Figura 41. Promedios de la dimensión tangibles.	96
Figura 42. Promedio de la dimensión seguridad.	97
Figura 43 Promedio de la dimensión confiabilidad.....	98
Figura 44 Promedio de la dimensión capacidad de respuesta.	99
Figura 45 Promedio de la dimensión empatía.	100

Índice de tablas

Tabla 1 Población Total.....	46
Tabla 2 Muestra	47
Tabla 3 Alfa de Cronbach en instrumentos de recopilación (Expectativa)	49
Tabla 4 Alfa de Cronbach en instrumentos de recopilación (Percepción)	49
Tabla 5 Género.	54
Tabla 6 Rango de edad.	55
Tabla 7 Expectativa sobre las instalaciones.	56
Tabla 8 Expectativa de equipos e instrumentos.....	57
Tabla 9 Expectativa sobre la apariencia del personal.....	58
Tabla 10 Expectativa sobre la identificación del personal.	59
Tabla 11 Expectativa sobre la confianza y el profesionalismo.	60
Tabla 12 Expectativa sobre la cortesía.	61
Tabla 13 Expectativa sobre la seguridad de los procedimientos.	62
Tabla 14 Expectativa sobre la bioseguridad e higiene.	63
Tabla 15 Expectativa sobre el cumplimiento de lo prometido.	64
Tabla 16 Expectativa sobre la precisión del servicio.	65
Tabla 17 Expectativa sobre el cumplimiento de horarios.	66
Tabla 18 Expectativa sobre la confiabilidad de la información.	67
Tabla 19 Expectativa sobre la disponibilidad del personal.	68
Tabla 20 Expectativa sobre la rapidez en la atención.....	69
Tabla 21 Expectativa sobre las citas.....	70
Tabla 22 Expectativa sobre tiempos de espera.....	71
Tabla 23 Expectativa sobre la atención personalizada.	72
Tabla 24 Expectativa sobre la amabilidad y el respeto.	73
Tabla 25 Expectativa sobre la accesibilidad.....	74
Tabla 26 Expectativa sobre comprensión.....	75
Tabla 27 Percepción sobre las instalaciones.....	76
Tabla 28 Percepción sobre los equipos e instrumentos.	77
Tabla 29 Percepción sobre la apariencia del personal.	78
Tabla 30 Percepción sobre la identificación del personal.	79
Tabla 31 Percepción sobre confianza y profesionalismo.	80
Tabla 32 Percepción sobre la cortesía.	81

Tabla 33 Percepción sobre la seguridad de los procedimientos.	82
Tabla 34 Percepción sobre la bioseguridad e higiene.....	83
Tabla 35 Percepción sobre el cumplimiento de lo prometido.	84
Tabla 36 Percepción sobre la precisión del servicio.....	85
Tabla 37 Percepción sobre el cumplimiento de horarios.....	86
Tabla 38 Percepción sobre la información confiable	87
Tabla 39 Percepción sobre la disponibilidad del personal.	88
Tabla 40 Percepción sobre la atención rápida	89
Tabla 41 Percepción sobre el agendamiento de citas	90
Tabla 42 Percepción sobre el tiempo de espera.....	91
Tabla 43 Percepción sobre la atención personalizada	92
Tabla 44 Percepción sobre la amabilidad y respeto	93
Tabla 45 Percepción sobre la accesibilidad	94
Tabla 46 Percepción sobre la comprensión	95
Tabla 47 Promedios de la dimensión tangibles	96
Tabla 48 Brecha SERVQUAL dimensión tangibles	96
Tabla 49 Promedio de la dimensión seguridad.....	97
Tabla 50 Brecha SERVQUAL dimensión seguridad	97
Tabla 51 Promedio de la dimensión confiabilidad.	98
Tabla 52 Brecha SERVQUAL dimensión confiabilidad.....	98
Tabla 53 Promedio de la dimensión capacidad de respuesta.....	99
Tabla 54 Brecha SERVQUAL dimensión capacidad de respuesta	99
Tabla 55 Promedio de la dimensión empatía.....	100
Tabla 56 Brecha SERVQUAL dimensión empatía	100
Tabla 57 Matriz FODA	103
Tabla 58 Matriz MEFI.....	104
Tabla 59 Matriz MEFE.....	105
Tabla 60 Matriz DAFO	106
Tabla 61 Plan de acción.....	108

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1 Matriz de consistencia	121
Apéndice 2 Cuestionario de encuesta	122
Apéndice 3 Cuestionario de encuesta.	125
Apéndice 4 Ficha de informe de experto- Encuesta	126
Apéndice 5 Ficha de informe de experto- Entrevista	127
Apéndice 6 Certificado de validación de instrumentos	128
Apéndice 7 Acta de aceptación de tema de investigación	129
Apéndice 8 Solicitud de carta aval	131
Apéndice 9 Carta aval.....	132
Apéndice 10 Certificado de anti plagio	133
Apéndice 11 Cronograma de actividades	135
Apéndice 12 Evidencia de tutorías.	136
Apéndice 13 Evidencia de encuestas.....	137
Apéndice 14 Evidencia de entrevistas.	138
Apéndice 15 Transcripción de entrevistas.....	139



Calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, año 2025

Autor:

Isaac Gabriel Malavé Ávila

Tutor:

Lcdo. Freddy Enrique Tigrero Suárez, Mgtr.

Resumen

Esta investigación abordó la necesidad de fortalecer la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, año 2025, mediante la aplicación del modelo SERVQUAL. El objetivo fue analizar el nivel de calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad. Por ende, la metodología utilizada abarcó un enfoque mixto, caracterizado por un diseño no experimental y transversal, elaborando encuestas dirigidas a los pacientes que acuden a los consultorios odontológicos, en conjunto con entrevistas al director y a los trabajadores. Los resultados evidenciaron una percepción general favorable de la calidad del servicio, destacándose las dimensiones de confiabilidad y seguridad, especialmente en la precisión del servicio, la confiabilidad de la información, la cortesía del personal y el cumplimiento de las normas de bioseguridad. Sin embargo, se identificaron brechas significativas en las dimensiones de tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía, principalmente en la identificación del personal, los tiempos de espera, el agendamiento de citas y la atención personalizada. Asimismo, las entrevistas revelaron que no existe un modelo formal para evaluar la calidad del servicio, basándose principalmente en la experiencia del personal y las opiniones de los pacientes. Con base en estos hallazgos, se propusieron estrategias orientadas a fortalecer la identificación del personal, optimizar la gestión de citas y los tiempos de atención, capacitar al personal en atención al cliente e implementar un sistema formal de evaluación de la calidad. Se concluye que estas acciones contribuirán a reducir las brechas identificadas, mejorar la satisfacción de los pacientes y promover el mejoramiento continuo de los consultorios odontológicos.

Palabras clave: calidad del servicio, modelo SERVQUAL, consultorios odontológicos.



Service Quality at “Rodental” Dental Clinics in the La Libertad Canton, year 2025

Author:

Isaac Gabriel Malavé Ávila

Tutor:

Lcdo. Freddy Enrique Tigrero Suárez, Mgtr.

Abstract

This study addressed the need to improve service quality at “Rodental” dental clinics in the canton of La Libertad in the year 2025 through the application of the SERVQUAL model. The objective was to analyze the level of service quality at the “Rodental” dental clinics in the canton of La Libertad. Consequently, the methodology employed a mixed-methods approach, characterized by a non-experimental, cross-sectional design, involving surveys administered to patients visiting the dental clinics, along with interviews with management and staff. The results revealed a generally favorable perception of service quality, with the dimensions of reliability and safety standing out—particularly regarding the accuracy of service, the reliability of information, staff courtesy, and compliance with biosafety standards. However, significant gaps were identified in the dimensions of tangibility, responsiveness, and empathy, primarily regarding staff identification, wait times, appointment scheduling, and personalized care. Furthermore, the interviews revealed that there is no formal model for evaluating service quality, which relies primarily on staff experience and patient feedback. Based on these findings, strategies were proposed to strengthen staff identification, optimize appointment scheduling and wait times, train staff in customer service, and implement a formal quality assessment system. It is concluded that these actions will help reduce the identified gaps, improve patient satisfaction, and promote continuous improvement in dental practices.

Keywords: service quality, SERVQUAL model, dental offices.

Introducción

A nivel global, es muy importante que todo ámbito empresarial brinde de manera eficiente un servicio de calidad a los usuarios o clientes que buscan un requerimiento de atención. Para efectos de esta investigación, se considera el sector de la salud, ya que en este ámbito la atención de calidad es la meta y se busca lograr resultados favorables en la satisfacción y el nivel de vida de los pacientes. Al respecto, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2025) enfatiza que la calidad de los servicios de salud implica que las atenciones incrementen la probabilidad de obtener resultados positivos. Además, destaca que es necesario medir la calidad desde dimensiones como la seguridad, la efectividad, la oportunidad, la continuidad y con un enfoque centrado en las personas, así como el fortalecimiento de políticas nacionales y entornos institucionales que garanticen estándares mínimos en todos los países.

De acuerdo con Chichande y Vega (2025), la calidad es el grado con el que un producto o servicio satisface los requisitos esperados por el consumidor, mientras que el término de servicio hace referencia al conjunto de actividades y procedimientos orientados a cubrir las necesidades de los consumidores, el cual se distingue por su intangibilidad, la simultaneidad en su producción y consumo, así como por su diversidad. De tal manera, se infiere que la calidad del servicio es la capacidad de la acción o tarea requerida para cumplir con lo que el cliente pretende recibir.

Por ello, la calidad del servicio es un pilar fundamental para las organizaciones sin importar su tamaño o su razón social. Actuando directamente en su capacidad para competir y sobrevivir a largo plazo. Así surge la necesidad de contar con herramientas que permitan evaluar la calidad desde el punto de vista de los clientes, como la metodología SERVQUAL, creada y desarrollada por Parasuraman et al. (1988), quienes definen la calidad del servicio como un modelo multidimensional que evalúa la diferencia entre las expectativas de los clientes y el servicio percibido.

Además, es uno de los métodos más empleados en este ámbito por su facilidad de aplicación y por permitir analizar aspectos tanto cuantitativos como cualitativos de la experiencia de los clientes. Es mayormente utilizado en la medición de la calidad del servicio debido a su enfoque centrado en la identificación y corrección de deficiencias que se presentan en la evaluación de dimensiones como la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Esto se ve reflejado en un estudio de revisión documental enfocado en Latinoamérica y el Caribe, realizado por Enríquez (2023), que señala que una gran cantidad de las investigaciones evaluadas utilizaron diversas metodologías, identificando variaciones importantes entre países y niveles en cuanto a la atención. Además, el autor propone la necesidad de estandarizar instrumentos que sean adecuados para realizar comparaciones regionales e identificar brechas estructurales en infraestructura, financiamiento y recursos humanos.

Dentro del contexto ecuatoriano, se considera la aplicación de metodologías para medir la calidad del servicio, la atención al cliente o la satisfacción del cliente, criterio basado en estudio desarrollado por Torres (2022), quien aplicó una metodología en la medición de la satisfacción de la calidad del servicio en el área de dirección financiera del Gobierno Autónomo Descentralizado de Echeandía, donde encontró que la percepción de los usuarios en general fue “Poco o no satisfactoria”, por lo que concluye que es necesario mejorar aspectos de manera significativa en cuanto a la calidad del servicio de una organización.

En el contexto de la provincia de Santa Elena, se toma como referente de estudio a los consultorios odontológicos “Rodental” ubicados en el cantón La Libertad, cuyo propósito es determinar la situación actual con respecto a la calidad del servicio que brinda a sus pacientes o clientes.

Planteamiento del problema

De acuerdo con Pinto et al. (2025), a nivel mundial, valorar la calidad del servicio es un tema de mucho interés, sobre todo para instituciones del área de la salud, puesto que permite tomar decisiones y aplicar estrategias fundamentadas en las valoraciones negativas, convirtiendo la percepción de los usuarios en un eje fundamental de los planes de gestión, ayudando en la detección de problemas e incentivando una mejora en los servicios. En otras palabras, esto refleja la necesidad existente en el mundo de herramientas que permitan valorar y perfeccionar la calidad del servicio.

En investigación publicada en la revista Ciencia Latina, los autores Ayay et al. (2021) revisaron artículos sobre la calidad del servicio de diferentes fuentes en países de América, los cuales demuestran que en Latinoamérica la calidad del servicio ha tomado un rol determinante en la satisfacción del cliente. No obstante, en la misma referencia investigativa se señalan dificultades en dimensiones específicas que pueden ser

evaluadas, demostrando que el problema principal que se presenta en la región no es la ausencia de modelos que permitan evaluar este aspecto, sino la deficiente implementación práctica.

En Ecuador, estudios sobre la calidad, como el de Cepeda-Cepeda et al. (2024), muestran que la mayoría de las brechas encontradas en los centros de salud públicos ecuatorianos están relacionadas con la fiabilidad percibida por los usuarios, vinculada a los tiempos de espera, al cumplimiento de horarios y a la predisposición del personal de salud para despejar dudas, gestionar quejas o reclamos. Siendo así, se debería optar por mecanismos que permitan conocer de manera directa la situación actual de cada centro para implementar estrategias de calidad del servicio, mejorando la percepción general de los pacientes y del público sobre los servicios de salud.

Para efectos de la contextualización de la problemática en esta área se toma como objeto de estudio los consultorios odontológicos de la empresa “Rodental”, donde se infiere como percepción inicial la existencia de una brecha entre las expectativas que pueden tener los pacientes que asisten al consultorio y la realidad del servicio. Además, muchas veces se recogen percepciones que se basan en impresiones o quejas aisladas donde es poco probable identificar la causa real del problema, siendo múltiples los factores de análisis como lo son: la infraestructura, la comunicación, la puntualidad y otros, cuya consecuencia de esta situación podría provocar una disminución en la satisfacción general de los pacientes.

Sistematización y formulación del problema

Pregunta general

¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad?

Preguntas específicas

- ❖ ¿Cuál es el estado actual de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos "Rodental"?
- ❖ ¿Cuáles son los factores asociados a la calidad del servicio mediante el modelo SERVQUAL?
- ❖ ¿Qué estrategias son necesarias para mejorar la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”?

Objetivo general

Analizar el nivel de calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad.

Objetivos Específicos

- ❖ Identificar el estado actual de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos "Rodental".
- ❖ Determinar los factores asociados a la calidad del servicio mediante el modelo SERVQUAL.
- ❖ Proponer estrategias necesarias para mejorar la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”.

Justificación teórica

La justificación teórica de la presente investigación tiene como finalidad aportar al conocimiento ya existente sobre la calidad del servicio, para ello, se incorpora una metodología basada en el modelo SERVQUAL, que se ha utilizado ampliamente en otros ámbitos para evaluar la calidad desde la perspectiva de los pacientes y la diferencia que se presenta entre lo que se espera y lo que realmente percibe, ampliando la comprensión sobre la atención de calidad más centrada en los usuarios, fortaleciendo el campo académico y científico de los servicios.

Lo referido anteriormente se ve respaldado por Soto-Medina et al. (2024), quienes mencionan que, en la actualidad, el ambiente físico de toda empresa y el servicio al cliente forman parte importante de los factores que inciden a la hora de elegir en qué lugar adquirir productos o servicios, siendo significativo conocer la percepción de los clientes acerca del servicio ofrecido mediante alguna metodología que permita medir dicha percepción. En otras palabras, para las organizaciones es importante implementar herramientas que permitan la evaluación del nivel de satisfacción de los clientes.

De igual manera, esta investigación permite consolidar y adaptar un modelo de evaluación con reconocimiento mundial al contexto específico de los consultorios odontológicos. Este modelo SERVQUAL ofrece una guía de evaluación que favorece la comprensión de la calidad del servicio como un fenómeno multidimensional, en el que intervienen factores técnicos, humanos y ambientales. Esto toma relevancia dado que la satisfacción de los clientes en los servicios de salud depende de las capacidades

profesionales de los trabajadores, así como de la comunicación, la seguridad y la experiencia general del paciente. Es así que, con esta investigación se pueden generar conocimientos y conceptos de calidad del servicio que pueden servir como base teórica en futuras investigaciones académicas o de la comunidad científica.

Justificación práctica

En cuanto a la justificación práctica, la presente investigación responde a la necesidad de aplicar herramientas que permitan medir la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”, debido a una posible brecha entre las expectativas y la realidad del servicio que perciben los pacientes. Es por ello, que los principales beneficiarios de la aplicación de esta investigación serían los clientes del consultorio, en quienes se vería reducida la brecha entre sus expectativas y el servicio recibido; los trabajadores, que contarían con herramientas que demuestren la calidad de su trabajo; y la administración, vería reflejada la mejora en sus ingresos y, de manera indirecta, en establecimientos similares que podrían replicar las estrategias aplicadas.

Finalmente, a partir de los resultados de este estudio se busca generar un impacto positivo mediante la aplicación de estrategias que ayuden a mejorar la gestión interna del consultorio, favoreciendo el fortalecimiento de la calidad del servicio e impactando directamente en el bienestar del público, en la confianza y en el bienestar de los usuarios.

Idea a defender

La aplicación de estrategias permitirá mejorar la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad.

En la **Introducción**, se detallan de manera clara el planteamiento del problema, la sistematización, la formulación del problema, los objetivos, la justificación, la idea a defender y otros apartados relacionados con el presente trabajo sobre la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad.

En el **Capítulo I**, marco referencial, se conforma por la revisión de literatura o antecedentes donde se exponen trabajos similares o relacionados con la temática principal de la investigación, además del desarrollo de conceptos y teorías que sirven como base para sustentar el desarrollo de la investigación. En este apartado también se encuentran las definiciones de las dimensiones e indicadores establecidos en la matriz de consistencia; la última parte que conforma este espacio corresponde a los fundamentos legales, identificando las normas y leyes.

En el **Capítulo II**, se plantea la metodología que se empleó durante la ejecución de la investigación, redactando el diseño de la investigación, metodología empleada, población seleccionada para el estudio, tipo de muestra, técnicas de investigación, validez de los instrumentos, recolección y procesamiento de datos, además, presentando los resultados obtenidos del trabajo de campo mediante las guías de entrevistas y encuestas estructuradas. La información obtenida se procesó mediante software estadístico y contable para una mejor presentación de los datos.

Siguiendo con el **Capítulo III**, se presentan los resultados y la discusión, donde se analizaron los datos obtenidos de la aplicación de las entrevistas y encuestas. La discusión es la parte del trabajo que permitió comparar los resultados con los aportes de autores en publicaciones similares referenciadas en la revisión de la literatura, estableciendo similitudes y diferencias. Además, se presenta la propuesta como el producto de la realización de esta investigación, culminando con las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I

Marco Referencial

Revisión de literatura

En tesis de postgrado “Aplicación del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad de atención y satisfacción percibida por el usuario externo en centros odontológicos privados de Juliaca 2024” de Umpire (2024) planteó como objetivo de la investigación determinar la correlación entre la calidad de atención y la satisfacción percibida por el usuario externo en centros odontológicos privados de Juliaca durante el año 2024, el estudio tuvo un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo correlacional y diseño no experimental transversal. Los resultados obtenidos revelaron que el valor p es 0,634 (significativo al nivel $p < 0,01$), lo que evidencia una correlación positiva y moderada entre ambas variables, aceptando la hipótesis planteada. El autor concluye que se debe continuar mejorando la calidad de la atención integral, con calidez, eficiencia y personalización, así como fomentar la empatía en todo momento y garantizar la fiabilidad de los servicios odontológicos.

En investigación realizada por Mantilla (2025) titulada “Satisfaction level of users served at the dental office of a hospital in Cajamarca, Perú: 2024 - a cross-sectional study”, cuyo objetivo fue establecer el nivel de satisfacción de cada uno de los pacientes atendidos en la clínica dental del Hospital Regional Docente de Cajamarca durante el año 2024. La metodología empleada fue de una investigación tipo cuantitativa, descriptiva y transversal con un diseño probabilístico aleatorio sencillo; a través del instrumento de medición SERVQUAL se realizó la adquisición de información, para lo cual se aplicó una encuesta a 340 participantes. Los resultados obtenidos reflejan un nivel significativo de insatisfacción con un 39,4%, estableciendo como conclusión de la investigación la necesidad de optimizar de manera continua la calidad del servicio a fin de mantener niveles altos de satisfacción.

En publicación titulado “Assessing Dental Service Quality Using the SERVQUAL Model: A Cross-Sectional Study Among Perspectives of Students, Professors, and Nurses at Kerman School of Dentistry”, por Sajadi et al. (2025), cuyo objetivo consistió en investigar la calidad de la prestación de servicios dentales basándose en el modelo SERVQUAL desde la perspectiva de profesores, estudiantes y enfermeros de la Facultad de Odontología de la Universidad de Ciencias Médicas de Kerman. Para

este estudio, el método empleado fue descriptivo-analítico transversal entre 410 participantes, incluyendo profesores, estudiantes y enfermeros. La recolección de datos se realizó mediante el cuestionario SERVQUAL, evaluando seis dimensiones del modelo. Los resultados reflejaron la existencia de una diferencia significativa entre la percepción de los profesores y estudiantes, en dimensiones como la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta y accesibilidad, pero se encontraron percepciones similares en la empatía y seguridad. Además, se constata una diferencia reveladora en cuanto a la percepción de los estudiantes y enfermeras en aspectos como la tangibilidad y la capacidad de respuesta. En conclusión, los profesores, estudiantes y enfermeros tenían una actitud moderadamente positiva respecto a la calidad de la prestación de servicios dentales en la Escuela de Odontología de Kerman. También, aclaran que la puntuación más baja corresponde a la garantía del servicio y la más elevada a la accesibilidad del servicio.

En artículo titulado “Analysis of expectations for the quality of medical care in the province of Guayas (Ecuador), through Servqual” realizado por Bustamante-Ubilla et al. (2025) determinaron las dimensiones más relevantes de las expectativas de calidad del servicio contenidas en el modelo SERVQUAL, aplicado al sector sanitario, además, abrieron un espacio para la innovación basada en las necesidades previas de los usuarios, con el objetivo de sugerir acciones estratégicas de gestión que guíen el trabajo de los proveedores de servicios. La metodología empleada fue una investigación transversal y correlacional. Los resultados de esta investigación revelaron que las dimensiones expectativas de "seguridad y asertividad", "puntualidad y dedicación profesional" y "atención personalizada" moldean la calidad del servicio que esperan los usuarios, estructurando un sistema de factores significativamente relacionados que forman una construcción coherente. Los autores concluyen que el modelo muestra que los tres factores latentes definen las expectativas y revelan posibles áreas de mejora, tal y como esperan los usuarios. Además, se encontró que estos factores establecen relaciones mutuamente influyentes, donde las dimensiones de seguridad y asertividad, así como la puntualidad y la dedicación profesional, se comportan como factores exógenos independientes.

Según publicación de artículo denominada “Service quality and patient satisfaction: The SERVQUAL model at the Jipijapa health center, Ecuador” , los autores Eguez et al. (2025), determinaron la relación entre la calidad del servicio percibida y la

satisfacción del paciente en el Centro de Salud Jipijapa en Ecuador, utilizando el modelo SERVQUAL. La metodología utilizada fue cuantitativa, no experimental, transversal y correlacional, con una muestra significativa de 389 pacientes elegidos mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario revelaron una correlación positiva significativa entre las dimensiones de la calidad y la satisfacción del paciente. Esta investigación concluye que los elementos tangibles tienen un menor impacto que los aspectos interpersonales de la atención en la satisfacción de los pacientes, además, optimizaron los procesos y fortalecieron las habilidades del personal como primordiales para mejorar la calidad del servicio.

A continuación, se resalta el trabajo de Arévalo et al. (2025), titulado “Evaluación del servicio al cliente en la clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad de Cuenca”, cuyo objetivo fue evaluar la calidad del servicio al cliente en la clínica de la Facultad de Odontología de la U. C., a través del análisis de la percepción y satisfacción de los usuarios. Para ello, se aplicó una metodología con un enfoque cuantitativo, un diseño observacional, descriptivo y de corte transversal. Los resultados de este trabajo indican que el 97% de los encuestados valoran de manera positiva la claridad del diagnóstico y tratamiento, mientras que el 99% destacó el respeto y la empatía del personal clínico. La limpieza y organización fueron calificadas como buenas o excelentes por el 91%. No obstante, un 46% reportó deficiencias en la información administrativa y un 16% consideró largos los tiempos de espera. El 100% recomendaría la clínica. Además, se identificaron puntos críticos del servicio y establecieron estrategias enfocadas en fortalecer el servicio al cliente optimizando procesos internos.

Desarrollo de teorías y conceptos

Calidad del servicio

En palabras de Izquierdo (2021), la calidad del servicio es una referencia que se forma en la mente de los consumidores acerca del servicio, enfocada en la comprensión de los requerimientos o necesidades de los clientes, por ello, implica superar las expectativas y percepciones que los usuarios tenían sobre el servicio. Con lo expuesto, se puede asumir que la calidad del servicio es la manera en que perciben individualmente los clientes los servicios y consideran que un servicio es de calidad cuando la imagen inicial de este se ve superada por lo recibido.

Por otro lado, Rauf et al. (2024) definen la calidad del servicio como la percepción general de los usuarios sobre la atención que recibieron, esta surge como resultado de la comparación de las expectativas con la forma en la que se desarrolla el servicio. En otras palabras, es la opinión que los clientes tienen acerca de cómo fue el servicio recibido, producto de una comparación entre lo que ellos asumían que iban a obtener y lo que terminaron recibiendo al final.

Con base en los criterios de los autores, se puede definir la calidad del servicio como una percepción que se crea en los consumidores a partir de su experiencia con el servicio. Esta experiencia puede verse afectada por distintos elementos, desde lo físico, como la apariencia del personal o de las instalaciones, hasta elementos intangibles, como la manera en que los trabajadores se relacionan con los clientes.

Tangibilidad

Según Coronel et al. (2019), la tangibilidad evoca los aspectos físicos que tienen a disposición la organización, tomando en cuenta la apariencia, los equipos necesarios para la realización del producto o la prestación del servicio, la apariencia de sus empleados y la pulcritud del lugar de trabajo. En otras palabras, es todo material que influye directamente o indirectamente en los servicios o productos que ofrece la empresa, aspectos físicos de los materiales, instrumentos e implementos que forman parte del mobiliario y la presentación que tienen los trabajadores o empleados de todos los niveles de la organización.

En opinión de Díaz (2024), la tangibilidad se refiere a los aspectos físicos del servicio, esto incluye instalaciones, equipamiento, apariencia de los trabajadores y el mobiliario de trabajo, haciendo énfasis en los aspectos visibles y materiales que tienen relación con la percepción de la calidad del servicio. Dicho de otra manera, lo tangible afecta de manera visual la percepción de los consumidores, puesto que es parte de su primer acercamiento con la empresa y una buena impresión que puede influir en su experiencia.

La tangibilidad comprende la apariencia de todo lo relacionado con el servicio, desde instalaciones, equipamientos u otros, siendo la parte donde el consumidor puede identificar de manera visual cómo se mantienen estos implementos, la presentación del personal que atiende y la pulcritud del establecimiento. Por consiguiente, esto impacta en

la perspectiva del consumidor de manera inmediata y se mantiene presente durante acercamientos futuros ya que forma parte de su primer acercamiento con la organización.

Instalaciones

Para Tello (2023), al definir el término de instalaciones, describe la infraestructura general, que es el lugar donde se atiende a los clientes. Esta incluye características como la decoración, la iluminación, la arquitectura, entre otros elementos que permiten que el espacio sea óptimo para la atención. Lo planteado por este autor permite comprender que cuando se mencionan las instalaciones de una organización se toman en cuenta los factores físicos y ambientales que esta posee para el desarrollo de sus actividades.

Por otro lado, tal como señala Torrez (2024), las instalaciones se refieren al espacio físico que tienen las organizaciones para recibir a los clientes cuando estos requieren sus servicios; es importante que estas se encuentren en óptimas condiciones, con el fin de dar una buena imagen al público en general y, sobre todo, a los clientes. Es decir, son los lugares con los que cuentan las empresas para brindar los servicios, y esto influye directamente en la calidad del servicio, dado que unas instalaciones en mal estado afectan la experiencia visual y el confort del usuario.

A partir de lo mencionado anteriormente, se puede determinar que las instalaciones forman parte de los recursos físicos que tienen las organizaciones o empresas para llevar a cabo sus servicios. Además, se debe tomar en cuenta que la apariencia de estos espacios juega un papel importante en la percepción de la calidad de los clientes, siendo el estado material, la pulcritud del establecimiento y del entorno en general, componentes que demuestran el grado de cuidado que los colaboradores tienen sobre las instalaciones y la preocupación de la empresa por mantener una buena imagen.

Imagen personal

Tomando como referencia la investigación de Alvírez et al. (2022), la imagen personal es el conjunto de cualidades, actitudes y conductas que refleja una persona dentro de su entorno laboral, lo que influye directamente sobre la percepción que tienen los demás sobre él en aspectos como la confianza y el profesionalismo. En tal virtud, puede definirse como la percepción que las personas de su entorno tienen sobre sus características personales reflejadas por el personal durante una interacción o la prestación de un servicio.

Otro aporte significativo es el de Anilva (2026), quien manifiesta que la imagen personal es la construcción que las personas hacen de alguien, con base en la percepción que tienen de aspectos como su apariencia física, su forma de comportarse, su lenguaje verbal y no verbal, y la presencia que transmite. En este sentido, se infiere que la imagen personal es la manera en que se presentan los miembros de la organización durante su trabajo, característica que influye directamente en los clientes que reciben el servicio, si esta no cumple con los estándares mínimos o esperados, tendría repercusiones en la calidad percibida.

Entonces, se puede decir que la imagen personal juega un rol fundamental en el acercamiento con los clientes, puesto que es la carta de presentación de los profesionales hacia quienes consumen sus servicios. Mantener la pulcritud durante el desempeño de sus funciones, que refleja un nivel de compromiso con los estándares internos de la organización, también es un indicador que se relaciona con la confianza y el profesionalismo que se presenta en su forma de trabajar.

Identificación del personal

Para Reyes et al. (2019), la identificación del personal por medio del uso de un uniforme y credenciales adecuados juega un rol importante en la presentación, pues estos elementos no verbales demuestran a los consumidores una imagen de orden, rectitud y que cuentan con el respaldo institucional, lo que facilita la identificación del personal a la vez que reduce la dificultad de encontrar ayuda dentro del establecimiento. A partir de esta definición, se puede comprender que la identificación del personal es importante tanto por ser una señal visual asociada al profesionalismo de las empresas u organizaciones, como por ser un factor de diferenciación entre los clientes y el personal.

De acuerdo con Kotler et al. (2022), los elementos tangibles relacionados con el personal, como la adecuada identificación del personal, son parte de las señales que influyen en los clientes al momento de valorar la calidad del servicio y esto genera una sensación de confianza hacia la organización. En otras palabras, una identificación clara del personal contribuye a la calidad que los usuarios perciben de los servicios que se ofrecen.

Por ello, es importante que el personal cuente con medidas de identificación claras, ya que estas ayudan a elevar el nivel de profesionalismo de la institución por medio de la presentación adecuada y diferenciadora del personal. Para muchas organizaciones

no es necesario contar con estos medios, pero no son conscientes de la influencia que este factor presenta para la calidad percibida por los usuarios. Además, está relacionada con la imagen empresarial, lo que la convierte en un medio a través del cual diferenciarse de la competencia.

Seguridad

Como plantean Ramos et al. (2020), esta dimensión se basa en la capacitación, credibilidad y confianza que deben tener todos los trabajadores de la organización, ya que estas características son los pilares esenciales de las empresas dedicadas principalmente a brindar servicios. Es decir, la seguridad es el nivel de confianza que generan los empleados mediante sus conocimientos, cortesía y profesionalismo, parte clave para que el cliente se sienta cómodo durante toda su experiencia con el servicio.

De forma complementaria, Alvarado et al. (2025) consideran la seguridad como una garantía que engloba los componentes relacionados con la confianza y la credibilidad desde el punto de vista de los clientes y se encuentra relacionada en su mayoría con los conocimientos, habilidades y profesionalismo que tiene el personal, además, incluye el cumplimiento de protocolos, la claridad de la información y el control de los procesos internos de la organización. Esto sugiere que la seguridad es el reflejo de la percepción que tienen los clientes respecto al desarrollo del servicio, donde una demostración de la preparación del personal puede generar un impacto positivo en el discernimiento de la calidad por parte de los consumidores.

En resumen, la seguridad tiene sus bases en la garantía de cumplimiento que posee la empresa sobre los consumidores respecto al servicio o producto que está ofreciendo en el mercado, específicamente se encuentra presente mucho más en la percepción de los clientes sobre los servicios y se ve influenciada por el personal durante el desarrollo de este. Dentro de la calidad del servicio, esta dimensión se encuentra caracterizada por la falta de peligro, riesgos o dudas, manifestándose de manera clara en el respeto y la atención que el personal demuestra hacia la clientela.

Profesionalismo

De acuerdo con Benjamín et al. (2021), el profesionalismo hace alusión a lo que se espera del personal entrenado sobre la calidad de su trabajo, esta incluye criterios como las habilidades, la sensatez y la cortesía en su comportamiento. En otras palabras, cuando se evoca el término profesionalismo, se hace referencia a la capacidad que tienen los

profesionistas en desarrollar sus actividades de manera idónea tomando en cuenta los niveles de calidad establecidos por su organización o empresa.

Tal como señala Julián (2026), el profesionalismo es llevar a cabo un trabajo o una acción de manera técnica, demostrando competitividad y dedicación. Dicho de otra manera, es cuando un profesional desarrolla una labor de manera correcta con base en su experiencia y valores; además, en los servicios esta categoría adquiere relevancia por el impacto que genera en la percepción de los consumidores.

Por tanto, es importante que los profesionales desarrollen sus actividades con responsabilidad, compromiso, ética y eficiencia, puesto que esto contribuye a la generación de confianza y credibilidad dentro del entorno laboral. También tiene sus beneficios en la calidad del trabajo, en las relaciones entre compañeros dentro de su entorno laboral o con los clientes y en demostrar un mayor compromiso con la institución donde labora. Mediante el profesionalismo se desarrollan cualidades como la disciplina, el respeto, la cordialidad, entre otras, que son aspectos primordiales si se busca mejorar resultados en el desempeño laboral.

Cortesía

Como señala Bustinza (2013), la cortesía se encuentra relacionada con la amabilidad y buen trato durante el servicio, implica atender con modales a los clientes para hacerlos sentir cómodos. Es decir, la cortesía es algo que todos los empleados de la organización deben implementar de manera necesaria en la atención al cliente y sin distinciones. Además, es importante que las empresas de servicio tengan personal capacitado que conozca cómo lidiar con situaciones estresantes sin perder la compostura y cortesía.

De manera similar, González (2024) plantea que la cortesía hace referencia al trato amable, atento y respetuoso que tienen los empleados hacia los consumidores durante la interacción con el cliente, esta incluye demostrar consideración y cordialidad durante la comunicación y gesticulación, este aspecto contribuye a la percepción positiva y satisfactoria del servicio. A partir de lo expuesto por el autor, se puede considerar la cortesía como un pilar del desarrollo de relaciones entre personas y empresas, funcionando como medio para mejorar la experiencia que tengan los consumidores durante el servicio.

En este sentido, las organizaciones que se centran en la prestación de servicios deben procurar que su personal sea cortés en todo momento con sus clientes, puesto que esta impacta en la forma en la que el cliente percibe el servicio y la calidad asociada del mismo, principalmente en el área de recepción donde adquiere mayor relevancia siendo la carta de presentación de la empresa hacia quienes desean hacer uso de sus servicios. Para los profesionales de áreas dedicadas a la atención de personas, se debe considerar la forma adecuada en que se expresan, sobre todo si se busca generar confianza sin perder el profesionalismo.

Credibilidad

De acuerdo con Alcaide (2015), la credibilidad se define como un aspecto intangible que poseen los empleados de la organización, esta se refleja en la manera de como los clientes confían que las empresas y sus empleados ofrecen lo mejor sin que conozcan exactamente el porqué. Bajo esta perspectiva, se relaciona la credibilidad con los factores que la empresa demuestra a sus consumidores, como la reputación o imagen empresarial, la atención del personal, la resolución de problemas, entre otros, que contribuyen a una percepción positiva y a la confianza en sus productos o servicios.

Para Godoy (2011), la credibilidad hace parte del personal de atención; esta se encuentra fundamentada en la promesa que se hace y en lo que realmente se entrega al cliente. Por tanto, un empleado es creíble cuando proyecta seguridad mediante su competencia y una actitud que demuestre honestidad, volviendo la experiencia del servicio algo digno de confianza que no presenta inseguridades ni desconfianza. Con respecto a lo manifestado, la credibilidad es una cualidad que el personal refleja y se encuentra fundamentada con base en el cumplimiento que este tiene con los clientes.

En conclusión, se infiere que la credibilidad es un aspecto que forma parte del personal de la organización, que a su vez se transfiere a la misma. Esta tiene la cualidad de ser inmaterial y estar formada con base en la percepción de confianza que tienen los clientes, la cual se ve influenciada por factores como la seguridad, honestidad y experiencia que proyectan los empleados durante las atenciones previas. Además, afecta directamente a las próximas interacciones que existan, ya que una organización que no inspire esta confianza en sus consumidores tiende a perder su posicionamiento y competitividad en el mercado.

Confiabilidad

Según la postura de Gómez (2022), la confiabilidad es la habilidad de la organización, empresa o negocio para brindar un servicio manteniendo un buen desempeño y exactitud, además, toma en consideración aspectos como la eficacia, la eficiencia, la efectividad, la repetición y la gestión de problemas. Dicho de otra manera, cualquier tipo de organización que ofrezca un servicio bien desarrollado y con precisión será confiable para los consumidores, sobre todo si toma en cuenta los factores que son parte de esta percepción de confiabilidad.

Del mismo modo, García y Molina (2025) definen la confiabilidad como la capacidad que tiene la organización para mantener un desempeño consistente y constante que es de interés del cliente, como también de mantener los niveles de calidad, confianza y seguridad. En otras palabras, la confiabilidad es poder mantener un estándar que se nota en la poca variabilidad del producto o servicio entregado, lo cual es apreciado por sus consumidores, creando así una sensación de seguridad de compra.

Para las empresas la confiabilidad es imprescindible ya que esta es el reflejo de cómo se desempeñan, siendo medida en la capacidad que tienen de ofrecer un producto o servicio de manera que no existan diferencias significativas entre los resultados de uno y otro, esta dimensión se enlaza con las habilidades de los trabajadores, la forma en la que se ejecuta el servicio o se elabora el producto, las empresas que les resulten más confiables desde el punto de vista de los consumidores suelen presentar una mayor demanda en el mercado.

Cumplimiento de lo prometido

De acuerdo con Castillo (2023), el cumplimiento de lo prometido es la relación entre las expectativas y la experiencia real del consumidor, en los servicios, esto puede definir la calidad percibida, puesto que el consumidor puede evidenciar la diferencia entre el compromiso inicial asumido por quien entrega el servicio y el resultado final. En otras palabras, el cumplimiento de lo prometido se puede expresar como el grado en que la organización cumple con lo establecido anteriormente con los particulares. Esta percepción se forma con base en el juicio que tenga el consumidor sobre lo que se ofreció y se recibió.

Asimismo, Gómez (2025) plantea que es importante que las empresas cumplan con sus promesas de servicio, puesto que genera expectativas de los clientes; de manera

que, si no se efectúan, los consumidores tendrán una mala imagen del servicio y, por consiguiente, buscarán otras alternativas que sí satisfagan sus necesidades. Con relación a lo expresado por el autor, puede establecerse que es el grado de relevancia del cumplimiento de lo prometido en la calidad del servicio percibido por los clientes, siendo oportuno no prometer más de lo que se puede cumplir.

Por lo tanto, se puede definir el cumplimiento de lo prometido como la capacidad de las organizaciones de entregar lo que se ofrece al cliente de manera exacta, esto incluye respetar las características establecidas antes o durante la prestación del servicio y todo lo que se encuentra relacionado con la generación de confianza al poder cumplir los acuerdos, disminuyendo las diferencias entre lo que esperaba y la experiencia del usuario.

Ejecución

Como afirma Ceballos (2011), la ejecución es el proceso que, a partir de un acuerdo mutuo, da inicio al servicio; por ello, quien realiza la acción debe contar con la infraestructura necesaria que le permita cumplir estándares de eficiencia, para así optimizar su tiempo de trabajo y, a su vez, su entrega de calidad de forma oportuna. Dicho de otra manera, la ejecución hace referencia al acto que se lleva a cabo entre dos partes que lo fijaron de manera bilateral, de especial manera para quien entrega el servicio es necesario que cuente con los conocimientos y equipos para el desarrollo del mismo.

Asimismo, Industriapedia (2024) en su blog define la ejecución dentro de los servicios como el proceso de realizar tareas específicas con la finalidad de cumplir con un acuerdo o contrato, satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera garantizada. Por lo tanto, es esencial que la ejecución de los servicios se realice de forma adecuada a las expectativas y requerimientos del cliente, de acuerdo con lo previamente establecido con la parte que entrega el servicio, quien deberá contar con los materiales, equipos y conocimientos para desplegar las actividades.

A partir de estas definiciones, se considera que a la ejecución como la puesta en marcha de las acciones de parte de un individuo u organización a favor de otra para cumplir con algo que se encuentra definido previamente, es imperativo que quien brinde los servicios cuente con la capacidad tanto física y mental para ejecutar de manera oportuna lo requerido, puesto que, si la ejecución del servicio no se desenvuelve acorde en tiempo y forma a lo preestablecido, afecta de manera negativa a la percepción del cliente sobre la calidad del servicio.

Exactitud del servicio

De acuerdo con Grönroos (2007), la exactitud del servicio se refiere a que este se lleve a cabo de la manera en la que fue previsto, en donde la ausencia de errores y el desempeño de lo acordado forman parte de la satisfacción del cliente, y por consiguiente se encuentra relacionada con la calidad del servicio. Es decir, que la exactitud del servicio se relaciona con la calidad percibida por los clientes, lo que influye directamente en la satisfacción general que ellos tengan hacia lo recibido.

En palabras de Sulistyawat y Listiyanti (2024), la exactitud del servicio es afín a la confiabilidad en la prestación del servicio, pues implica que este sea entregado de manera adecuada y con la menor cantidad de errores, y funciona como un elemento de garantía de que los consumidores reciban aquello que les fue prometido. En otras palabras, el término hace referencia al cumplimiento del servicio tal como fue descrito previamente, lo que implica que no existen errores durante su ejecución.

Entonces, la exactitud del servicio se puede definir como el desarrollo del servicio exactamente como se planteó entre quien lo entrega y quien lo recibe, esto incluye la manera en la que se lleva a cabo, el tiempo y la forma. Si el servicio presenta errores durante su ejecución, no se estaría cumpliendo con exactitud lo acordado, ya que presentaría discrepancias que afectarían de manera significativa la experiencia de quien adquiere el servicio.

Capacidad de respuesta

Como indican Demuner et al. (2018), la capacidad de respuesta es la rapidez y eficacia que tiene el personal de servicio al brindar soporte y resolución a los problemas o necesidades que tengan los usuarios, además de hacer referencia al tiempo que toma procesar una solución con el fin de ayudar a los usuarios con sus dudas. Es decir, es la manera en que los servicios dan una respuesta en tiempo y forma adecuados a los requerimientos de los usuarios, dado que una adecuada capacidad de respuesta beneficia la percepción de los usuarios sobre los servicios ofrecidos.

Para Ortega (2023), la capacidad de respuesta hace referencia a la disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes, brindando el servicio de manera oportuna, esta incluye la capacidad de responder a las necesidades de los clientes, asistir y demostrar una actitud proactiva por parte de los empleados. Esto refleja que la capacidad de respuesta está estrechamente ligada a las acciones de los trabajadores de

primera línea, que son la cara más visible de la empresa y están en contacto directo con los clientes.

Dentro de la calidad del servicio, la capacidad de respuesta involucra el nivel que tienen los empleados para brindar soluciones a las necesidades del cliente, apoyar y demostrar proactividad. Y de esta forma asegurar que el servicio que se está ofreciendo cumpla de manera íntegra las expectativas y también refleje la disposición e intención de los trabajadores en asegurarse de que la atención cumpla con estándares de calidad.

Disposición del personal

Ozomek (2019) plantea que la disposición del personal no implica solo la presencia física, es más la actitud general y proactiva que los profesionales deben implementar antes de cualquier interacción con el consumidor, la cual puede dividirse en dos, la primera es una dimensión mental, que implica dejar fuera de la atención los problemas personales con el fin de poder demostrar empatía y accesibilidad, la siguiente es una dimensión física, que en términos sencillos abarca la forma de expresarse con el lenguaje corporal. De esta forma, se puede inferir que el término hace referencia a la primera impresión positiva a fin de facilitar la comunicación, desarrollando la experiencia de atención de manera fluida y satisfactoria para el consumidor.

Para Torres (2022), la disposición del personal se refiere a la capacidad, voluntad o deseo que estos tengan de ayudar a los consumidores, además de proporcionar un servicio de manera rápida y oportuna, siendo accesibles y proactivos ante las necesidades de los usuarios. Es decir, que la disposición del personal es el carácter que tienen los empleados para atender a las peticiones que les presenten los usuarios del servicio, ya que ellos deberán procurar entregarlo lo más rápido posible, además, de no estar sujetos solo a realizar lo que se les pide, sino a pensar en lo que podría necesitar en ese momento el cliente.

Por lo tanto, la disposición que tenga el personal dentro de la organización es importante ya que es el reflejo de la actitud del personal en trabajar de manera proactiva hacia los clientes, esto impacta directamente en la calidad del servicio, puesto que muchas veces las necesidades no son totalmente cubiertas, por ello el personal debe estar dispuesto a realizar un poco más de lo que se pide o se establece que debe hacer en casos de que él lo considere necesario.

Atención

Como plantean Matamoros y Bravo (2025), la atención está orientada a la resolución de intranquilidades o incertidumbres de los consumidores mediante los servicios, brindando así una experiencia de calidad para los usuarios. Es decir, su finalidad es disipar cualquier cuestionamiento que surja en los clientes mediante una acción y de esta forma se pretende que los clientes se sientan satisfechos con el servicio que reciben, supliendo o superando sus expectativas.

Para González (2025), la atención personalizada plantea un medio para entender y responder a los requerimientos de los clientes de manera individualizada, mediante un análisis exhaustivo de sus preferencias, comportamiento y experiencias, con la finalidad de establecer vínculos emocionales entre la empresa y compradores casuales que posiblemente se vuelvan habituales. Cabe añadir que, para los clientes, los servicios personalizados por parte de las empresas representan un valor agregado que aprecian sobremanera, haciéndolos sentir menos como simples consumidores y más como alguien en quien la empresa demuestra un genuino interés. De esta manera, se puede lograr una fidelización por parte de los clientes.

En definitiva, la atención tiene como finalidad mejorar la satisfacción de los usuarios, de manera que se sientan motivados a seguir haciendo uso de sus servicios o productos de forma regular. En los servicios, la atención facilita conocer las necesidades personales de cada cliente. Esto trae mejoras que se verán reflejadas tanto en la experiencia de los consumidores como en la diferenciación en el mercado y la fidelización de la empresa.

Tiempo de respuesta

Como argumentan Ramírez-Campos et al. (2022), el tiempo de respuesta es el periodo que transcurre entre la llegada y la aceptación de la información. Dentro de las organizaciones, el tiempo de respuesta hacia los clientes se considera un factor clave en la atención al cliente. Este indicador es básico en la evaluación de la eficiencia y la calidad del servicio que brinda una empresa. En otras palabras, esto corresponde al lapso de tiempo que pasa entre la solicitud del cliente y la atención por parte de la empresa que tiende a ser útil como referente para medir la calidad o el nivel de atención de los servicios prestados.

A su vez, Seyfert (2023) lo describe como la velocidad de una empresa para gestionar las consultas, quejas o solicitudes de los clientes. Un menor tiempo de respuesta resulta determinante en la satisfacción del cliente, marcando una diferencia entre un consumidor satisfecho y uno que no lo está. Dentro de las empresas, es un componente clave si la finalidad es perfeccionar la calidad de sus servicios considerando la apreciación de los clientes sobre la prontitud y la efectividad de sus respuestas.

Entonces, cabe destacar que un tiempo de respuesta reducido refleja a los usuarios que sus solicitudes fueron tomadas en consideración por el personal encargado, siendo este un factor influyente en la calidad del servicio percibida por los clientes, en este sentido, es importante destacar que si el sistema de atención es efectivo, eficiente y rápido, permitirá a los consumidores compartir estas experiencias positivas a quienes muestren interés en adquirir este tipo de servicios, mejorando la imagen y reputación de la empresa hacia el público general.

Empatía

Según la postura de Salvador et al. (2008), la empatía es el nivel de atención individualizada y el conocimiento personal que las empresas ofrecen a sus clientes, la capacidad de sentir y comprender las emociones de los demás, siendo el respeto y la buena predisposición los pilares fundamentales de los consumidores, además, se requiere de compromiso e involucramiento con el cliente para conocer de manera precisa sus necesidades personales. Dicho de otra manera, es atender de manera personalizada a la clientela, percibiendo las emociones que se generan durante la atención, manteniendo un alto nivel de valores y responsabilidad.

Mientras que Suco-Guerrero y Zambrano-Santos (2025) sostienen que la empatía hace referencia a la capacidad del personal de brindar un trato atento, respetuoso y que se adapta a las necesidades particulares de cada usuario, convirtiéndolo en un actor determinante de la percepción positiva de la calidad del servicio. En otras palabras, esta capacidad es un elemento significativo dentro de las organizaciones, además, es importante que el capital humano demuestre en todo momento esta cualidad durante el desarrollo del servicio, ya que afecta directamente la percepción que los clientes tienen de la empresa.

Por tal razón, la empatía dentro de la prestación de servicios es considerar los requerimientos de los consumidores de manera personal para cumplir con sus

expectativas. También es relevante mencionar que la empatía nace de poder empatizar y colocarse en el lugar de quien está recibiendo el servicio, comprendiendo de mejor manera sus necesidades y exigencias individuales.

Comunicación

Desde el punto de vista de Chiavenato (2021), la comunicación es transmitir un mensaje de una persona a otra o de un grupo a otro; este fenómeno puede describirse como la acción mediante la cual un emisor busca influir en un receptor aclarando algo en el proceso, esto implica enviar o compartir información y también lograr que esta sea comprendida por los individuos involucrados. Dicho de otra manera, la comunicación es el acto de traspasar información con el fin de influenciar en otro, además, se considera que una información que fue divulgada pero incomprendida no se considera comunicada.

De forma complementaria, Díaz et al. (2021) mencionan que, para crear una experiencia positiva, es importante que la comunicación sea de carácter efectivo, ya que funciona como medio para crear bases sólidas de relación entre las empresas y los compradores. Entre los aspectos clave de la comunicación se puede incluir la conexión personalizada, la resolución de problemas, la retroalimentación de los clientes, el incremento de la lealtad y la entrega de experiencias consistentes y coherentes. Es decir, una comunicación efectiva mejora las relaciones entre la organización y su público objetivo, con aspectos clave que la integran.

Por consiguiente, la comunicación es parte esencial en todas las organizaciones, especialmente a las que se encuentran enfocadas únicamente en la prestación de servicios, puesto que es necesario saber comunicar de manera eficiente la información a sus clientes para evitar errores o malentendidos. Por ello, surge la importancia de que la comunicación sea efectiva; esta no solo mejora la atención personalizada que se brinda, sino aspectos más subjetivos como la experiencia o la confiabilidad mediante un diálogo.

Accesibilidad

De acuerdo con Alcívar et al. (2018), la accesibilidad es la capacidad que tienen los individuos para hacer uso de los bienes o servicios sin distinciones. Con esta definición se interpreta que la accesibilidad es lograr que las personas puedan hacer uso de los servicios y productos que se ofrecen en la organización sin complicaciones o

dificultades, logrando que estos se vean atraídos por los servicios o productos que les presenten facilidades de consumo.

Según lo expuesto por Quispe (2025), la accesibilidad hace referencia al nivel en que los usuarios pueden acceder a los servicios e implica la eliminación parcial o total de las interferencias que impidan, obstaculicen o dificulten su uso. Para complementar, también es necesario contar con el recurso humano y material para la atención de personas que presenten algún tipo de discapacidad o necesidad especial. Esto permite comprender que la accesibilidad es la capacidad con la que cuenta la organización en su ambiente físico para atender de manera óptima a los consumidores.

Por ello, es importante que las empresas sean accesibles a sus consumidores, para que ellos puedan hacer uso de los servicios o productos que se ofertan de la manera más sencilla, lo cual tiene impacto en la rentabilidad de las empresas, ya que ser accesibles forma parte de las estrategias que deben implementar para el logro de este objetivo. También esto facilita a los consumidores el disponer de bienes o servicios de buena calidad.

Comprensión

Para Carrasco (2012), la comprensión va más allá de simplemente atender a los clientes con una sonrisa en todo momento; es poder hacer que ellos comuniquen cuáles son sus necesidades, cuándo las desean satisfacer y de qué manera lograrlo, ubicándolos en su lugar, de ser necesario. En otras palabras, es importante que el personal que atiende al público o que interactúa directamente con él sea capaz de empatizar con las personas a través del diálogo.

En palabras de Cervantes-chan (2021), comprender las necesidades de los clientes es importante para poder brindarles una ayuda adecuada, además, beneficia la percepción que los clientes puedan tener sobre los servicios o productos que reciben. Dicho de otra manera, es reconocer los requerimientos de los clientes, que puede actuar como un factor determinante en la opinión que estos tengan sobre su adquisición. Por ello, es necesario no solo recibir de manera mecánica sus peticiones, sino intuir lo que realmente necesitan y esperan recibir, disminuyendo la probabilidad de insatisfacción o desagrado.

De esta forma, la comprensión permite reconocer lo que el consumidor realmente quiere, necesita o espera recibir de parte de la empresa u organización que le brinda

servicios o bienes, direccionándolo a una mejor satisfacción de las necesidades individuales. Esto puede darse mediante el diálogo como simples respuestas a preguntas concretas o como una conexión más profunda e individualizada de los consumidores a través de la empatía del personal que trabaja en la organización.

Fundamentos legales

Constitución de la República del Ecuador

Título II - Derechos

Capítulo tercero

Sección novena. (Personas usuarias y consumidoras.)

Art. 52.- “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.”

Art. 53.- “Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.”

Art.54.- “Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Artículos 52, 53 y 54)

Capítulo sexto

Derechos de libertad

Art. 66.- 25. “El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Artículo 66, numeral 25)

Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad

Título I

Objetivo y ámbito de aplicación

Art. 1.- “Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad, destinado a: i) regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en ésta materia; ii) garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas; y, iii) Promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.”

Art. 5.- Las disposiciones de la presente Ley, se aplicarán a todos los bienes y servicios, nacionales o extranjeros que se produzcan, importen y comercialicen en el país, según corresponda, a las actividades de evaluación de la conformidad y a los mecanismos que aseguran la calidad, así como su promoción y difusión.

Título III

Del desarrollo y la promoción de la calidad

Art. 50.- El Estado ecuatoriano propiciará el desarrollo y la promoción de la calidad, de la productividad y el mejoramiento continuo en todas las organizaciones públicas y privadas, creando una conciencia y cultura de los principios y valores de la calidad a través de la educación y la capacitación.

Para cumplir con este objetivo, el Ministerio de Industrias y Productividad podrá hacer uso de los espacios de publicidad que el Estado posee en los diferentes medios de comunicación. (Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, 2007, Artículos 1, 5 y 50)

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Capítulo II

Derechos y obligaciones de los consumidores

Art. 4.- “Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la Republica, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derechos a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas den calidad, cantidad, precio y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de

elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.”

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor. - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio. - Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000, Artículos 4, 17 y 18)

Capítulo II

Metodología

Diseño de la investigación

La investigación se estructuró con un diseño no experimental y de corte transversal, que, de acuerdo con Sampieri et al. (2014), es aquel en donde no se manipula la variable y el diseño transversal se da cuando la recolección se realiza en tiempo único. A partir de esta definición, una investigación de esta índole se caracteriza por no interferir con las variables de estudio y analizar su impacto o relación con datos compilados en una sola recolección.

En relación con lo anterior, se infiere que este tipo de investigación favorece la identificación de la situación actual relacionada con la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad; de la misma forma, la transversalidad permite recolectar datos en un periodo de tiempo que corresponde a esta investigación.

Alcance de la investigación

La presente investigación tiene un alcance o nivel descriptivo, que de acuerdo a lo planteado por Hadi et al. (2023), este modelo descriptivo es utilizado cuando se detallan características, cualidades y fenómenos de la manera en la que se encuentran en la realidad, sin una intervención directa en ellos. Por tal razón, la pertinencia de esta investigación descriptiva busca identificar y analizar la situación actual de la percepción que tienen los clientes sobre la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, para ello, se incorporan las cinco dimensiones planteadas en el modelo SERVQUAL, y con base en los resultados, se tendrá una visión más detallada sobre la situación actual de los consultorios, que funcionará como una base para la creación de estrategias enfocadas en la satisfacción de los clientes.

Enfoque de la investigación

El presente estudio tiene un enfoque mixto combinando elementos cuantitativos y cualitativos, que a criterio de Haro et al. (2024), este diseño mixto es un método de investigación que permite recolectar opiniones, criterios, percepciones del fenómeno estudiado.

La parte cualitativa fue aplicada por medio de un cuestionario-guía de entrevista estructurado a especialistas, cuya finalidad era conocer los criterios de los administradores de los consultorios odontológicos. Además, la parte cuantitativa se implementó a través de la encuesta que permitió recabar información necesaria de la muestra seleccionada para la investigación que corresponde a los pacientes de los consultorios.

Método de la investigación

Tomando como referencia a Luque (2024), una forma de investigación es el método deductivo, que inicia el proceso desde un razonamiento más general y lógico, hasta llegar a hechos más concretos. En este sentido, este trabajo de investigación empleó el método deductivo, debido al análisis del fundamento teórico principal como lo es la herramienta de medición de la calidad denominada modelo SERVQUAL en el contexto específico de los consultorios odontológicos del cantón La Libertad.

De esta manera, por medio de la herramienta y sus principios generales, se realizó un análisis de la realidad de los consultorios y examinó de forma adecuada, por medio de las dimensiones planteadas del modelo con relación de la calidad del servicio de los servicios odontológicos. Además, la investigación parte de conocimientos generales sobre la calidad del servicio y se convierte en resultados relacionados con el contexto específico de la atención en los consultorios odontológicos.

Población y muestra

Población

La población de la presente investigación está conformada por el personal que incluye al propietario y trabajadores, quienes aportaron de manera cualitativa con su experiencia profesional, también, los clientes que fueron atendidos durante el desarrollo de esta investigación en los consultorios Rodental que se encuentran dentro del cantón La Libertad, datos tomados de los registros de atención, en el periodo 2025. Los cuales representan un conjunto de individuos que comparten características similares y necesarias para aportar de manera cuantitativa con base en la recopilación sobre la calidad del servicio, dado que son quienes experimentaron de primera mano la atención odontológica.

La delimitación considera criterios de inclusión como poseer la mayoría de edad y haber recibido atención durante el periodo comprendido entre la realización del estudio

y cualquiera de los establecimientos “Rodental” dentro del cantón. Por otro lado, no se tomó en cuenta aquellos individuos que no hayan recibido un servicio o que no estén dispuestos a compartir su experiencia por motivos de tiempo o personales. A continuación, se detalla la población:

Tabla 1 Población Total

Informantes Calificados	Cantidad	Instrumento
Propietario	1	Entrevista
Personal de atención	20	Entrevista
Pacientes	1859	Encuesta
Total	1861	

Muestra

La muestra de esta investigación está conformada por un grupo representativo de la población de pacientes que se atienden en los consultorios que fueron seleccionados con la finalidad de recopilar información suficiente para realizar un análisis de la percepción de los pacientes sobre la calidad de los servicios a través de las dimensiones del modelo SERVQUAL. Esta selección brindó información de manera organizada y eficiente, teniendo en cuenta las características y la disposición de los usuarios.

En el caso específico de los consultorios odontológicos donde se cuenta con una población limitada de pacientes durante el tiempo que se ejecutó la investigación, se llevó a cabo un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que los clientes se seleccionaron de acuerdo con su disponibilidad y accesibilidad para participar en las encuestas. El tipo de muestreo empleado resulta oportuno considerando que se busca evaluar la percepción de los clientes reales sobre la calidad del servicio en el contexto de la atención brindada por los consultorios odontológicos Rodental del cantón La Libertad.

$$n = \frac{1861(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(0,07)^2(1861 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{1861(3,8416) (0,25)}{0,0049(1860) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{1787,94}{9,114 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1787,94}{10,0744}$$

$$n = 177.47$$

Donde:

- n: Tamaño de la muestra
- N: Tamaño de la población
- Z: Nivel de confianza (1,96 para 95%)
- p: Probabilidad de éxito (0,50)
- q: Probabilidad de fracaso (0,50)
- e: Margen de error (0,07)

Tabla 2 Muestra

Informantes Calificados	Cantidad	Instrumento
Propietario	1	Entrevista
Personal de atención	2	Entrevista
Pacientes	177	Encuesta
Total	180	

Recolección y procesamiento de datos

Encuesta

De acuerdo con Farías (2026), la encuesta es una herramienta que permite la recolección de datos por medio de un conjunto de preguntas prediseñadas de manera estandarizada. Esta técnica fue seleccionada porque permite medir de manera cuantitativa preguntas estructuradas con base en los indicadores relacionados con la variable de estudio, calidad del servicio, cuyos informantes son los pacientes que asisten a los consultorios.

Entrevista

Para González et al. (2022), la entrevista es un instrumento de recolección de datos cualitativos, el cual permite una mejor interpretación de las realidades de la sociedad, a

partir de las opiniones, percepciones, criterios o ideas sobre un tema en común, en donde los investigadores les asignan un significado a las expectativas de los demás de forma específica. Este método cualitativo maximiza la comprensión del fenómeno estudiado y, en esta investigación, se conoció sobre la importancia que los miembros de la organización atribuyen a los factores asociados de la calidad del servicio en los consultorios.

Instrumentos de investigación

De acuerdo con Espinoza y Vallejos (2021), citando a los autores del modelo SERVQUAL, Parasuraman et al. (1988), se determina que este modelo tiene como fin crear una herramienta que permita conocer la calidad del servicio desde las percepciones de los usuarios, con base en 5 dimensiones: elementos tangibles, seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía. En otras palabras, se considera que este modelo se utiliza como referente para medir de manera confiable la percepción de los clientes sobre los servicios recibidos. Una de sus características principales es ofrecer una gran flexibilidad para adaptarse a numerosos sectores y necesidades concretas.

Cuestionario

Para esta investigación se empleó un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, el cual se ajustó al contexto específico de la calidad del servicio de los consultorios odontológicos “Rodental”, adaptando los ítems de acuerdo con las necesidades del objeto de estudio, conservando las dimensiones originales del modelo. Las preguntas se encuentran relacionadas con un indicador de las dimensiones planteadas por el modelo y están estructuradas de forma cerrada mediante la escala de Likert, lo que posibilita que los participantes puedan responder con mayor facilidad.

Guía de entrevista

Para el desarrollo de esta investigación, la guía de entrevista facilitó la obtención de información mucho más detallada y profunda sobre la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”. A través de esta técnica de recolección de datos cualitativos, se logró identificar los conocimientos y medios empleados para la evaluación de la calidad, además de sugerencias que ellos consideran apropiadas. La aplicación de este tipo de instrumento ayuda a fortalecer la investigación mediante datos más precisos y complejos.

Validación de instrumentos

Los instrumentos que se emplearon para la recolección de datos necesarios para la investigación fueron revisados, evaluados y validados previamente a su aplicación por docente especialista que cuenta con un amplio conocimiento sobre la variable de estudio, aportando sus conocimientos y experiencias con la finalidad de que los instrumentos fueran claros, pertinentes y afines al estudio realizado. Además, el docente especialista es parte del personal docente de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Alfa de Cronbach

Este proceso de validación se llevó a cabo por medio del alfa de Cronbach, herramienta que permite evaluar la confiabilidad de un instrumento, conociendo el grado de relación entre las preguntas e identificando aquellas que requieren ajustes, reformulación o ser reemplazadas por otras que sí aporten a los objetivos planteados para la investigación. Además, se confirmó la pertinencia de las preguntas y su contribución a la correcta medición de la variable de estudio.

Tabla 3 Alfa de Cronbach en instrumentos de recopilación (Expectativa)

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,841	20

Tabla 4 Alfa de Cronbach en instrumentos de recopilación (Percepción)

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,948	20

Herramientas de recolección y procesamiento de datos

Google Forms

Esta herramienta digital es una de las utilizadas por su facilidad para la creación, diseño y aplicación de cuestionarios. Por ello, se optó por esta como la principal

herramienta para la recolección de datos de manera directa en los consultorios, ya que permitió que los pacientes respondieran cada pregunta de manera libre sin la supervisión constante del encuestador. Además, permite una visualización en tiempo real del registro de las respuestas, optimizando la recolección, visualización y posterior exportación de los datos.

Excel

Esta herramienta favoreció la revisión de los resultados cuantitativos que se obtuvieron de los pacientes de los consultorios a través de la encuesta. Por medio de esta herramienta se llevó a cabo una limpieza como parte del procesamiento de datos, permitiendo un mejor análisis posterior con herramientas más especializadas para este proceso. Es una parte fundamental de la investigación ya que asegura la confiabilidad de los datos.

IBM SPSS

Es un software especializado para el análisis estadístico, el cual se empleó para el procesamiento final de los datos recopilados. Además, por medio de esta herramienta se realizó el análisis de alfa de Cronbach para conocer el nivel de fiabilidad de los instrumentos empleados en la investigación antes de su aplicación. Otro aporte importante de esta herramienta es su facilidad para el manejo de grandes cantidades de datos y para la realización de elementos visuales como tablas y gráficos que facilitan una mejor representación de la información para su correcto análisis.

Capítulo III

Resultados Y Discusión

Análisis de las entrevistas

1. ¿Considera que la calidad es importante dentro de la prestación de servicios y por qué?

En un consenso general, los entrevistados concuerdan en que la calidad sí es importante en la prestación de servicios; mostraron diversas razones de esta importancia, entre las cuales se encuentran relacionadas con el mercado al que están enfocados los servicios de los establecimientos. Estos hallazgos evidencian que los entrevistados coinciden en la relevancia de la calidad como elemento significativo que, además de asegurar una atención adecuada, también tiene su impacto en la conectividad y el desarrollo dentro del mercado de los consultorios.

2. ¿Conoce algún modelo o método para medir la calidad del servicio?

Los entrevistados demostraron su desconocimiento sobre modelos o métodos que sean específicos para la medición de la calidad del servicio, esto refleja la falta de herramientas formales que permitan una evaluación correcta de este aspecto en los consultorios odontológicos. Por ello, se hace visible la necesidad de la implementación de algún medio formal que permita una evaluación adecuada de la calidad del servicio,

3. ¿Se aplica dentro de la empresa algún modelo o método para evaluar la calidad del servicio?

En lo mencionado por los participantes existe una consistencia en la opinión de que no existe dentro de los consultorios un modelo o método formal aplicado para la medición de la calidad. Esto refleja que la calidad del servicio se evalúa de modo informal, limitando la recolección de información que permita establecer oportunidades y fortalezas, por ello, se enmarca la necesidad de métodos objetivos y sistemáticos para evaluar la calidad del servicio.

4. ¿Dentro de la empresa, cómo se evalúan las instalaciones, equipos, recursos físicos y presentación del personal para brindar un servicio de calidad?

En general, los hallazgos reflejan que dentro de los consultorios se llevan a cabo acciones para evaluar las condiciones de las instalaciones, los equipos y recursos físicos

de los consultorios odontológicos, las cuales se realizan antes de iniciar las atenciones de los pacientes y de manera periódica en el caso de las evaluaciones de los equipos. Estas respuestas obtenidas reflejan que en los consultorios se implementan prácticas dirigidas al aseguramiento de condiciones de trabajo adecuadas. Pero, el desconocimiento de los procedimientos aplicados apunta a la necesidad de estrategias que permitan el fortalecimiento de la comunicación interna y a socializar los procedimientos que se realizan.

5. ¿Dentro de la empresa qué acciones se llevan a cabo para garantizar que el servicio ofrecido sea confiable, cumpla con lo prometido y satisfaga las expectativas de los pacientes?

Las opiniones coinciden en que en los consultorios se desarrollan diversas acciones dirigidas a asegurar que el servicio que se brinda sea confiable, cumpla con lo que promete y satisfaga las expectativas de los pacientes. Dentro de lo mencionado, se puede recalcar que el personal debe entregar información clara y cuenta con supervisión por parte de los jefes. En general, las respuestas a las preguntas reflejan que se aplican mecanismos de control y comunicación, de forma independiente, lo que indica que no están establecidas mediante algún sistema formal, por lo que resultaría conveniente integrarlas de manera estructurada para permitir un mejor monitoreo.

6. ¿De qué manera la empresa gestiona la atención de solicitudes, necesidades o inconvenientes para brindar una respuesta rápida y eficiente a los pacientes?

Los entrevistados coinciden en que la gestión de la atención de los pacientes se lleva a cabo de manera presencial y virtual, con la finalidad de realizarla de manera organizada y así poder ofrecer respuestas oportunas y eficientes desde la primera atención en los consultorios. Estos hallazgos evidencian que dentro de los consultorios existen procedimientos orientados a la agilidad de la atención y a la facilidad del acceso a los servicios, pero también se observa que no cuentan con mecanismos para realizar evaluaciones periódicas sobre la capacidad de respuesta de cada consultorio.

7. ¿Cuál es la manera en que la empresa se asegura de que el personal transmita confianza, profesionalismo y seguridad durante la prestación de servicio?

Las opiniones coinciden en que los consultorios utilizan diferentes medios para asegurar que los miembros del personal demuestren confianza, seguridad y profesionalismo cuando realizan los servicios. Estos hallazgos evidencian que los

consultorios promueven estos aspectos mediante la selección del talento humano, el seguimiento de las actividades y la comunicación interna. Pese a esto, también se pudo identificar la necesidad de implementar mecanismos más formales para la evaluación del desempeño y a la calidad del servicio.

8. ¿De qué manera la empresa identifica las necesidades de los clientes y qué estrategias emplea para ofrecer una atención personalizada?

Se pudo establecer que la manera principal en la que se identifican las necesidades de los pacientes es por medio de la escucha activa y la experiencia de los profesionales encargados de los servicios. En general, se definió la importancia de escuchar las expectativas, inquietudes y requerimientos que tienen los pacientes. Sin embargo, aunque se refleja un interés por parte de los involucrados, esto no es una medida confiable, ya que se basa en la experiencia y comunicación directa de los pacientes, por lo cual puede ser limitada debido al hecho de que no todos se encuentran dispuestos a comentar de forma directa sus inquietudes. Por ello, se evidencia la necesidad de implementar mecanismos formales que recopilen la información de manera anónima.

9. ¿Conoce el modelo SERVQUAL y sus dimensiones?

Los entrevistados coinciden en que carecen de conocimientos sobre este modelo en específico y, por lo tanto, de lo que plantea sobre la evaluación de la calidad del servicio. Los hallazgos reflejan que la evaluación se fundamenta en los conocimientos previos y la retroalimentación de parte de los pacientes, sin tomar en cuenta herramientas metodológicas especializadas. Eso permite considerar la necesidad de promover el conocimiento o la implementación de modelos especializados como SERVQUAL, permitiendo una medición más objetiva sobre la percepción de los pacientes para identificar las áreas de mejora y fortalecer la gestión de la calidad de los consultorios.

10. Desde su punto de vista, ¿qué aspectos considera que deben fortalecerse para mejorar la calidad del servicio?

Los hallazgos de las entrevistas evidencian que existe una percepción positiva sobre la calidad del servicio que se brinda dentro de los consultorios, sin embargo, también se hace mención de la importancia de la promoción de una mejora de forma continua en aspectos como la capacitación del personal, evaluación del desempeño, la disminución de los tiempos de espera y la retroalimentación de parte de los pacientes como herramientas que permitan el fortalecimiento de la calidad de los consultorios odontológicos.

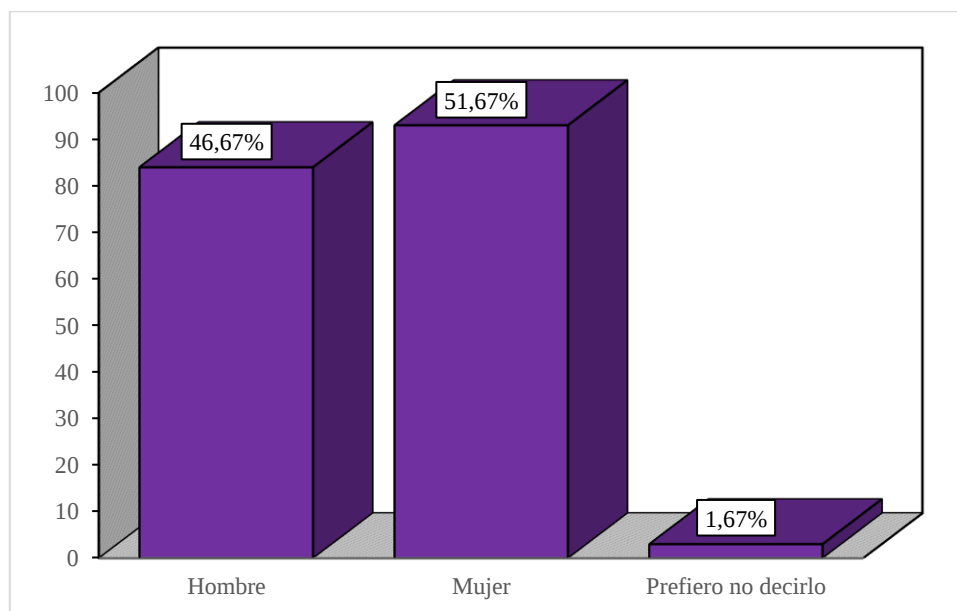
Análisis de los resultados de las encuestas

Genero:

Tabla 5 Género.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Masculino	84	46,67%	46,67%	46,67%
Femenino	93	51,67%	51,67%	98,33%
Prefiero no decirlo	3	1,67%	1,67%	100%
Totales	180	100%	100%	

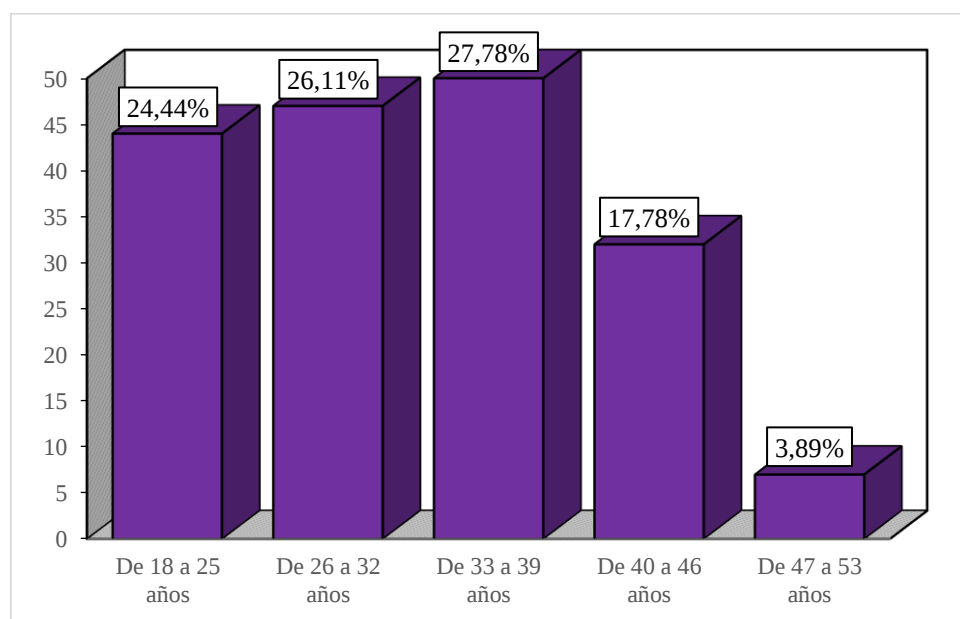
Figura 1 Género.



De acuerdo con la tabla 5 correspondiente a la pregunta demográfica sobre el género de los pacientes encuestados en los consultorios odontológicos “Rodental”, se evidencia que el 51,67% corresponde a participantes de género femenino, mientras que el género masculino representa el 46,67% y el 1,67% prefirió no decirlo. Esto demuestra un grado relativamente equilibrado entre las opciones, con una ligera superioridad en el público femenino; debido a la diferencia mínima, se pudieron reducir posibles sesgos asociados al género de los pacientes en la evaluación de la calidad del servicio en los consultorios.

Edad:*Tabla 6 Rango de edad.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De 18 a 25 años	44	24,44%	24,44%	24,44%
De 26 a 32 años	47	26,11%	26,11%	50,56%
De 33 a 39 años	50	27,78%	27,78%	78,33%
De 40 a 46 años	32	17,78%	17,78%	96,11%
De 47 a 53 años	7	3,89%	3,89%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 2 Rango de edad.

La distribución presentada en la tabla 6 con base en los datos recopilados demuestra que hubo una participación representativa en cada uno de los rangos de edad, pero se identificó una menor participación de la población del rango comprendido entre 47 y 53 años, que corresponde al 3,89%. Esto sugiere que quienes hacen uso de los servicios se encuentran dentro de la población económicamente activa. La participación significativa en cada uno de estos grupos etarios permite contar con una visión más amplia de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos, lo que permite evaluar de mejor manera las dimensiones que plantea el modelo SERVQUAL.

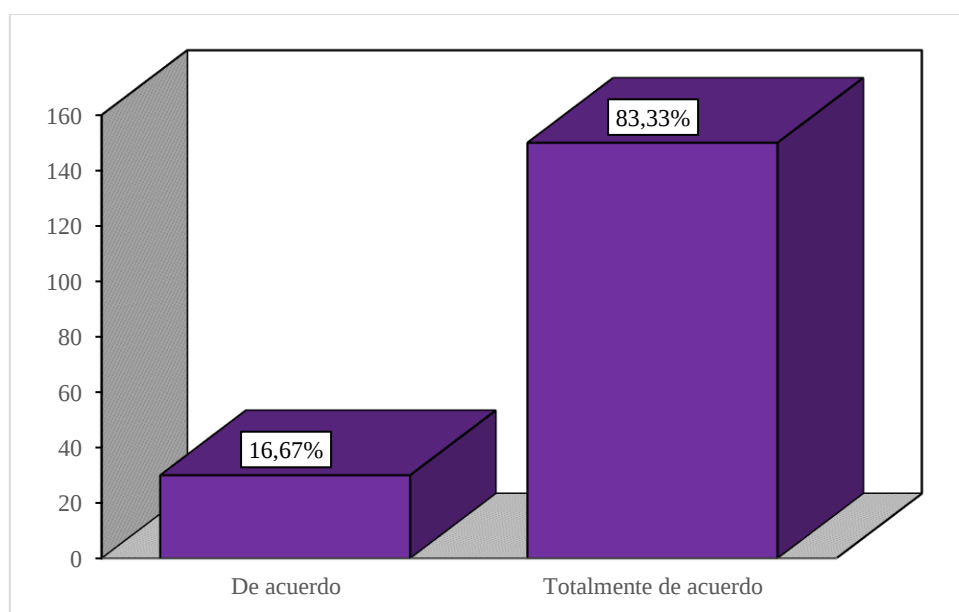
Expectativa dimensión tangibilidad

Un consultorio odontológico debe contar con instalaciones modernas, limpias y adecuadas.

Tabla 7 Expectativa sobre las instalaciones.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	30	16,67%	16,67%	16,67%
Totalmente de acuerdo	150	83,33%	83,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 3 Expectativa sobre las instalaciones.



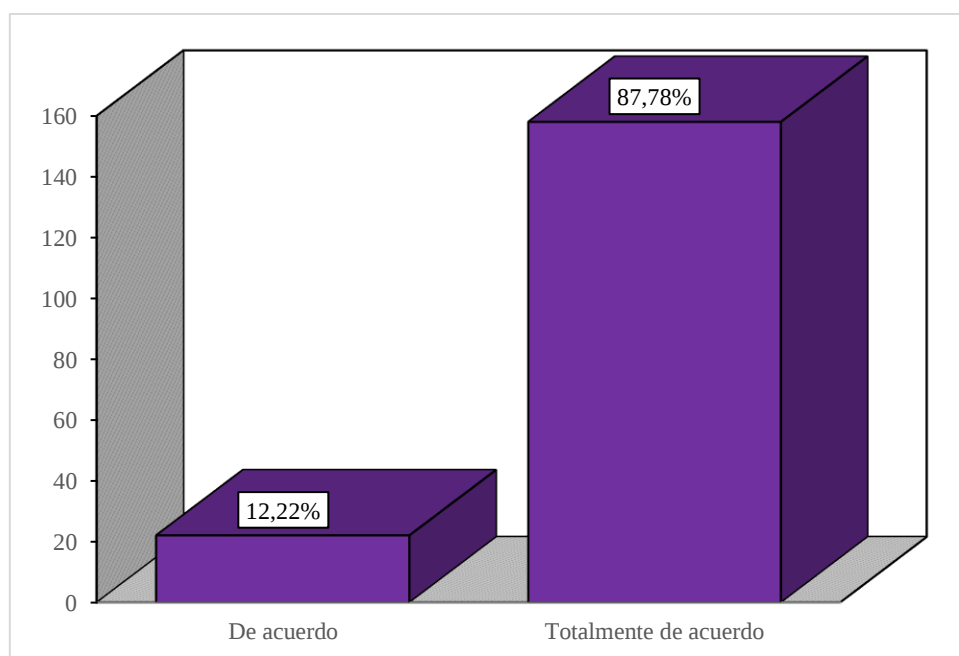
Los resultados de esta afirmación presentados en la tabla 7 sobre las expectativas de las instalaciones de los consultorios odontológicos evidencian que el 83,33% de los pacientes está totalmente de acuerdo y un 16,67% restante corresponde a la opción de acuerdo, lo que indica un nivel positivo de consideración sobre que las instalaciones deben ser modernas, limpias y adecuadas estando en óptimas condiciones para el desarrollo de los servicios, además, refleja la necesidad de contar con instalaciones que cumplan con características físicas acorde a lo esperado de los consultorios.

Los equipos e instrumentos odontológicos deben encontrarse en buen estado.

Tabla 8 Expectativa de equipos e instrumentos.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	22	12,22%	12,22%	12,22%
Totalmente de acuerdo	158	87,78%	87,78%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 4 Expectativa de equipos e instrumentos.



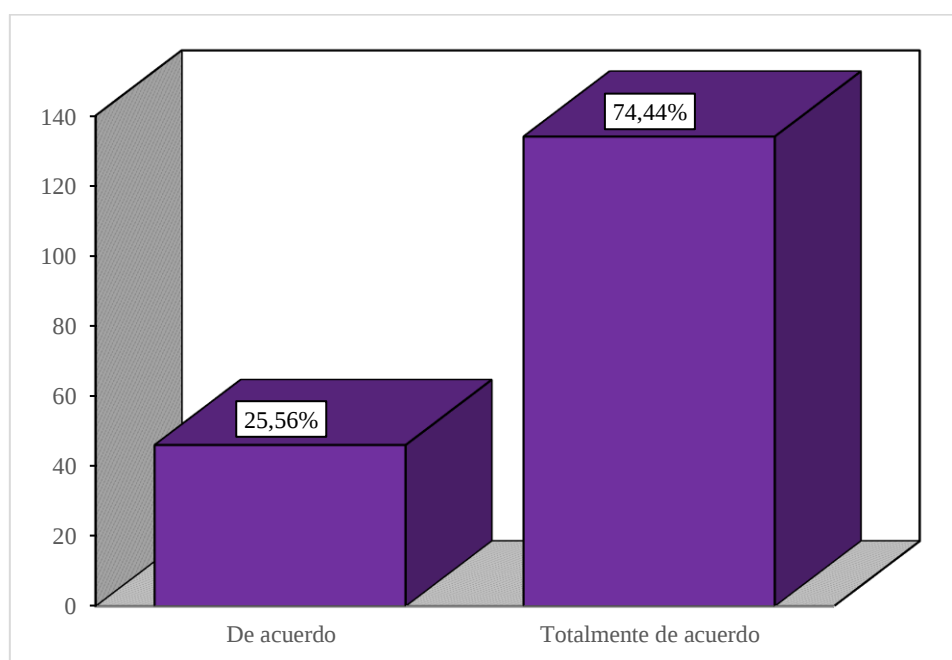
Con base en la tabla 8, se refleja que el 87,78% de los pacientes considera que los consultorios deberían contar con equipos e instrumentos que se encuentren en óptimas condiciones para el desempeño de los tratamientos y un 12,22% respondió solo estar de acuerdo, estos resultados reflejan una expectativa elevada de parte de los pacientes quienes dan importancia al estado en el que se encuentra el equipamiento, ya que lo asocian con el profesionalismo, la seguridad y la calidad de los procedimientos. Por ello, mantener en buen estado los equipos es necesario, de modo que deben emplearse mantenimientos preventivos o verificaciones periódicas para cumplir con las expectativas de los pacientes.

El personal presenta una apariencia profesional y ordenada.

Tabla 9 Expectativa sobre la apariencia del personal.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	46	25,56%	25,56%	25,56%
Totalmente de acuerdo	134	74,44%	74,44%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 5 Expectativa sobre la apariencia del personal.



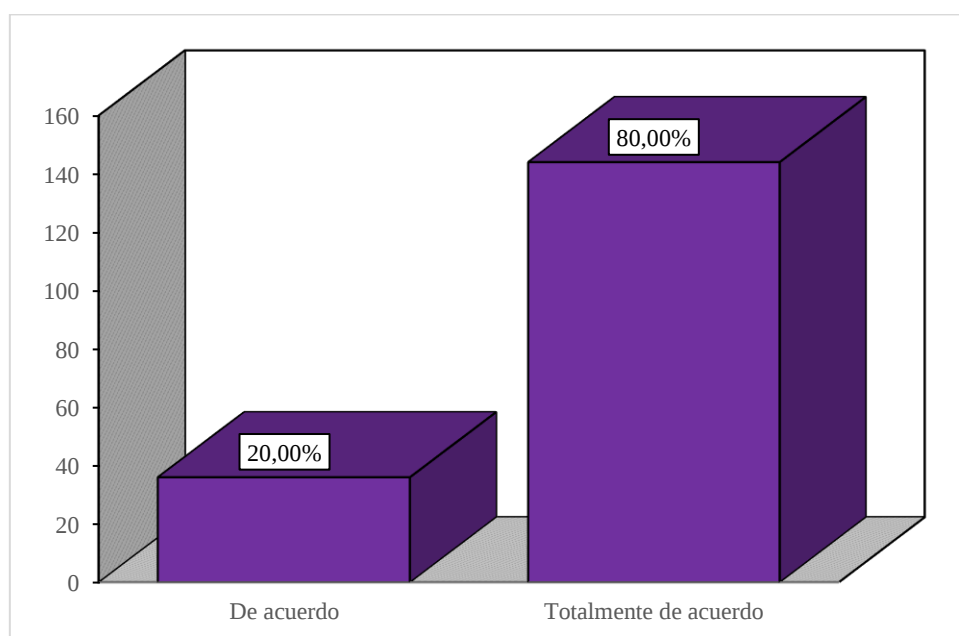
Conforme a la tabla 9, los resultados demuestran que el 74,44% de los pacientes encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con la afirmación planteada y un 25,56% de acuerdo; esto refleja la existencia de una alta expectativa en cuanto a la apariencia de los profesionales que laboran en los consultorios odontológicos. Puesto que una apariencia limpia, ordenada y correspondiente al campo clínico comunica credibilidad, compromiso y confianza con la atención brindada. En cuanto a eso es imprescindible que los consultorios cuenten con estándares que mantengan una adecuada presentación del personal.

El personal debe contar con uniformes y credenciales que facilitan su identificación.

Tabla 10 Expectativa sobre la identificación del personal.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	36	20%	20%	20%
Totalmente de acuerdo	144	80%	80%	100%
Totales	180	100%	100%	

Ilustración 1 Expectativa sobre la identificación del personal.



De acuerdo con los resultados presentados en la tabla 10, un 80% se encuentra totalmente de acuerdo y un 20% se encuentra simplemente de acuerdo, esto es un reflejo de la expectativa de los pacientes respecto a que el personal que se encuentra en los consultorios cuente con medidas que los identifiquen de manera fácil o rápida, el uso de uniformes y credenciales son factores que permiten mejorar este aspecto además de ayudar con la percepción de profesionalismo, confianza y organización. En este caso, es imprescindible que dentro de los consultorios exista un control permanente sobre el uso de los uniformes y que se entreguen credenciales oficiales.

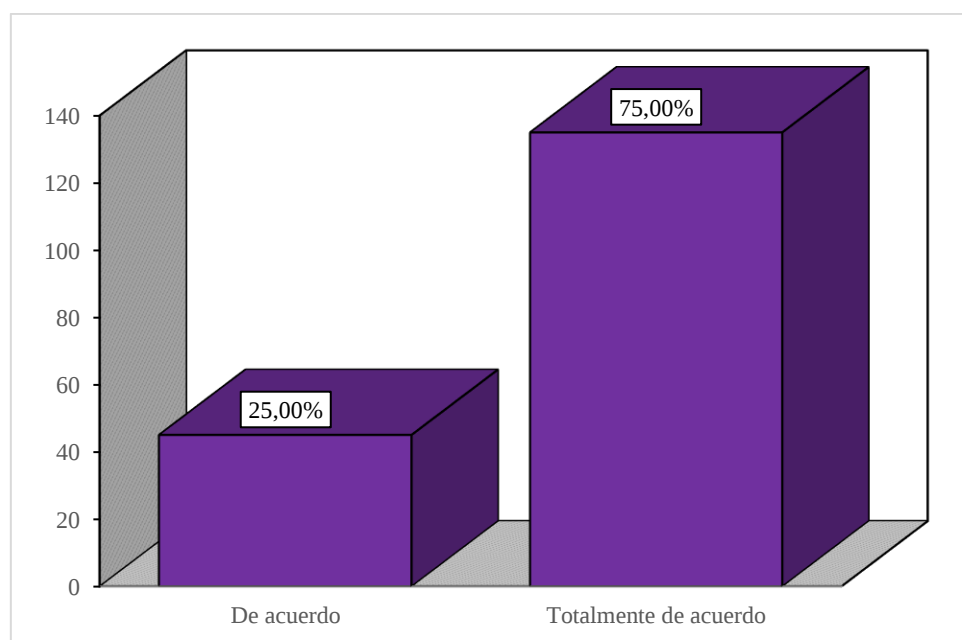
Expectativa dimensión seguridad

El personal debe transmitir confianza y profesionalismo.

Tabla 11 Expectativa sobre la confianza y el profesionalismo.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	45	25,00%	25,00%	25,00%
Totalmente de acuerdo	135	75,00%	75,00%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 6 Expectativa sobre la confianza y el profesionalismo.



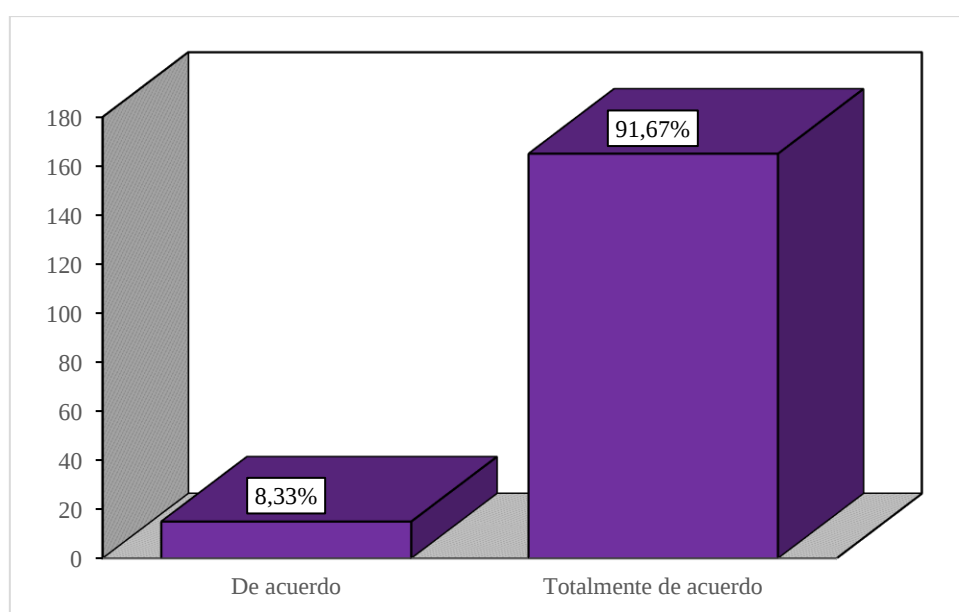
En la tabla 50, se detallan los resultados en donde se refleja que un 75% de los pacientes encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que un 25% demuestra estar de acuerdo, esto es un reflejo de las elevadas expectativas que tienen los pacientes sobre la competencia, ética y profesionalidad del personal que realiza la atención. Que el personal sea capaz de transmitir confianza y demostrar conocimientos impacta de manera directa en la percepción de la calidad del servicio. Para los pacientes es importante que los atiendan personas que inspiren credibilidad, dominio de los procedimientos y seguridad, puesto que generan tranquilidad durante la realización del tratamiento.

El personal debe demostrar cortesía durante la atención.

Tabla 12 Expectativa sobre la cortesía.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	15	8,33%	8,33%	8,33%
Totalmente de acuerdo	165	91,67%	91,67%	100%
Totales	180	100%	100%	

Ilustración 2 Expectativa sobre la cortesía.



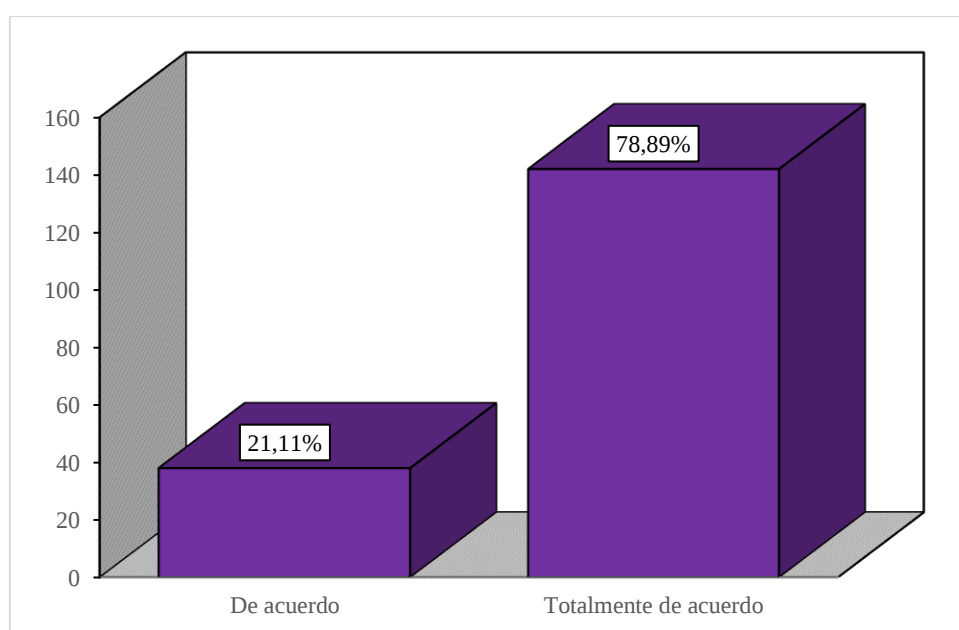
Los resultados expuestos en la tabla 12 muestran que un 91,67% se encuentra totalmente de acuerdo con la afirmación y un 8,33% solo de acuerdo. Estos resultados reflejan que la expectativa de los pacientes sobre el trato que esperan recibir por parte del personal de los consultorios es muy elevada, esperando que la atención se lleve a cabo de una manera cordial, respetuosa y con personal dispuesto a ayudar. Por ello, se debe priorizar una cultura de servicio que se encuentre orientada al trato humanizado, enfatizando valores como respeto, cortesía y empatía, para fortalecer la relación entre los profesionales y los usuarios.

El paciente debe sentirse seguro con los procedimientos.

Tabla 13 Expectativa sobre la seguridad de los procedimientos.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	38	21,11%	21,11%	21,11%
Totalmente de acuerdo	142	78,89%	78,89%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 7 Expectativa sobre la seguridad de los procedimientos.



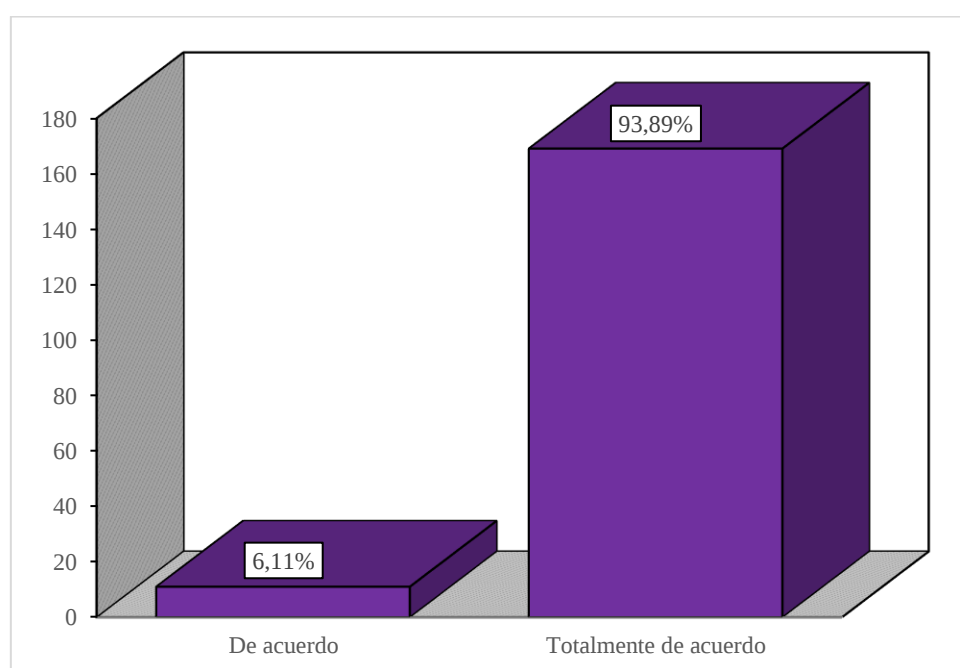
La tabla 13 muestra que un 78,89% de los pacientes manifestaron que están totalmente de acuerdo y un 21,11% de acuerdo. Estos resultados demuestran que los pacientes consideran que durante la realización de los procedimientos odontológicos es fundamental sentirse seguros. Eso se ve reflejado en que tienen expectativas elevadas respecto a la atención que esperan recibir, lo que refleja la necesidad de que la atención sea realizada por profesionales que demuestren competencia y una buena aplicación de procedimientos clínicos, además de asegurar el cumplimiento de protocolos de seguridad.

El consultorio debe garantizar higiene y bioseguridad.

Tabla 14 Expectativa sobre la bioseguridad e higiene.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	11	6,11%	6,11%	6,11%
Totalmente de acuerdo	169	93,89%	93,89%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 8 Expectativa sobre la bioseguridad e higiene.



Según lo observado en la tabla 14 de la afirmación sobre bioseguridad e higiene, el 93,89% manifestó que se encuentra totalmente de acuerdo con la afirmación y un 6,11% solo de acuerdo. Esto refleja que los pacientes que participaron de la recolección de datos creen que, como requisito indispensable en la prestación de servicios odontológicos de calidad, es necesario el cumplimiento de normas para garantizar la higiene y bioseguridad. Esto demuestra una elevada expectativa de que se cumplan de forma prioritaria las condiciones de bioseguridad dentro de los consultorios, ya que estos se encuentran asociados al cuidado de la salud, a la confianza en los procedimientos y a evitar posibles focos infecciosos.

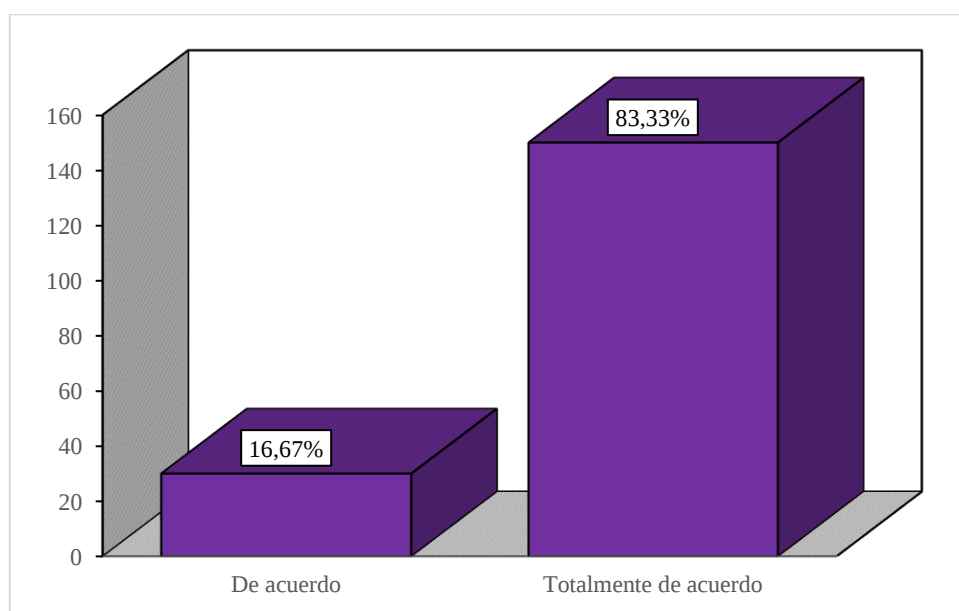
Expectativa dimensión confiabilidad

El consultorio debe cumplir correctamente con los servicios ofrecidos.

Tabla 15 Expectativa sobre el cumplimiento de lo prometido.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	30	16,67%	16,67%	16,67%
Totalmente de acuerdo	150	83,33%	83,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 9 Expectativa sobre el cumplimiento de lo prometido.



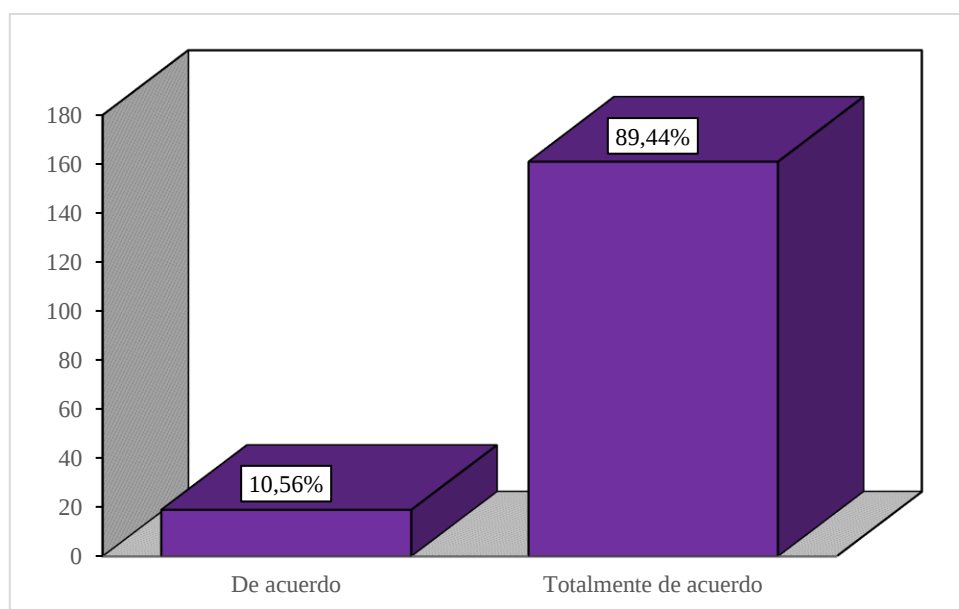
La tabla 15 presenta los resultados obtenidos por esta afirmación, en donde el 83,33% de los pacientes encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo y un 16,67% solo de acuerdo. Esto demuestra que el consenso general es que el cumplimiento de lo que se ofrece en los servicios forma parte esencial de la expectativa que se tenía sobre lo recibido. El elevado índice de expectativas favorables expone que los pacientes esperan que los consultorios cumplan con los tratamientos y servicios prometidos de manera íntegra y con responsabilidad, procurando que se desarrolle la atención de la manera en la que fue previamente establecida y de acuerdo con los estándares preestablecidos por la organización.

El tratamiento debe realizarse de manera precisa y sin errores desde la primera atención.

Tabla 16 Expectativa sobre la precisión del servicio.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	19	10,56%	10,56%	10,56%
Totalmente de acuerdo	161	89,44%	89,44%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 10 Expectativa sobre la precisión del servicio.



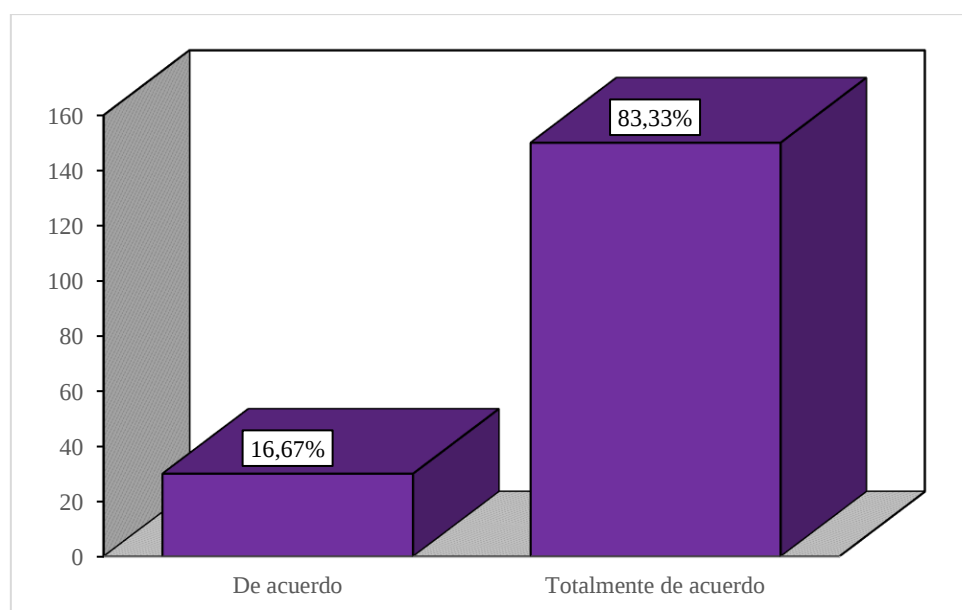
De acuerdo con los resultados presentados en la tabla 16 de la afirmación sobre la precisión de los servicios, se puede constatar que un 89,44% se encuentra totalmente de acuerdo y un 10,56% de acuerdo. Esto demuestra que los pacientes encuestados esperan que la ejecución de los tratamientos odontológicos sea correcta desde la primera atención, sin que necesite correcciones o procedimientos extra producto de un error en una atención anterior. Por los resultados se puede deducir que los pacientes consideran que parte de los aspectos más importantes de la calidad del servicio son la precisión y la eficacia en la atención, la alta expectativa puede demostrar que los pacientes valoran que los profesionales tengan competencias técnicas necesarias, una adecuada planeación de los tratamientos y la disminución de posibles errores durante la atención.

El consultorio debe cumplir con los horarios establecidos.

Tabla 17 Expectativa sobre el cumplimiento de horarios.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	30	16,67%	16,67%	16,67%
Totalmente de acuerdo	150	83,33%	83,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 11 Expectativa sobre el cumplimiento de horarios.



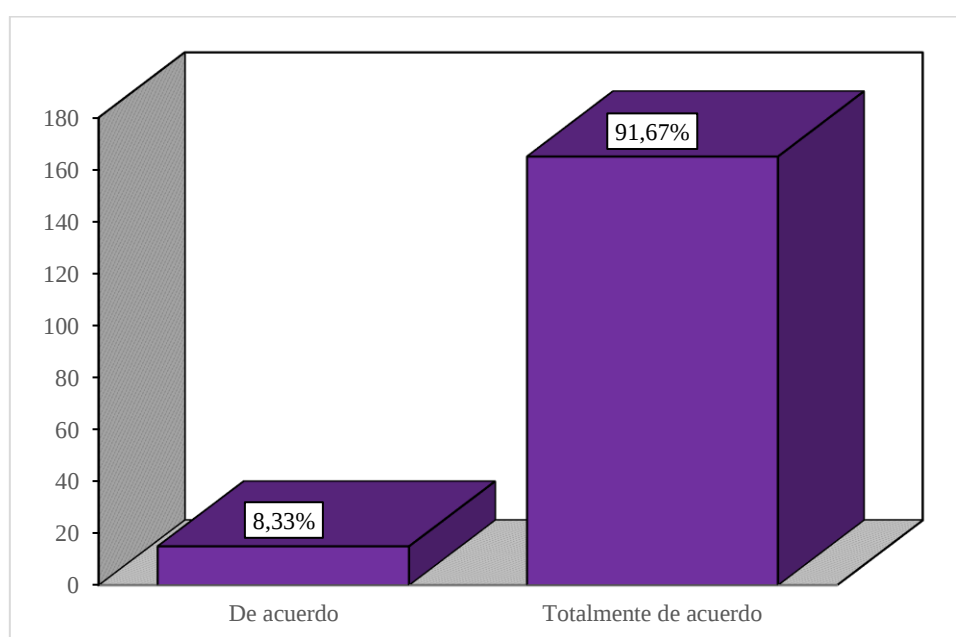
Los resultados presentados en la tabla 17 demuestran que los pacientes que participaron en el levantamiento de datos están un 83,33% totalmente de acuerdo y un 16,67% de acuerdo con esta afirmación, revelando que se considera al cumplimiento de los horarios como aspectos esenciales en la prestación de servicios odontológicos, esto también refleja que existe un nivel alto de expectativas sobre el cumplimiento de los horarios de atención, relacionando el valor al respeto del tiempo de los pacientes como una señal de que los consultorios cuentan con una buena organización, responsabilidad y compromiso. El cumplimiento de los horarios repercute en el mejoramiento de la experiencia de los pacientes al reducir los tiempos de espera o posibles inconvenientes relacionados.

La información sobre diagnósticos, tratamientos y costos debe ser correcta.

Tabla 18 Expectativa sobre la confiabilidad de la información.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	15	8,33%	8,33%	8,33%
Totalmente de acuerdo	165	91,67%	91,67%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 12 Expectativa sobre la confiabilidad de la información.



Con base en la tabla 18 de la afirmación sobre la confiabilidad de la información, el 92% de los pacientes está totalmente de acuerdo y el 8% solo está de acuerdo. Esto refleja que los pacientes consideran esencial en la atención odontológica recibir información de forma clara, precisa y veraz. Esto demuestra el alto grado de expectativas que los pacientes tienen sobre la exactitud y transparencia de la información entregada por los consultorios odontológicos. Para que los pacientes conozcan claramente su diagnóstico, alternativas de tratamiento o procedimientos que se realizarán y, sobre todo, los costos asociados, ya que les permite tomar mejores decisiones en base a la información.

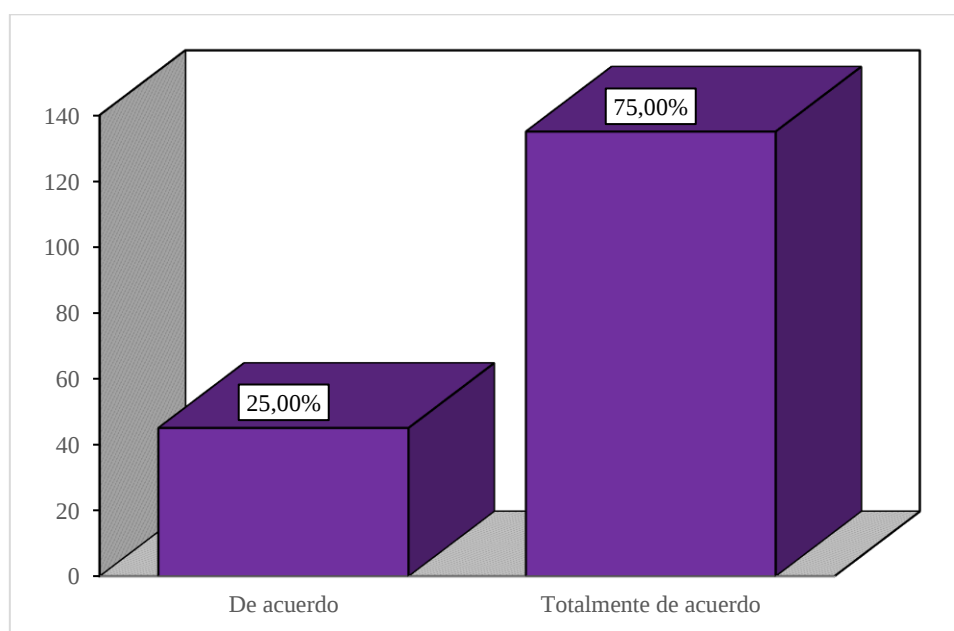
Expectativa dimensión capacidad de respuesta

El personal debe estar dispuesto a resolver dudas.

Tabla 19 Expectativa sobre la disponibilidad del personal.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	45	25,00%	25,00%	25,00%
Totalmente de acuerdo	135	75,00%	75,00%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 13 Expectativa sobre la disponibilidad del personal.



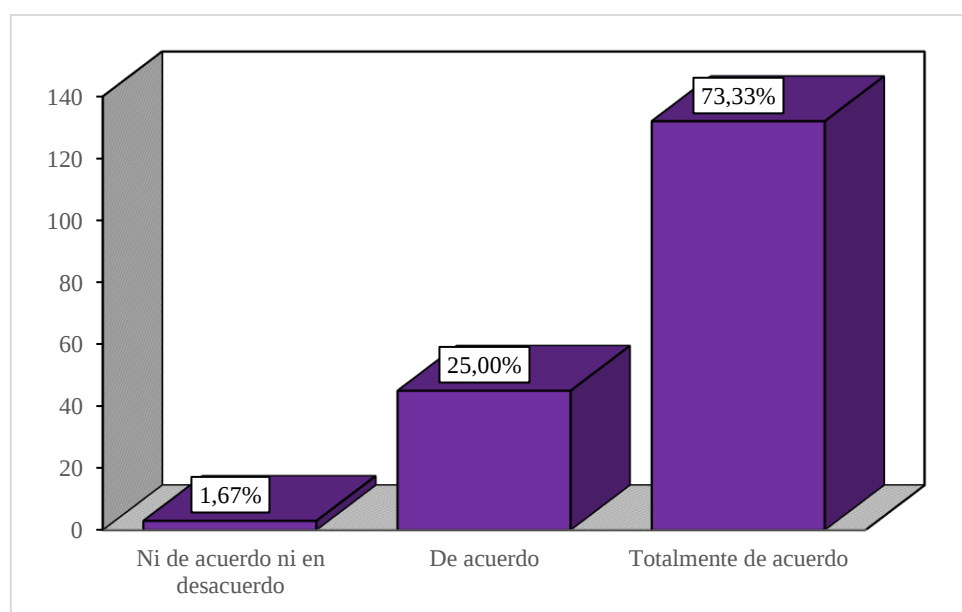
Tal como se demuestra en la tabla 19 la distribución de los datos, un 75% está totalmente de acuerdo y un 25% de acuerdo con la afirmación, reflejando que los encuestados consideran que un aspecto importante que forma parte de en la prestación de servicios es la disposición del personal para resolver inquietudes o despejar dudas, los datos demuestran que los pacientes tienen un expectativa elevada sobre la disposición y disponibilidad del personal para resolver dudas sobre procedimientos, tratamientos o información general respecto a la atención que se brinda, también la atención de inquietudes o simplemente brindar información de manera clara.

El personal debe atender rápidamente las necesidades del paciente.

Tabla 20 Expectativa sobre la rapidez en la atención.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,67%	1,67%	1,67%
De acuerdo	45	25,00%	25,00%	26,67%
Totalmente de acuerdo	132	73,33%	73,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 14 Expectativa sobre la rapidez en la atención.



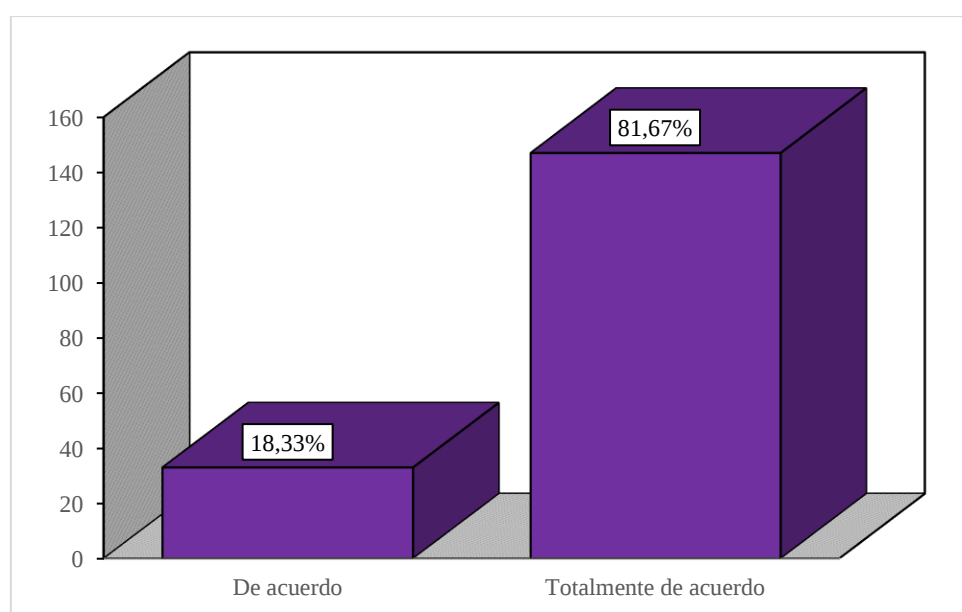
Según lo observado en la tabla 20, un 73,33% está totalmente de acuerdo y un 25% de acuerdo con la afirmación, lo que evidencia que la gran mayoría de los pacientes participantes considera que en la calidad de los servicios odontológicos la rapidez de la atención es un aspecto esencial. Los hallazgos demuestran que los pacientes cuentan con la expectativa de que la espera sea oportuna y ágil por parte del personal que trabaja en los consultorios, sobre todo para responder a las necesidades o inquietudes. Aunque en su mayor porcentaje las respuestas son positivas, un margen de 1,67% de respuestas neutrales puede indicar que la rapidez puede depender de factores externos no relacionados con el servicio.

Existe facilidad para agendar citas

Tabla 21 Expectativa sobre las citas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	33	18,33%	18,33%	18,33%
Totalmente de acuerdo	147	81,67%	81,67%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 15 Expectativa sobre las citas.



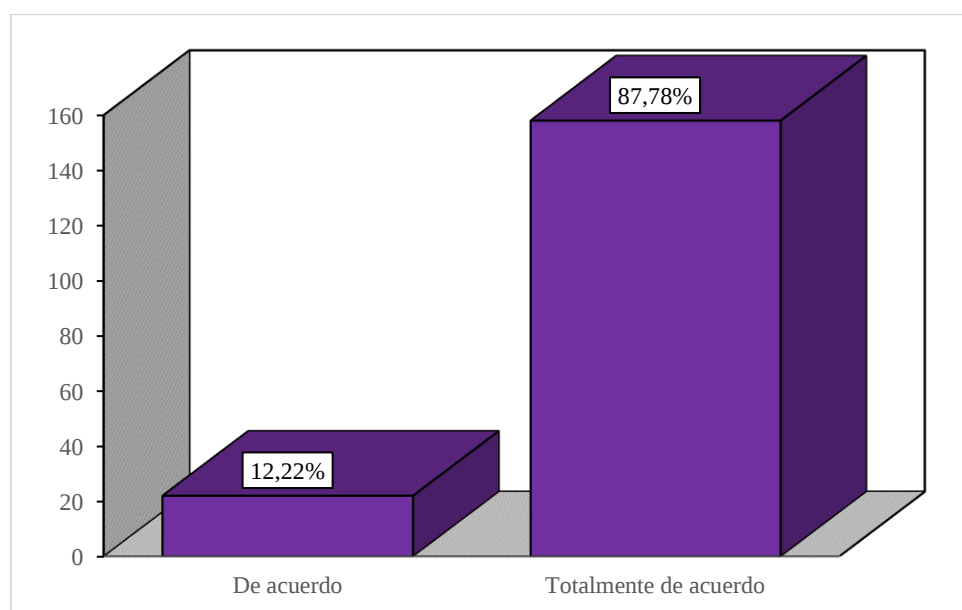
Los datos que se muestran en la tabla 21, en donde un 81,67% está totalmente de acuerdo y un 18,33% de acuerdo. Estos resultados revelan que los pacientes que participaron en las encuestas consideran que un servicio de calidad debe contar con facilidades para poder agendar citas. La alta expectativa de los pacientes respecto a este tema refleja que la accesibilidad y eficiencia de los procesos para agendar citas deben ser adecuadas, por lo que esperan que se puedan registrar sus consultas de manera rápida, sin inconvenientes y de forma sencilla. Un sistema para el registro de citas de manera eficiente beneficia a la atención, a los tiempos de espera y a la satisfacción de los pacientes desde la primera atención.

El tiempo de espera es razonable

Tabla 22 Expectativa sobre tiempos de espera.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	22	12,22%	12,22%	12,22%
Totalmente de acuerdo	158	87,78%	87,78%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 16 Expectativa sobre tiempos de espera.



En la tabla 22, las respuestas obtenidas mediante esta afirmación sobre los tiempos de espera que los pacientes consideran razonables corresponden a un 88% totalmente de acuerdo y un 12% de acuerdo. Esto demuestra que los participantes consideran que en los servicios odontológicos un aspecto indispensable es que los tiempos de espera sean razonables. La elevada expectativa de los pacientes refleja que se espera la atención dentro de tiempos prudenciales, donde la puntualidad y la eficiencia en la gestión de las consultas son bien valoradas. Para mejorar la experiencia de los pacientes se debe procurar que la atención cuente con tiempos de espera razonables, porque reducir los retrasos demuestra que los consultorios cuentan con una buena organización y una adecuada gestión de citas.

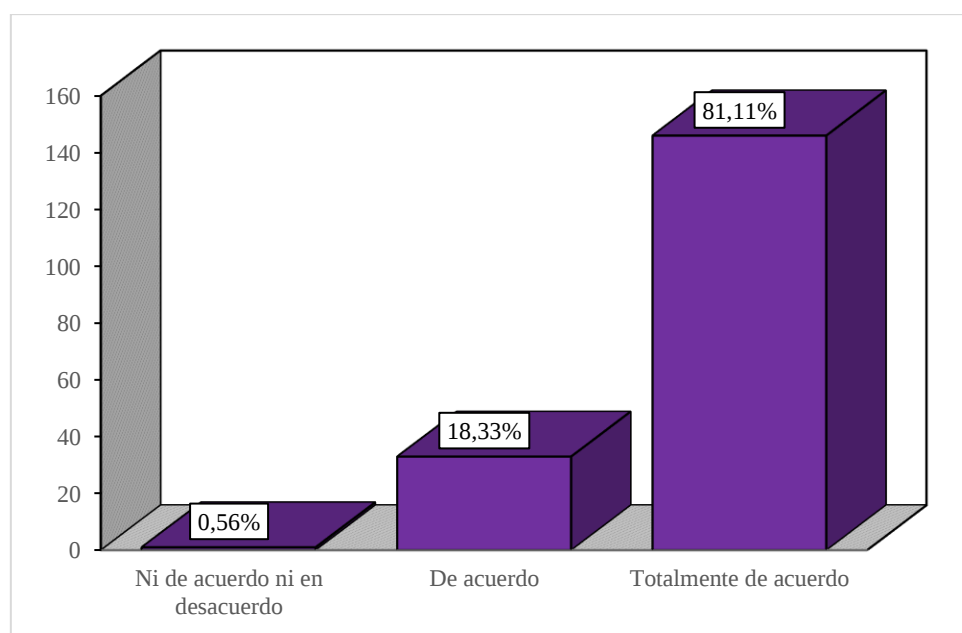
Expectativa dimensión empatía

El personal me brinda atención personalizada.

Tabla 23 Expectativa sobre la atención personalizada.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	0,56%	0,56%	0,56%
De acuerdo	33	18,33%	18,33%	18,89%
Totalmente de acuerdo	146	81,11%	81,11%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 17 Expectativa sobre la atención personalizada.



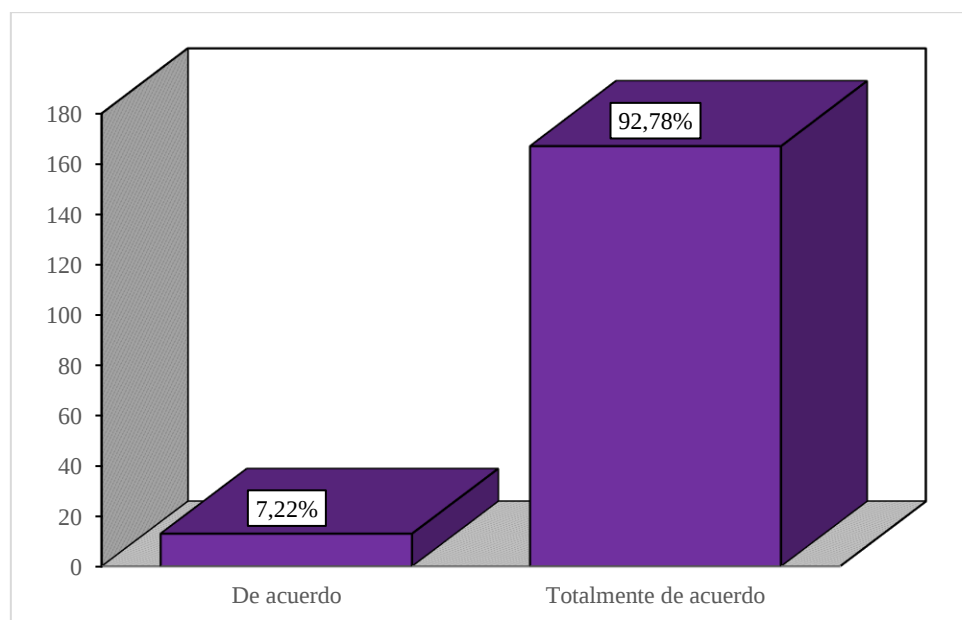
Los resultados presentados en la tabla 23 demuestran que los pacientes que participaron en el levantamiento de datos están un 81,11% totalmente de acuerdo y un 18,33% de acuerdo con esta afirmación, revelando que se considera la atención personalizada que considere sus necesidades y sus características particulares como aspecto complementario en la prestación de servicios odontológicos, esto también refleja que existe un nivel alto de expectativas sobre dicha personalización, ya que esta fomenta el fortalecimiento de la confianza, desarrolla una mejor comunicación y a la satisfacción respecto a la experiencia de los pacientes durante los tratamientos.

El personal me atiende con amabilidad y respeto.

Tabla 24 Expectativa sobre la amabilidad y el respeto.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	13	7,22%	7,22%	7,22%
Totalmente de acuerdo	167	92,78%	92,78%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 18 Expectativa sobre la amabilidad y el respeto.



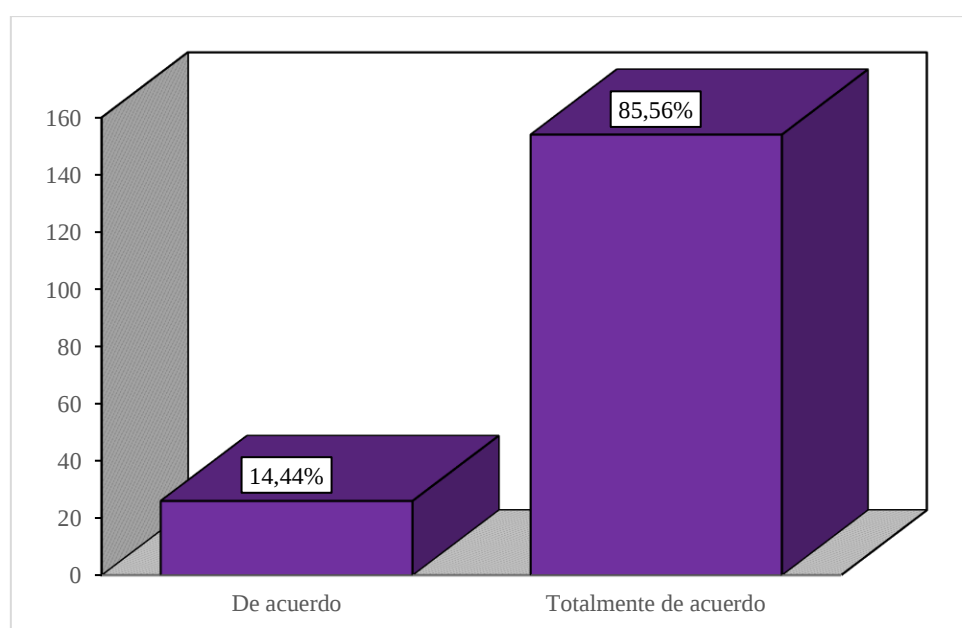
De acuerdo con la tabla 24, se pudo evidenciar que un 92,78% estuvo totalmente de acuerdo y un 7,22% estuvo de acuerdo con esta afirmación, lo que refleja que durante la atención odontológica los participantes consideran que se debe recibir un trato amable y respetuoso por parte del personal. Estos resultados reflejan un nivel elevado de expectativas de ser atendidos dentro de un ambiente especializado en la cordialidad, el respeto y la calidez humana, aspectos significativos que contribuyen a la generación de bienes y confianza en las consultas. Por tanto, un trato amable y respetuoso mejora la relación existente entre los pacientes y los profesionales que desarrollan las actividades.

Acceder a los servicios que se ofrecen es fácil.

Tabla 25 Expectativa sobre la accesibilidad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	26	14,44%	14,44%	14,44%
Totalmente de acuerdo	154	85,56%	85,56%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 19 Expectativa sobre la accesibilidad



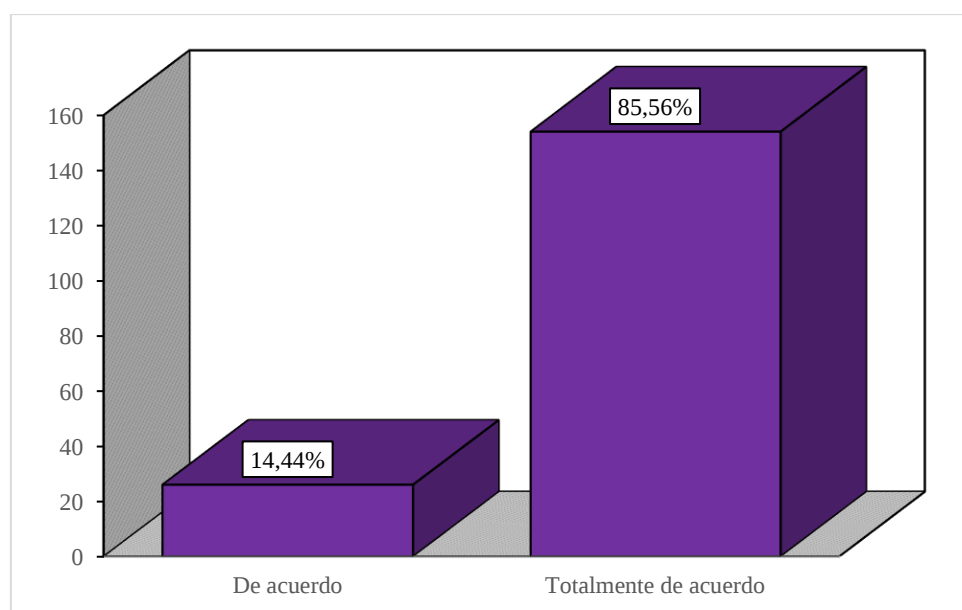
Los resultados presentados en la tabla 25 revelan que un 85,56% se encuentra totalmente de acuerdo y un 14,44%, lo cual evidencia que un gran número de pacientes encuestados considera que el acceso a los servicios que se ofrecen en los consultorios debería ser fácil y encontrarse a disposición. Además, la alta expectativa refleja que los pacientes esperan que los consultorios tengan facilidades para acceder a los servicios y canales eficientes destinados a la atención. Una buena accesibilidad a los servicios propicia la satisfacción de los consumidores, el fortalecimiento de la confianza y la demostración de compromiso en la atención de los pacientes.

El odontólogo escucha y comprende mis preocupaciones.

Tabla 26 Expectativa sobre comprensión.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	26	14,44%	14,44%	14,44%
Totalmente de acuerdo	154	85,56%	85,56%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 20 Expectativa sobre comprensión.



Con base en la tabla 26 sobre esta afirmación, un 85,56% se encuentra totalmente de acuerdo y un 14,44% de acuerdo, esto refleja que los pacientes consideran que los odontólogos que laboran dentro de los consultorios deberían tener una comunicación próxima con los pacientes, además de demostrar interés en las inquietudes durante la atención, lo que indica una alta expectativas en las capacidades profesionales para brindar atención personal a los pacientes, de manera que consideran aspectos como las necesidades, expectativas e inquietudes de forma individualizada como esenciales en la atención.

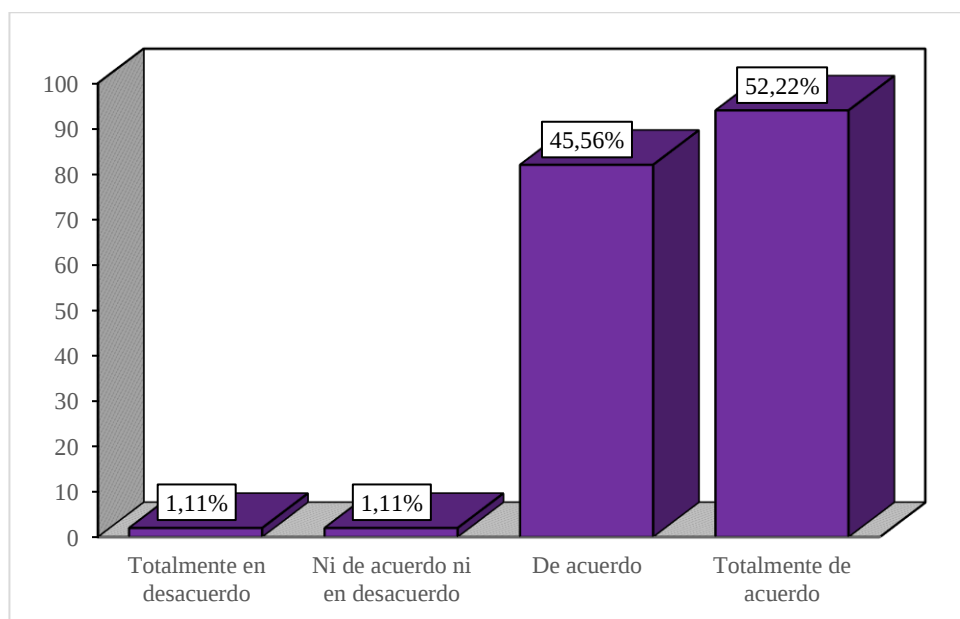
Percepción dimensión tangibilidad

El consultorio odontológico cuenta con instalaciones modernas, limpias y adecuadas.

Tabla 27 Percepción sobre las instalaciones.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	2,22%
De acuerdo	82	45,56%	45,56%	47,78%
Totalmente de acuerdo	94	52,22%	52,22%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 21 Percepción sobre las instalaciones.



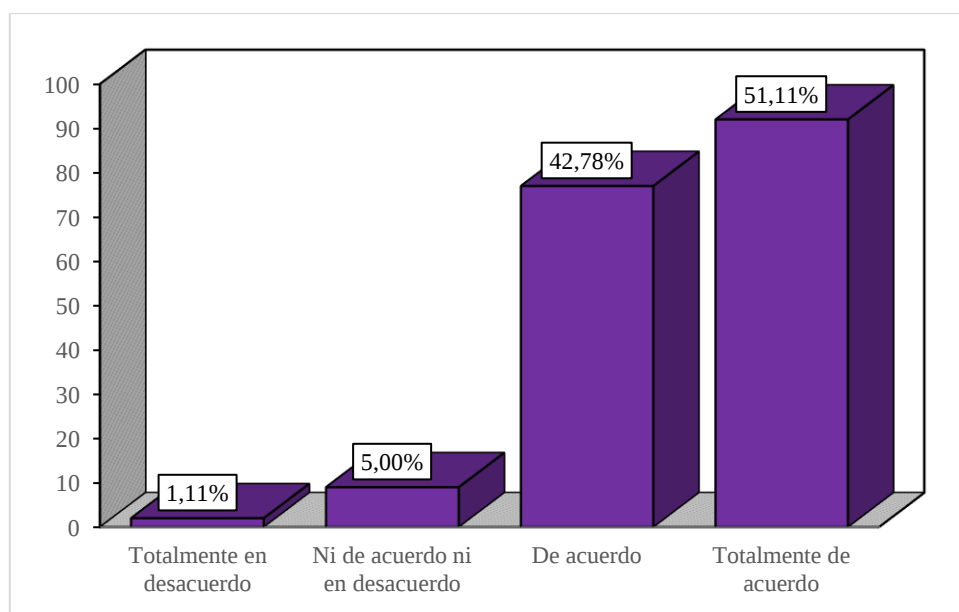
Los resultados presentados en la tabla 27 por esta afirmación acerca de las instalaciones de los consultorios odontológicos evidencian que el 52,22% de los pacientes está totalmente de acuerdo con que las instalaciones son modernas, limpias y se encuentran en óptimas condiciones para el desarrollo de los servicios. La existencia de un porcentaje desfavorable correspondiente al 1,11% refleja la posibilidad de aplicar mejoras para garantizar que los pacientes perciban las instalaciones en condiciones aceptables.

Los equipos e instrumentos odontológicos utilizados se encuentran en buen estado.

Tabla 28 Percepción sobre los equipos e instrumentos.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	5,00%	5,00%	6,11%
De acuerdo	77	42,78%	42,78%	48,89%
Totalmente de acuerdo	92	51,11%	51,11%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 22 Percepción sobre los equipos e instrumentos



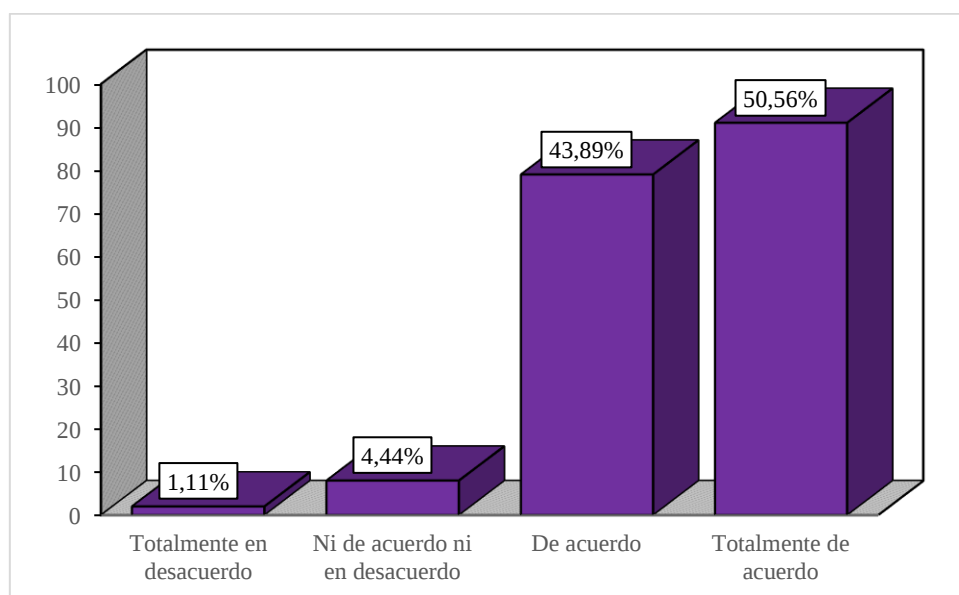
Con base en la tabla 28 de esta afirmación, se refleja que el 51,11% de los pacientes está totalmente de acuerdo en que los consultorios cuentan con equipos e instrumentos que se encuentran en óptimas condiciones para el desempeño de los tratamientos, siendo un aspecto que contribuye a prestar servicios de manera segura, eficiente y de buena calidad. Los equipos e instrumentos en buen estado, además de beneficiar el mejor desarrollo de los procedimientos, también generan en los pacientes esa percepción de confianza y profesionalismo en lo que están recibiendo. Sin embargo, existe un 1,11% totalmente en desacuerdo, lo que resulta en la posibilidad de mejorar aspectos como los mantenimientos preventivos o la renovación en caso de ser necesaria.

El personal presenta una apariencia profesional y ordenada.

Tabla 29 Percepción sobre la apariencia del personal.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	4,44%	4,44%	5,56%
De acuerdo	79	43,89%	43,89%	49,44%
Totalmente de acuerdo	91	50,56%	50,56%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 23 Percepción sobre la apariencia del personal



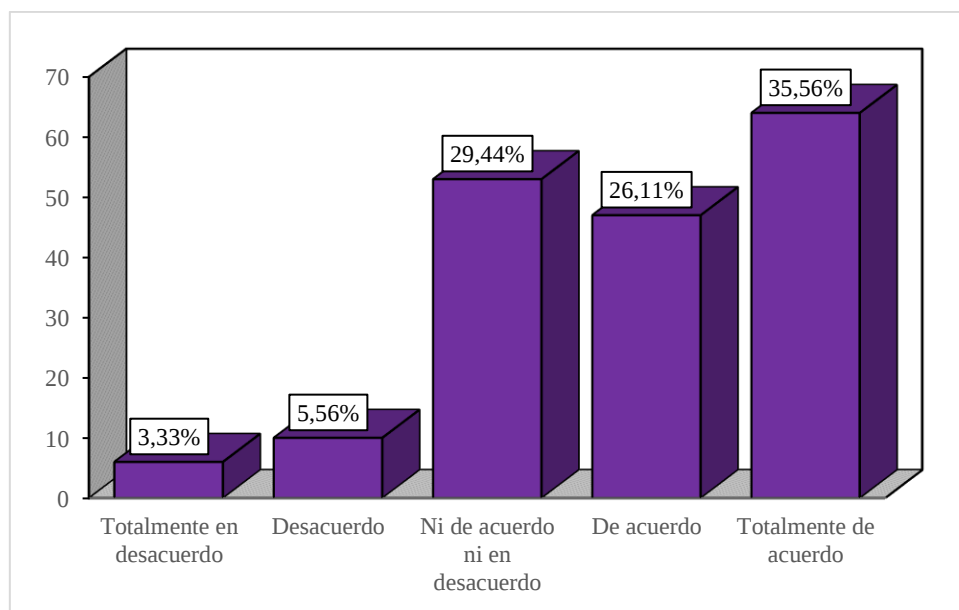
En relación con la tabla 29 sobre la afirmación planteada, se puede determinar que el 50,56% de los pacientes perciben de manera muy positiva la apariencia que presenta el personal. Estos resultados establecen que dentro de los consultorios el personal cuida su presentación, cumpliendo de manera adecuada las normas de higiene, orden y profesionalismo de la empresa. La imagen personal es la carta de presentación del personal hacia los pacientes, ya que favorece la creación de confianza y credibilidad durante la atención recibida. De igual manera, se presenta un porcentaje del 1,11% totalmente en desacuerdo, por lo cual es recomendable que se promueva un adecuado uso de credenciales y uniformes, con el fin de eliminar ese pequeño margen de inconformidad existente.

El personal cuenta con uniformes y credenciales que facilitan su identificación.

Tabla 30 Percepción sobre la identificación del personal.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	3,33%	3,33%	3,33%
Desacuerdo	10	5,56%	5,56%	8,89%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	29,44%	29,44%	38,33%
De acuerdo	47	26,11%	26,11%	64,44%
Totalmente de acuerdo	64	35,56%	35,56%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 24 Percepción sobre la identificación del personal.



A partir de la tabla 30 sobre la afirmación de identificación del personal sobre si cuentan con credenciales y uniformes que facilitan su identificación, se obtuvo que un 35,56% está totalmente de acuerdo. Esto indica que una fácil identificación del personal promueve la creación de una imagen organizacional sólida y beneficia el desarrollo de la percepción de profesionalismo del personal. Es importante mencionar la existencia de un 3,33% que se encuentra totalmente en desacuerdo, lo que refleja la necesidad de promover el uso correcto de los uniformes y credenciales.

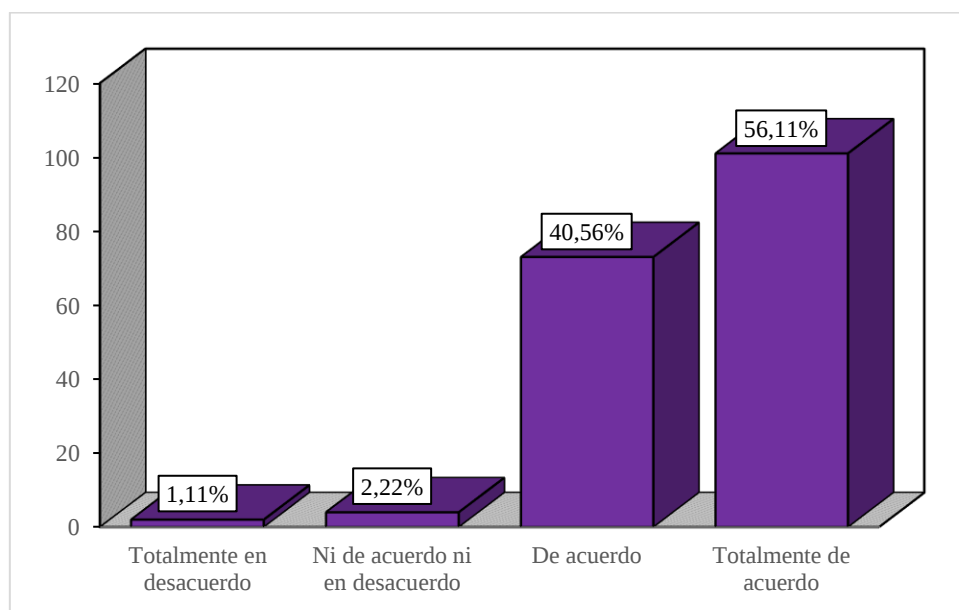
Percepción dimensión seguridad

El personal transmite confianza y profesionalismo.

Tabla 31 Percepción sobre confianza y profesionalismo.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	2,22%	2,22%	3,33%
De acuerdo	73	40,56%	40,56%	43,89%
Totalmente de acuerdo	101	56,11%	56,11%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 25 Percepción sobre confianza y profesionalismo



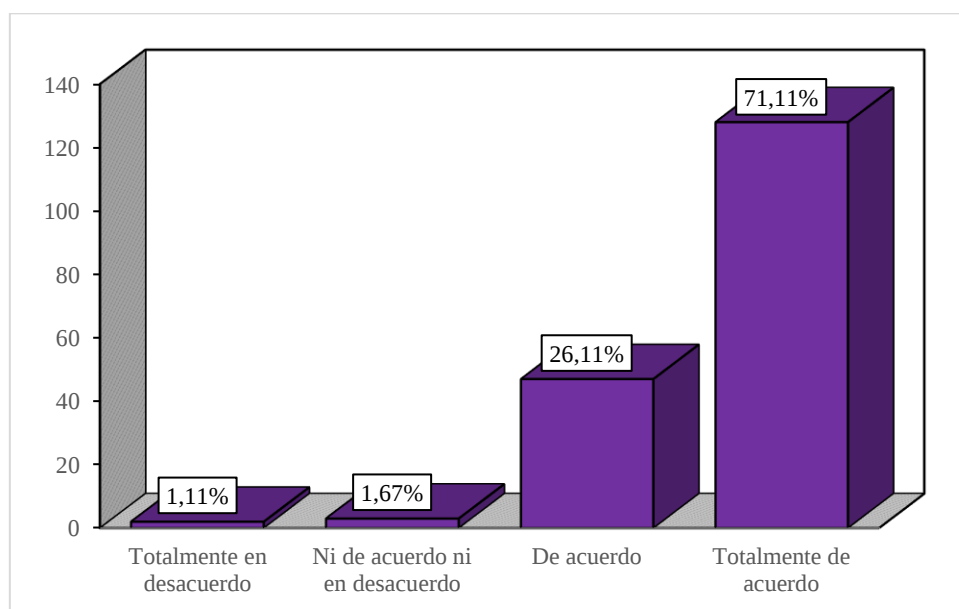
Con base en la tabla 31 de la afirmación sobre la confianza y el profesionalismo que demuestra el personal, se evidencia que un 56,11% está totalmente de acuerdo, lo que indica que el personal que se encuentra en los consultorios es percibido por los pacientes como confiable, competente y profesional. Por otra parte, se observa un pequeño margen de insatisfacción correspondiente al 1,11% de totalmente en desacuerdo, por lo que se podrían implementar mejoras que fomenten el desarrollo del profesionalismo que exponen los colaboradores para lograr experiencias positivas y mejoras en la relación de confianza existente con la organización.

El personal demuestra cortesía durante la atención.

Tabla 32 Percepción sobre la cortesía.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,67%	1,67%	2,78%
De acuerdo	47	26,11%	26,11%	28,89%
Totalmente de acuerdo	128	71,11%	71,11%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 26 Percepción sobre la cortesía.



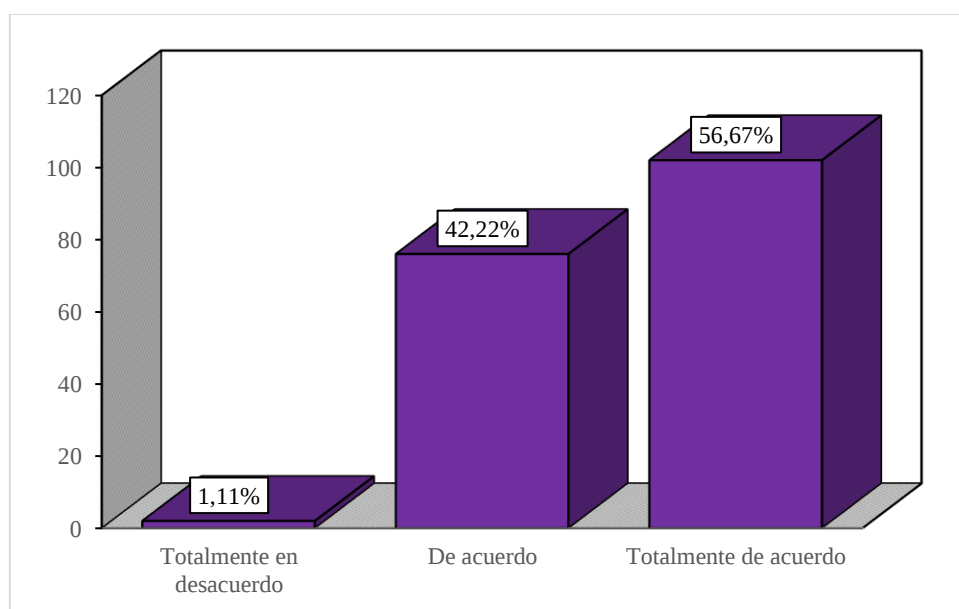
De la tabla 32, se pudo evidenciar que un 71,11% está totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que indica estadísticamente que los pacientes perciben que existe cordialidad durante toda o gran parte de la atención recibida. Este aspecto es primordial en la atención, puesto que mejora la experiencia en general de los pacientes y complementa de manera significativa la percepción de profesionalismo y compromiso de la atención recibida. Aunque existe un alto índice de respuestas favorables, también se denota un 1,11% totalmente en desacuerdo, lo que demuestra lo contrario y, por lo tanto, existe un margen de mejora que debe ser atendido.

Me siento seguro con los procedimientos.

Tabla 33 Percepción sobre la seguridad de los procedimientos.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
De acuerdo	76	42,22%	42,22%	43,33%
Totalmente de acuerdo	102	56,67%	56,67%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 27 Percepción sobre la seguridad de los procedimientos.



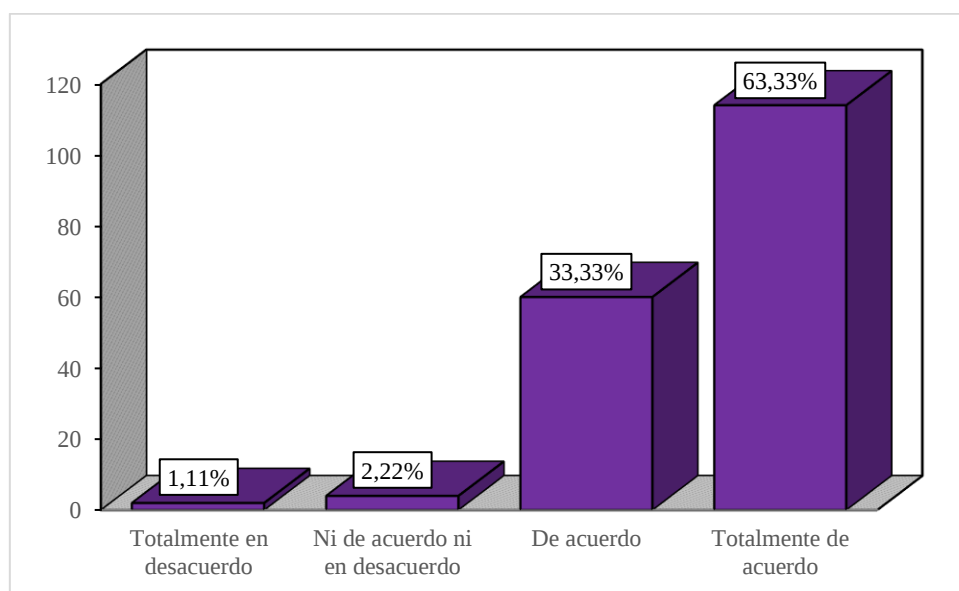
Los resultados presentados en la tabla 33 demuestran que existe un 56,67% totalmente de acuerdo con esta afirmación. Esto refleja que un mayor grupo de la población percibe de manera positiva los procedimientos que se realizan dentro de los consultorios. Que los profesionales transmitan conocimientos, competencia y responsabilidad durante los servicios beneficia a que los pacientes se sientan seguros con los procedimientos, impactando directamente en la percepción de los pacientes y en la decisión de continuar haciendo uso de los servicios ofrecidos. Aunque existe un 1,11% que está totalmente en desacuerdo, por ello, es importante establecer estrategias para fortalecer la percepción de seguridad en los procedimientos.

El consultorio garantiza la bioseguridad e higiene.

Tabla 34 Percepción sobre la bioseguridad e higiene.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	2,22%	2,22%	3,33%
De acuerdo	60	33,33%	33,33%	36,67%
Totalmente de acuerdo	114	63,33%	63,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 28 Percepción sobre la bioseguridad e higiene.



En relación con la tabla 35 sobre la afirmación planteada, un 63,33% se encuentra totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que refleja que los pacientes perciben de manera muy positiva aspectos como bioseguridad e higiene de los consultorios, lo que demuestra que se cumplen de manera adecuada los protocolos de bioseguridad e higienización. Una correcta implementación de medidas de desinfección, limpieza, uso de equipos de protección personal y esterilización de instrumentos desarrolla la confianza y también reduce los posibles riesgos asociados a los procedimientos. El alto grado de recepción positiva es un claro indicativo de que demuestra el compromiso de los establecimientos con sus normas internas, pero debido al 1,11% totalmente en desacuerdo, es necesario un estricto control de los protocolos.

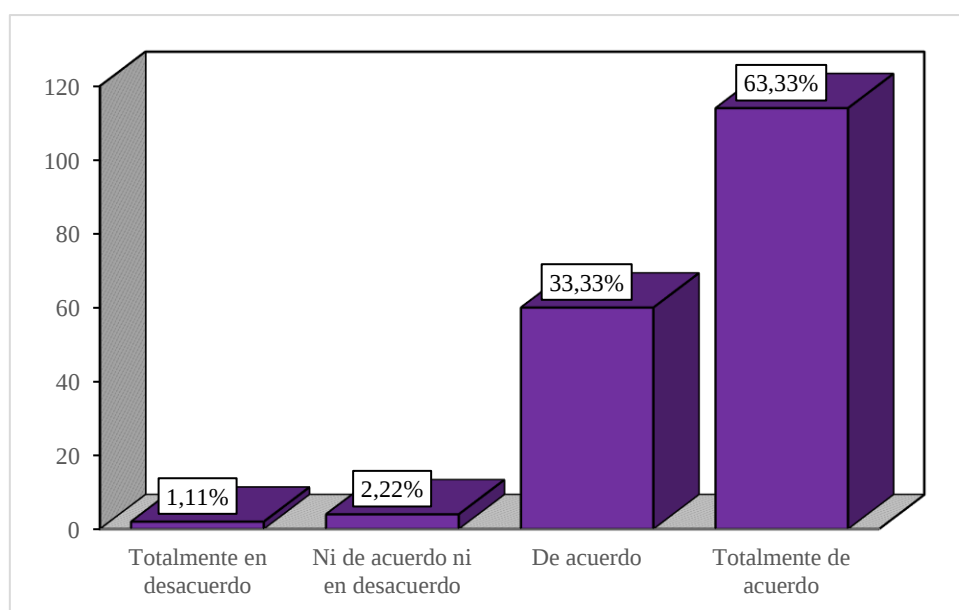
Percepción dimensión confiabilidad

El consultorio cumple con los servicios ofrecidos.

Tabla 35 Percepción sobre el cumplimiento de lo prometido.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	2,22%	2,22%	3,33%
De acuerdo	60	33,33%	33,33%	36,67%
Totalmente de acuerdo	114	63,33%	63,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 29 Percepción sobre el cumplimiento de lo prometido.



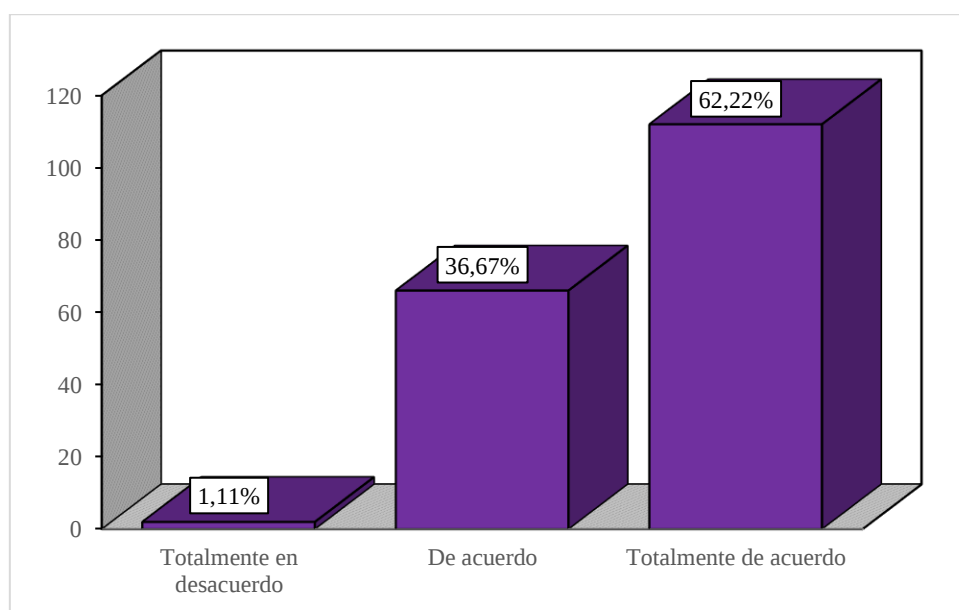
Con base en la tabla 35, el 63,33% está totalmente de acuerdo, por lo cual se considera que existe un cumplimiento de los servicios que se ofrecen, lo que implica que los consultorios cuentan con la capacidad de proporcionar los servicios que se prometen a los pacientes. El elevado índice de respuestas favorables expone que los pacientes tienen una percepción positiva sobre el compromiso de los consultorios por cumplir con los tratamientos o procedimientos. Sin embargo, el 1,11% totalmente en desacuerdo demuestra la importancia de mantener mecanismos de control de calidad para asegurar el cumplimiento.

El tratamiento recibido se realizó con precisión y sin errores desde la primera atención.

Tabla 36 Percepción sobre la precisión del servicio.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
De acuerdo	66	36,67%	36,67%	37,78%
Totalmente de acuerdo	112	62,22%	62,22%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 30 Percepción sobre la precisión del servicio.



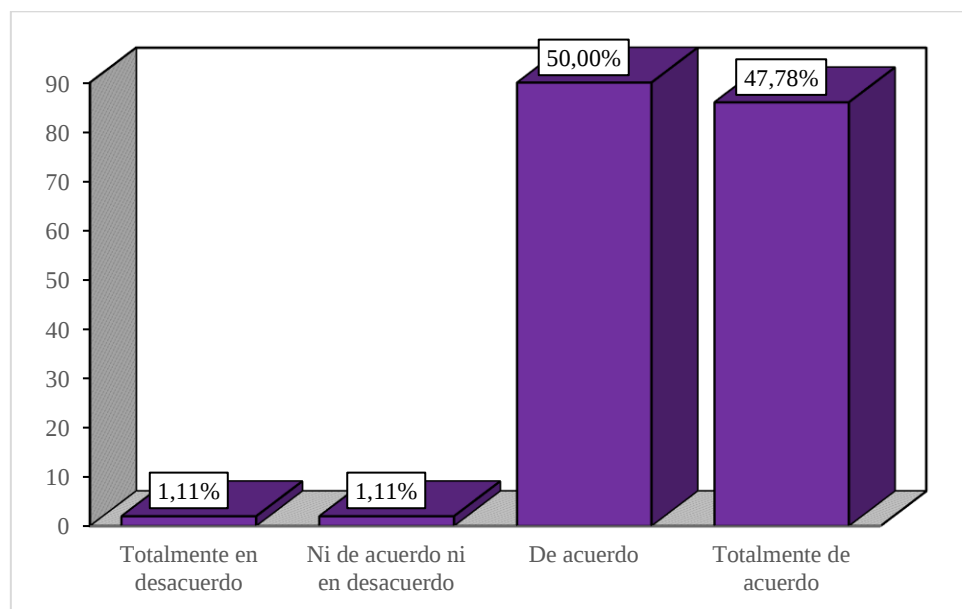
De acuerdo con los resultados de la tabla 36 sobre la afirmación sobre la precisión de los servicios, se puede constatar que un 62,22% de los participantes está totalmente de acuerdo. Esto nos puede indicar que los consultorios odontológicos llevan a cabo los procedimientos o tratamientos de manera precisa y correcta. Esto evidencia un nivel elevado de confianza de los pacientes en las habilidades y conocimientos de los profesionales que trabajan en cada una de las dependencias. La existencia de un 1,11% totalmente en desacuerdo con las respuestas puede indicar la necesidad de continuar con procesos de mejora continua para garantizar la precisión de los servicios.

El consultorio cumple con los horarios establecidos.

Tabla 37 Percepción sobre el cumplimiento de horarios.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	2,22%
De acuerdo	90	50,00%	50,00%	52,22%
Totalmente de acuerdo	86	47,78%	47,78%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 31 Percepción sobre el cumplimiento de horarios.



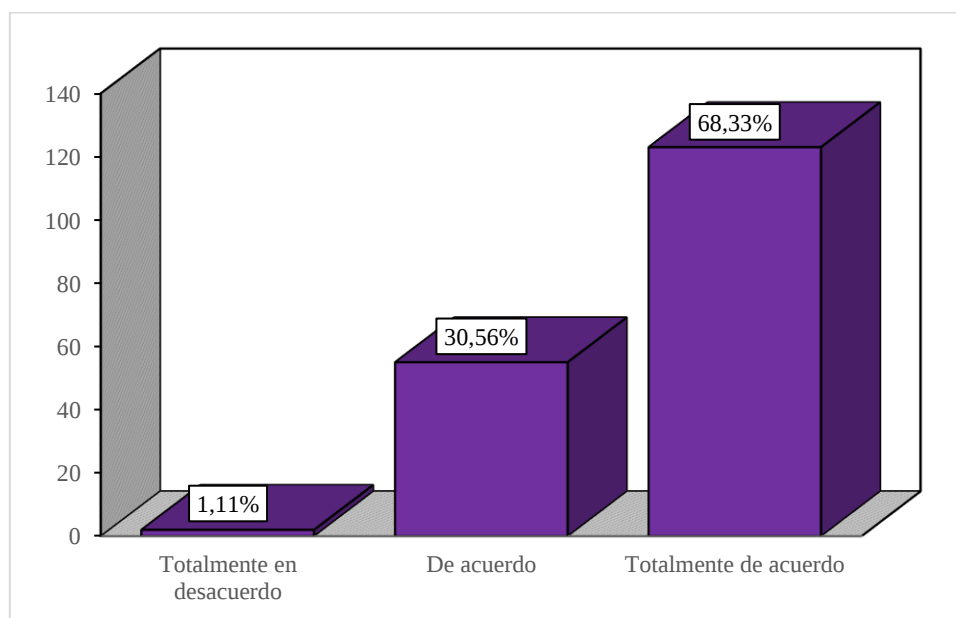
Los resultados de la tabla 37 demuestran que los pacientes que participaron, un 50%, se encuentran de acuerdo con esta afirmación, lo cual indica que los consultorios cuentan con un compromiso claro con el tiempo de los pacientes que acuden a los establecimientos. Además, es un claro indicador de que los consultorios cuentan con la predisposición a cumplir de manera puntual con los servicios, lo que beneficia el desarrollo de la percepción de confianza en los pacientes, de modo que mejora la experiencia general recibida y contribuye a una satisfacción mayor. Aunque el 1,11% está totalmente en desacuerdo, demuestra la necesidad de fortalecer el cumplimiento de los horarios para erradicar esa percepción desfavorable.

La información entregada sobre diagnóstico, tratamiento y costos es confiable.

Tabla 38 Percepción sobre la información confiable

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
De acuerdo	55	30,56%	30,56%	31,67%
Totalmente de acuerdo	123	68,33%	68,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 32 Percepción sobre la información confiable



Con base en la tabla 38 sobre esta afirmación, un 68,33% está totalmente de acuerdo, reflejando que los pacientes consideran que la información que se entrega en los consultorios es confiable, lo que demuestra que los consultorios proporcionan información clara, verídica y genuina. La precisión y transparencia de la información ayudan a fortalecer la confianza de los pacientes en la organización, además de promover la facilidad en la toma de decisiones informada de los pacientes sobre los procedimientos. Sin embargo, existe un 1,11% totalmente en desacuerdo, esto puede indicar que es necesario mejorar aspectos que contribuyan a que la información sobre los procedimientos llegue de manera clara y comprensible a los pacientes.

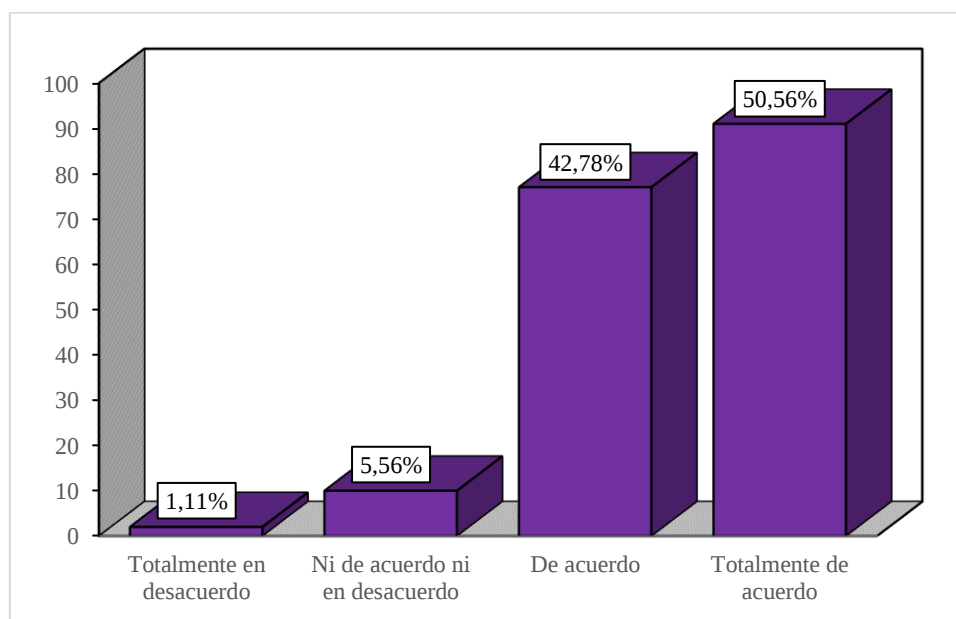
Percepción dimensión capacidad de respuesta

El personal está dispuesto a resolver dudas.

Tabla 39 Percepción sobre la disponibilidad del personal.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	5,56%	5,56%	6,67%
De acuerdo	77	42,78%	42,78%	49,44%
Totalmente de acuerdo	91	50,56%	50,56%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 33 Percepción sobre la disponibilidad del personal



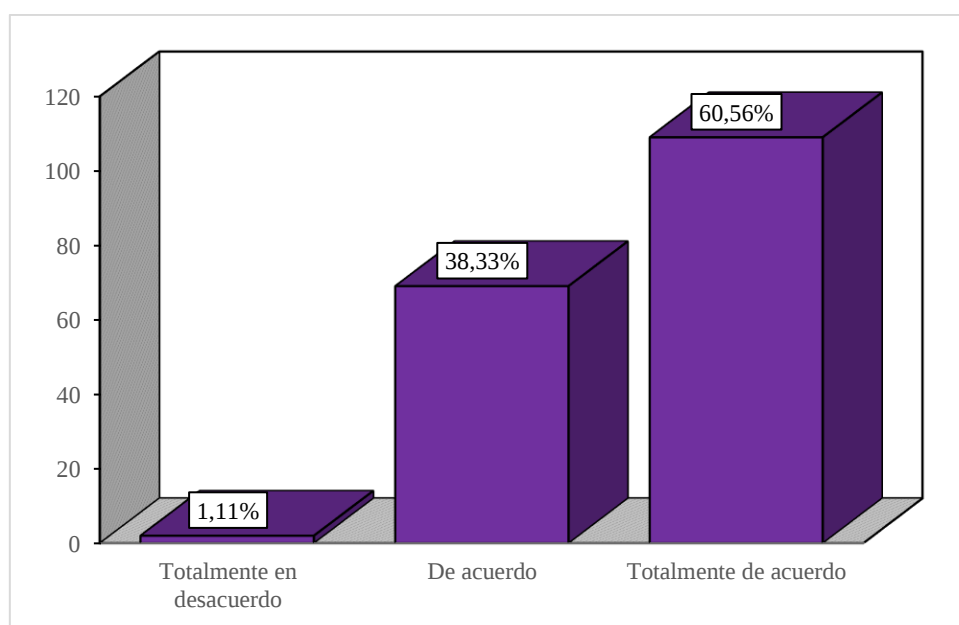
Tal como se demuestra en la tabla 39, en donde un 50,56% se encuentra totalmente de acuerdo, por lo tanto, se puede describir que los pacientes consideran en su gran mayoría que el personal se encuentra dispuesto a resolver o despejar dudas que se presenten antes, durante o después de la atención. Lo que refleja la predisposición del personal para ofrecer un servicio de manera oportuna y ayudar a los usuarios a aclarar dudas. También, se pudo evidenciar un 1,11% totalmente en desacuerdo, lo que refuerza la idea de la existencia de aspectos negativos relacionados con la disposición del personal para resolver dudas durante la atención que deben mejorar.

El personal atiende rápidamente mis solicitudes o necesidades.

Tabla 40 Percepción sobre la atención rápida

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
De acuerdo	69	38,33%	38,33%	39,44%
Totalmente de acuerdo	109	60,56%	60,56%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 34 Percepción sobre la atención rápida



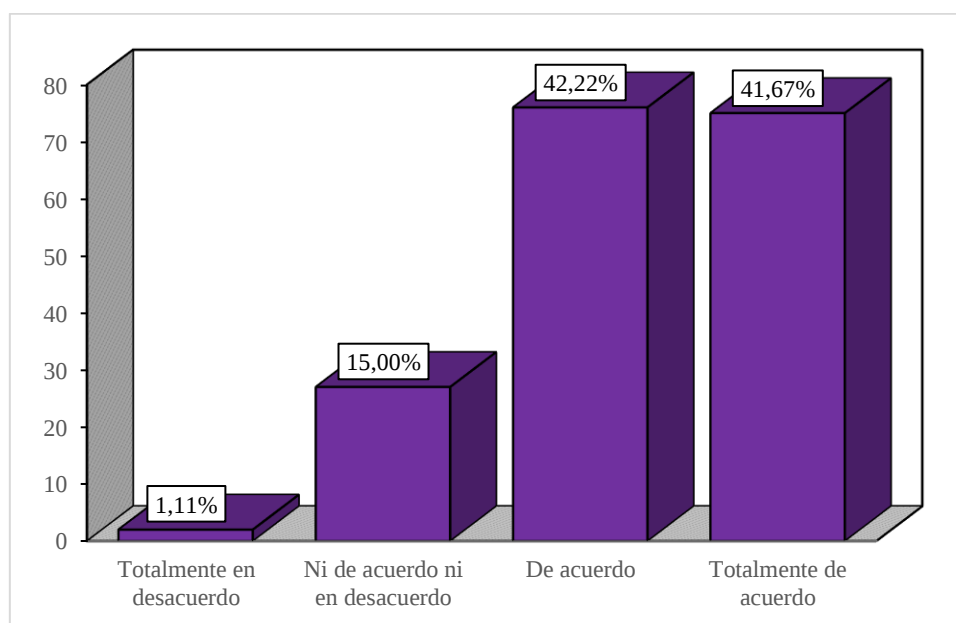
En cuanto a la tabla 40 sobre la rapidez de la atención, un 60,56% se encuentra totalmente de acuerdo. Lo que demuestra que consideran que la atención que recibe del personal de los consultorios odontológicos cumple con criterios como ser oportuna ante las solicitudes y necesidades. Una atención rápida reduce los tiempos de espera prolongados, mejora la resolución eficiente de inquietudes y, además, mejora la experiencia general de los pacientes que acuden a los consultorios. Sin embargo, la existencia de un pequeño porcentaje correspondiente al 1,11% totalmente en desacuerdo hace visible la necesidad de mejorar los tiempos de respuesta.

Existe facilidad para agendar citas

Tabla 41 Percepción sobre el agendamiento de citas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	15,00%	15,00%	16,11%
De acuerdo	76	42,22%	42,22%	58,33%
Totalmente de acuerdo	75	41,67%	41,67%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 35 Percepción sobre el agendamiento de citas



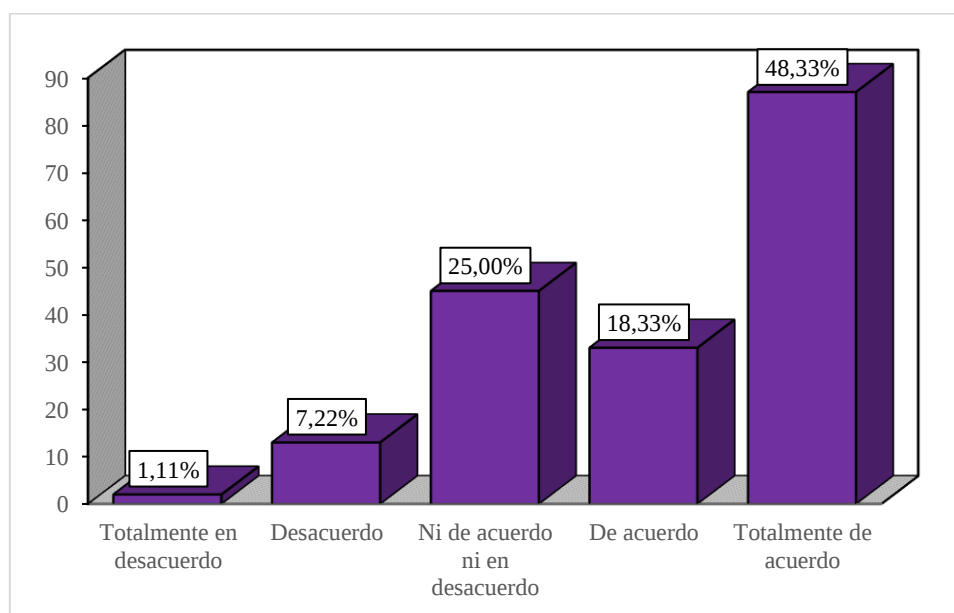
Los resultados de la tabla 41 indican que un 42,22% se encuentra de acuerdo con el hecho de que el proceso para el registro de sus citas en los consultorios es sencillo, accesible y eficiente, lo que beneficia al desarrollo de una buena experiencia para los pacientes desde la primera vez que hacen uso de los servicios. El 1,11% totalmente en desacuerdo representa una percepción negativa sobre este aspecto en la atención, lo que demuestra que es preciso continuar con medidas que permitan la optimización de los medios por los cuales se registran las citas, tanto las presenciales como las que se realizan a través de cualquiera de los medios digitales de contacto existentes.

El tiempo de espera es razonable

Tabla 42 Percepción sobre el tiempo de espera.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Desacuerdo	13	7,22%	7,22%	8,33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	25,00%	25,00%	33,33%
De acuerdo	33	18,33%	18,33%	51,67%
Totalmente de acuerdo	87	48,33%	48,33%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 36 Percepción sobre el tiempo de espera.



En la tabla 42, correspondiente a las respuestas obtenidas mediante esta afirmación sobre la información que reciben los pacientes, se puede evidenciar que un 48,33% está totalmente de acuerdo. Por lo tanto, existe una percepción relativamente satisfactoria respecto a los tiempos de espera, pero los hallazgos muestran que los tiempos de espera son uno de los aspectos que los pacientes toman en cuenta al momento de elegir el lugar que les brinda la atención. También se visualiza un porcentaje ínfimo de respuestas neutrales o desfavorables, reflejando la necesidad de seguir optimizando el tiempo de atención en cada uno de los consultorios.

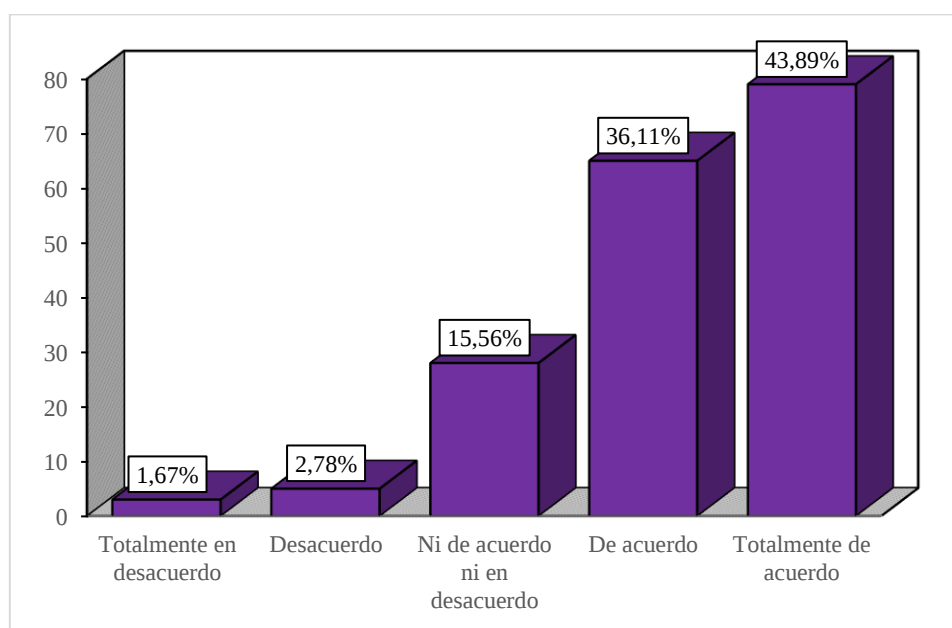
Percepción dimensión empatía

El personal me brinda atención personalizada.

Tabla 43 Percepción sobre la atención personalizada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,67%	1,67%	1,67%
Desacuerdo	5	2,78%	2,78%	4,44%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	15,56%	15,56%	20,00%
De acuerdo	65	36,11%	36,11%	56,11%
Totalmente de acuerdo	79	43,89%	43,89%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 37 Percepción sobre la atención personalizada



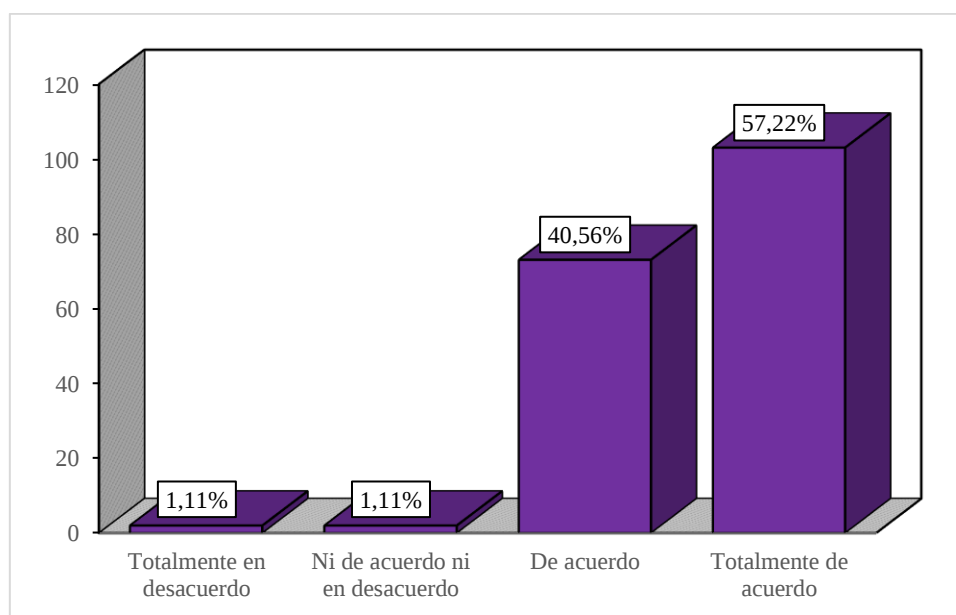
A partir de la tabla 43 sobre si el personal brinda una atención personalizada, un 43,89% de pacientes participantes está totalmente de acuerdo. Por tanto, consideran que la atención que recibe es individualizada, acorde a sus necesidades específicas y las características personales. Una atención personalizada beneficia el desarrollo de la confianza en los procedimientos y el fortalecimiento de la relación entre los profesionales y los pacientes. Cabe recalcar que existe un 1,67% totalmente en desacuerdo, por lo cual es recomendable que se promueva la atención centrada en los pacientes.

El personal me atiende con amabilidad y respeto.

Tabla 44 Percepción sobre la amabilidad y respeto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	2,22%
De acuerdo	73	40,56%	40,56%	42,78%
Totalmente de acuerdo	103	57,22%	57,22%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 38 Percepción sobre la amabilidad y respeto



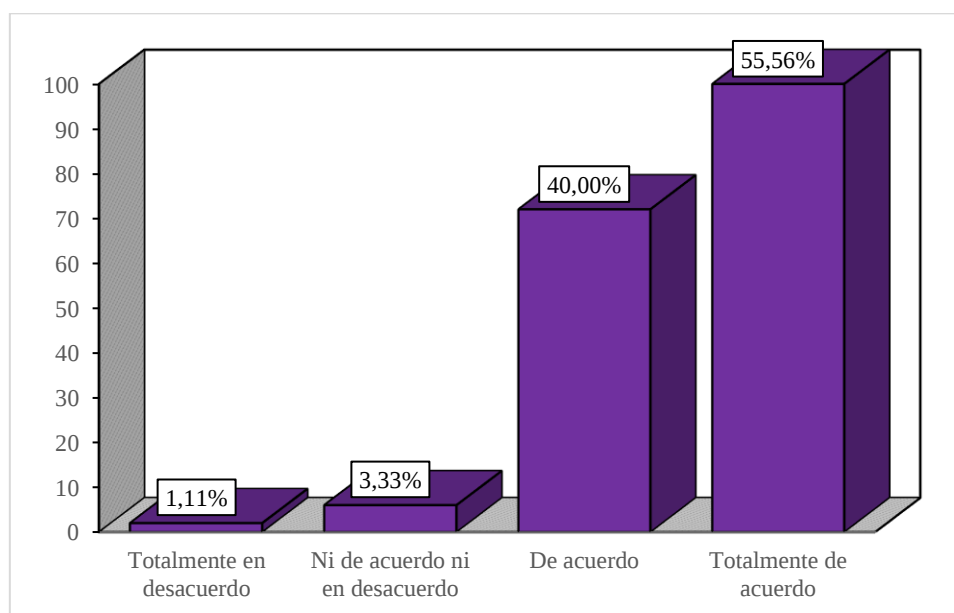
De la tabla 44, se pudo evidenciar que un 57,22% estuvo totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que refleja un elevado nivel de satisfacción respecto al trato amable y respetuoso del personal durante la atención. Esto también nos indica la capacidad del personal de poder establecer relaciones con las pacientes basadas en respeto, consideración y cordialidad, favoreciendo el fortalecimiento de la confianza y también mejorando la experiencia de los pacientes. Sin embargo, un 1,11% totalmente en desacuerdo hace evidente la necesidad de promover valores dentro de la empresa para mejorar la cultura organizacional, garantizando el respeto y la amabilidad hacia cada uno de los pacientes que hagan uso de los servicios.

Acceder a los servicios que se ofrecen es fácil.

Tabla 45 Percepción sobre la accesibilidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	3,33%	3,33%	4,44%
De acuerdo	72	40,00%	40,00%	44,44%
Totalmente de acuerdo	100	55,56%	55,56%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 39 Percepción sobre la accesibilidad



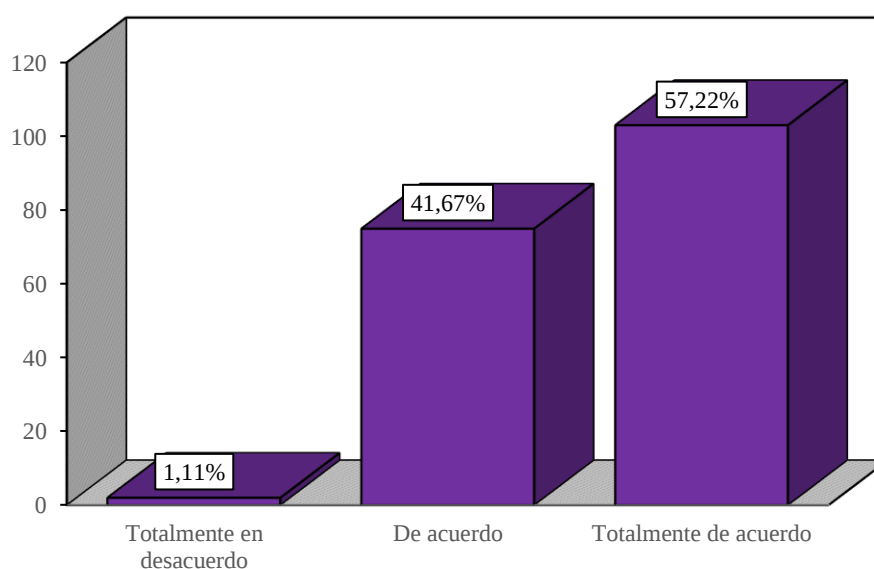
Los resultados de la tabla 45 indican que un 55,56% está totalmente de acuerdo, lo que indica un nivel de aceptación elevado para esta afirmación, lo cual evidencia que un gran número de pacientes encuestados considera que el acceso a los servicios que se ofrecen en los consultorios es fácil y se encuentra a su disposición para satisfacer sus necesidades. Los consultorios que demuestran interés por facilitar el acceso a los servicios favorecen que los pacientes tengan una mejor experiencia con los servicios recibidos. Dada la existencia de un 1,11% totalmente en desacuerdo, se refleja que es necesario contar con acciones que faciliten el acceso a los servicios, desarrollando mejores canales de atención y una mayor flexibilidad para la obtención de citas.

El odontólogo escucha y comprende mis preocupaciones.

Tabla 46 Percepción sobre la comprensión

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	1,11%	1,11%	1,11%
De acuerdo	75	41,67%	41,67%	42,78%
Totalmente de acuerdo	103	57,22%	57,22%	100%
Totales	180	100%	100%	

Figura 40 Percepción sobre la comprensión



De acuerdo con la tabla 46, un 57,22% se encuentra totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que evidencia que los pacientes consideran que los odontólogos que laboran dentro de los consultorios mantienen una comunicación próxima con los pacientes, además de demostrar interés en las inquietudes durante la atención, lo que indica que cuentan con capacidades profesionales para brindar atención personal a los pacientes, de manera que consideran aspectos como las necesidades, expectativas e inquietudes de forma individualizada. La existencia de un 1,11% totalmente en desacuerdo puede indicar la necesidad de promover las habilidades comunicativas del personal.

Análisis por dimensión de SERVQUAL

Dimensión tangibles

Tabla 47 Promedios de la dimensión tangibles

Indicador	Expectativa	Percepción
Instalaciones físicas	4,83	4,48
Equipos e instrumentos	4,88	4,43
Apariencia del personal	4,74	4,43
Identificación del personal	4,80	3,85
Promedio	4,81	4,30

Figura 41. Promedios de la dimensión tangibles.

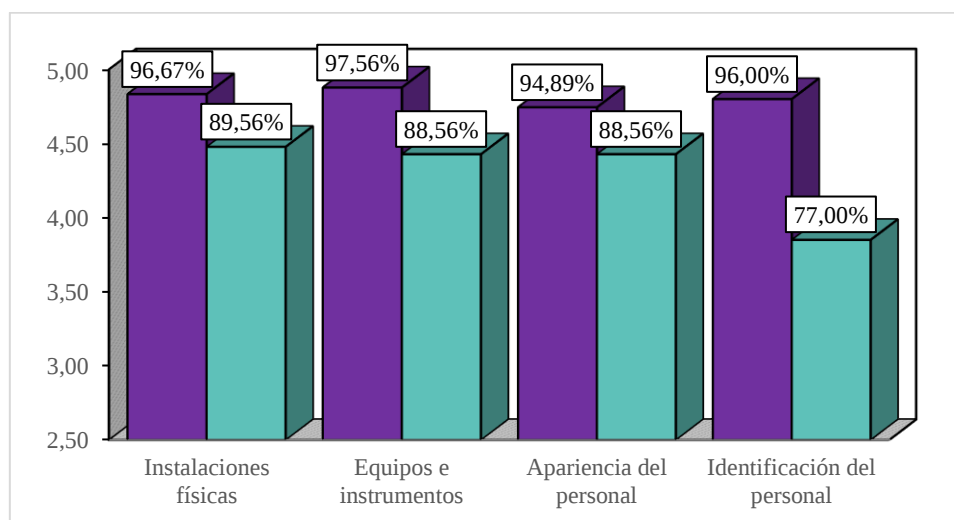


Tabla 48 Brecha SERVQUAL dimensión tangibles

Dimensión	Brecha SERVQUAL
Tangible	-0,52

Con base en los resultados, se determinó que la brecha en la dimensión tangible es de -0,52, lo que indica que la calidad percibida por los pacientes es significativamente menor que la calidad esperada de los consultorios odontológicos. Esto es una señal de que los establecimientos cumplen con las condiciones esperadas, pero no alcanzan el nivel de expectativas de los pacientes, lo que refleja que la brecha es amplia y evidente en esta dimensión, por lo cual es la principal dimensión a tomar en cuenta para la implementación de estrategias para disminuir esta brecha.

Dimensión seguridad

Tabla 49 Promedio de la dimensión seguridad

Indicador	Expectativa	Percepción
Confianza y profesionalismo	4,75	4,51
Cortesía	4,92	4,66
Seguridad	4,79	4,55
Bioseguridad e higiene	4,92	4,53
Promedio	4,84	4,56

Figura 42. Promedio de la dimensión seguridad.

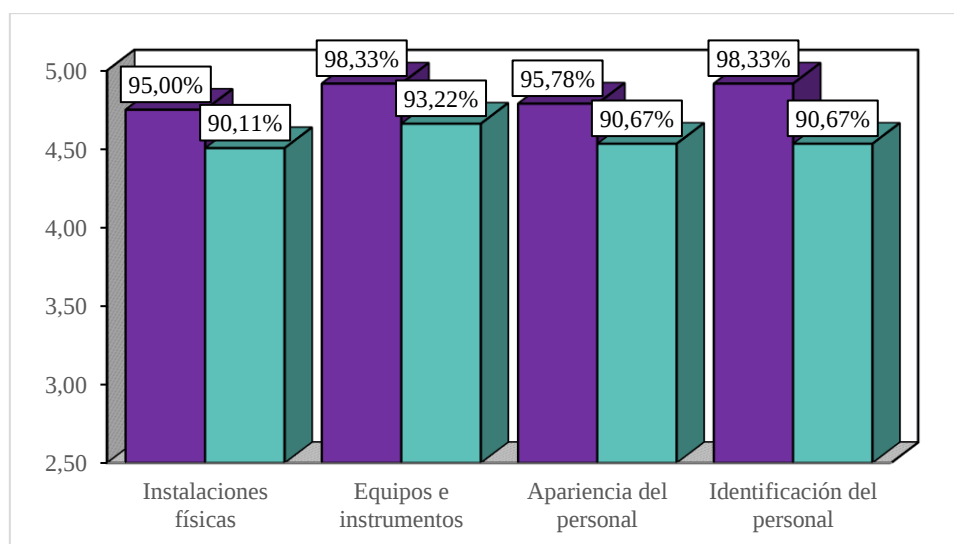


Tabla 50 Brecha SERVQUAL dimensión seguridad

Dimensión	Brecha SERVQUAL
Seguridad	-0,28

Por los resultados de la dimensión de seguridad se pudo identificar la existencia de una brecha de -0,28, lo cual refleja que la calidad percibida por los pacientes sobre el servicio es mínimamente inferior a lo esperado, lo que sugiere que dentro de los consultorios se ofrece un servicio que infunde confianza y seguridad en los pacientes de manera grata. Esta representa una de las dimensiones con una menor brecha existente, por lo cual se considera que es uno de los aspectos mejor valorados del servicio.

Dimensión Confiabilidad

Tabla 51 Promedio de la dimensión confiabilidad.

Indicador	Expectativa	Percepción
Cumplimiento de lo prometido	4,83	4,58
Precisión del servicio	4,89	4,59
Cumplimiento de horario	4,83	4,43
Información confiable	4,92	4,65
Promedio	4,87	4,56

Figura 43 Promedio de la dimensión confiabilidad

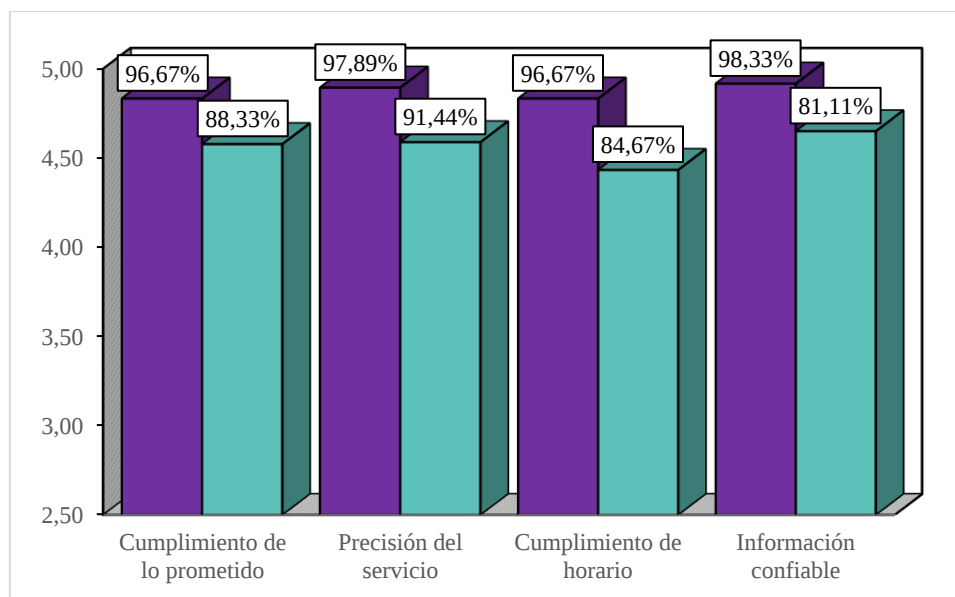


Tabla 52 Brecha SERVQUAL dimensión confiabilidad

Dimensión	Brecha SERVQUAL
Confiabilidad	-0,30

La confiabilidad obtuvo resultados que derivaron en una brecha de -0,30, lo cual refleja que la percepción de calidad de los pacientes está por debajo de lo que esperaban. Esto puede indicar que los consultorios tienen un alto grado de cumplimiento, derivando en una satisfacción elevada de los pacientes. Sin embargo, aún se identifica que es necesario aplicar estrategias con la finalidad de mejorar en el futuro esta dimensión y sus respectivos indicadores.

Dimensión capacidad de respuesta

Tabla 53 Promedio de la dimensión capacidad de respuesta

Indicador	Expectativa	Percepción
Disponibilidad del personal	4,75	4,42
Atención rápida	4,72	4,57
Citas	4,82	4,20
Tiempo de espera	4,88	4,06
Promedio	4,79	4,31

Figura 44 Promedio de la dimensión capacidad de respuesta.

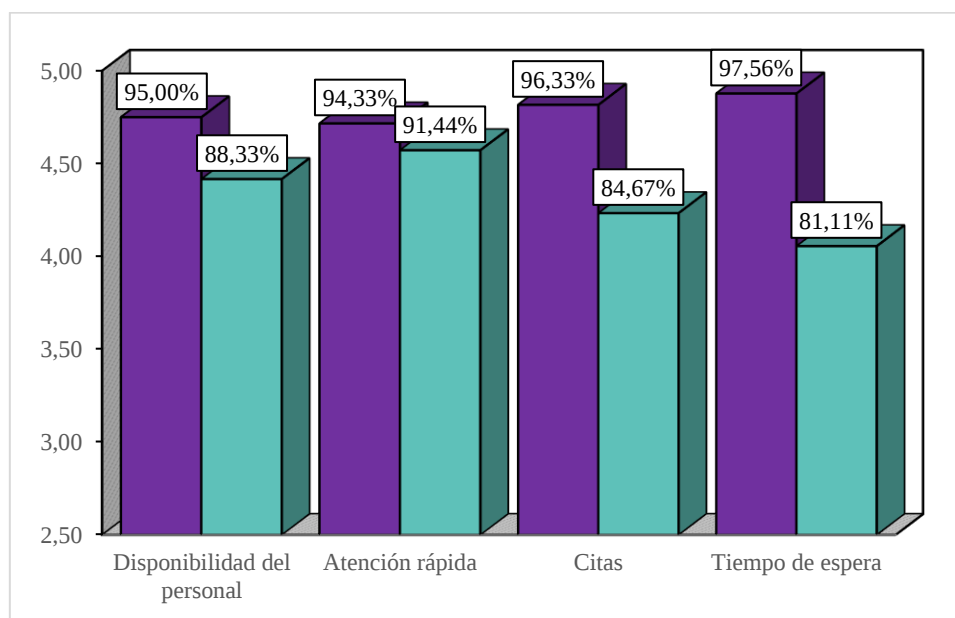


Tabla 54 Brecha SERVQUAL dimensión capacidad de respuesta

Dimensión	Brecha SERVQUAL
Capacidad de respuesta	-0,48

De acuerdo con los resultados en la dimensión de capacidad de respuesta, se obtuvo que la brecha existente fue de -0,48, lo que refleja que la calidad percibida es inferior en un grado relativamente amplio. Al ser una brecha significativa, se infiere que cuenta con un nivel de calidad relativamente aceptable, pero vuelve evidente la necesidad de implementar estrategias para fomentar el fortalecimiento de los indicadores.

Dimensión empatía

Tabla 55 Promedio de la dimensión empatía.

Indicador	Expectativa	Percepción
Atención personalizada	4,81	4,18
Amabilidad y respeto	4,93	4,53
Accesibilidad	4,86	4,49
Comprensión	4,86	4,54
Promedio	4,86	4,43

Figura 45 Promedio de la dimensión empatía.

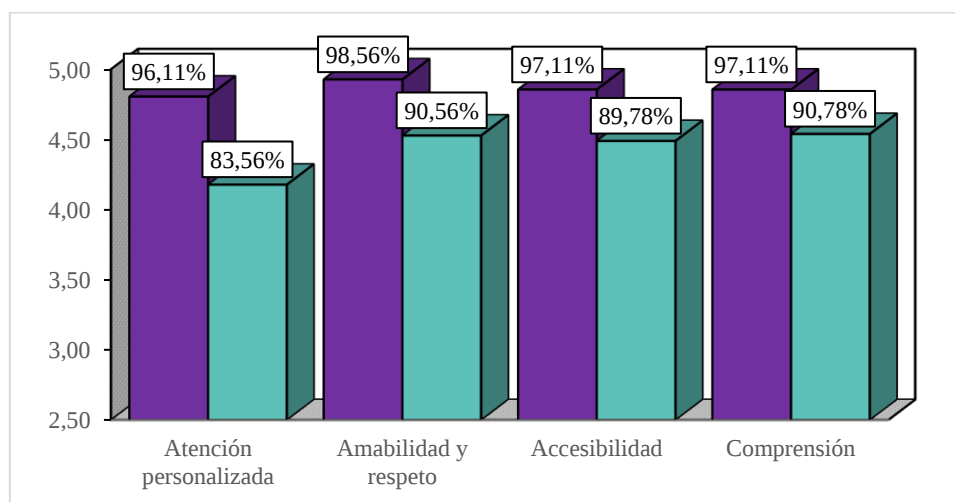


Tabla 56 Brecha SERVQUAL dimensión empatía

Dimensión	Brecha SERVQUAL
Empatía	-0,43

Dentro de la dimensión empatía existe una brecha -0,43, lo que evidencia que la percepción de los pacientes sobre la calidad es inferior a la expectativa, lo que sugiere que dentro de los consultorios la atención brindada se maneja de forma cordial y personal, pero de acuerdo a los resultados se constata que existe un margen de mejora que puede ser atendido mediante estrategias que fortalezcan las competencias del personal en áreas relacionadas a la atención de los usuarios.

Discusión

De acuerdo con el primer objetivo específico, se buscó identificar el estado actual de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos "Rodental", en donde los hallazgos evidenciaron que, de manera general, la percepción sobre la calidad del servicio de los pacientes es relativamente favorable, principalmente en las dimensiones de seguridad y confiabilidad, lo que refleja que los tratamientos, procedimientos y la atención que brindan desarrollan confianza en los pacientes.

Por los resultados en la dimensión de confiabilidad, se puede destacar que existe un grado elevado de confianza por la precisión del servicio y la información asociados a ellos por parte del personal. Dichos resultados son consistentes con las opiniones proporcionadas en las entrevistas en donde se manifestó que el personal tiene la responsabilidad de entregar información de forma clara y desarrollar los procedimientos de la mejor manera, acompañados de su respectiva supervisión para poder cumplir con las expectativas de los pacientes.

Por otro lado, en la dimensión de seguridad también obtuvo una valoración favorable, donde destaca la cortesía del personal respaldada por González (2024), quien considera que es un factor que contribuye a la percepción positiva y satisfactoria del servicio. También, la sensación de seguridad en los procedimientos y el cumplimiento de las normas de bioseguridad e higiene fomentan la buena percepción en esta dimensión.

Sin embargo, el análisis sobre las brechas permitió identificar áreas que presentan diferencias significativas en otras dimensiones similares a los hallazgos de Sajadi et al. (2025) quienes determinaron la existencia de diferencias significativas en dimensiones como tangibilidad al igual que en este estudio, esto resulta llamativo puesto que durante las entrevistas se registró que existe un control sobre las instalaciones y los equipos, no obstante no existe ninguna forma de regulación sobre el uso adecuado de identificadores por parte del personal que es el indicador donde se obtuvo la puntuación más baja.

En la dimensión de capacidad de respuesta se puede evidenciar la existencia de una oportunidad de mejora en los tiempos de espera y citas, factores asociados a un tiempo de respuesta rápido. Si bien en la entrevista se detalla que existen varias modalidades de contacto con la organización, la percepción de los usuarios señala que no se satisfacen completamente las expectativas de los pacientes.

También se encontró que en la dimensión de empatía existe un nivel de disconformidad con la atención personalizada, lo cual también fue parte de los resultados obtenidos en el trabajo realizado por Bustamante-Ubilla et al. (2025). Aunque los profesionales consideran que la atención es personalizada, el reflejo de la percepción de los clientes demuestra una realidad completamente diferente, por lo cual se puede inferir que los pacientes requieren una mayor personalización en la atención.

Por último, en el objetivo específico número tres correspondiente a proponer estrategias necesarias para mejorar la calidad del servicio, más específicamente, en aquellos aspectos en donde se identificó la existencia de valoraciones negativas. En este sentido, se resalta la necesidad de estrategias enfocadas en la identificación del personal, optimización de tiempos de espera y citas, además de capacitaciones para mejorar la atención personalizada de los pacientes, acciones que permitirán disminuir las brechas detectadas en los factores asociados a la calidad del servicio.

Propuesta

Plan estratégico para el fortalecimiento de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, basado en el modelo SERVQUAL.

Objetivo general

Fortalecer la calidad del servicio en los consultorios “Rodental” del cantón La Libertad, mediante estrategias enfocadas en la optimización de elementos tangibles, seguridad, confiabilidad, capacidad de respuesta y empatía, para incrementar la satisfacción y fidelización de los pacientes.

Matriz FODA

Tabla 57 Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
• Elevado nivel de profesionalismo y confianza en el personal. • Cumplimiento de normas de higiene y bioseguridad. • Instalaciones limpias y equipos en óptimas condiciones. • Cumplimiento de lo prometido. • Trato respetuoso y amable del personal.	• Tiempo de espera mayor al esperado. • Atención personalizada que puede mejorar. • Limitaciones en la rapidez de respuesta en las solicitudes. • Poca estandarización en el uso de uniformes y credenciales. • Falta de un sistema de evaluación de la satisfacción del paciente.
Oportunidades	Amenazas
• Creciente demanda de servicios odontológicos privados. • Implementación de herramientas digitales para el registro de citas y comunicación. • Creciente interés del mercado en servicios de calidad. • Disponibilidad de programas de capacitación sobre calidad y atención al cliente. • Uso redes sociales para mejorar la comunicación con los pacientes.	• Aumento de la competencia entre consultorios. • Exigencia cada vez mayor sobre la calidad del servicio. • Comentarios desfavorables en redes sociales que afecten la reputación. • Cambios en regulaciones sanitarias. • Aumento de precios o costos en suministros y equipos odontológicos.

Matriz MEFI*Tabla 58 Matriz MEFI*

Factor	Peso	Calificación	Puntuación
<i>Fortalezas</i>			
Profesionalismo	0,12	4	0,48
Seguridad e higiene	0,12	4	0,48
Equipos en buen estado	0,10	4	0,40
Cumplimiento de lo prometido	0,10	4	0,40
Amabilidad en el trato	0,10	4	0,40
<i>Debilidades</i>			
Tiempo de espera	0,12	2	0,24
Atención personalizada	0,10	2	0,20
Rapidez en la atención	0,09	2	0,18
Identificación de personal	0,08	2	0,16
Carencia de evaluación continua	0,07	1	0,07
Total	1		3,01

La puntuación obtenida de 3,01 revela que los consultorios cuentan con una posición interna robusta, donde las debilidades se ven superadas por las fortalezas. Pero sigue siendo necesaria la implementación de acciones direccionadas especialmente a la disminución de los tiempos de espera, al mejoramiento de la atención personalizada y a la instauración de mecanismos que permitan una evaluación continua de la calidad.

Matriz MEFI*Tabla 59 Matriz MEFE*

Factor	Peso	Calificación	Puntuación
<i>Oportunidades</i>			
Aumento de la demanda	0,12	4	0,48
Digitalización de los servicios	0,12	4	0,48
Incremento del interés por la calidad	0,10	4	0,40
Capacitación	0,10	4	0,40
Redes sociales	0,10	4	0,40
<i>Amenazas</i>			
Aumento de la competencia	0,12	2	0,24
Mayor exigencia de los pacientes	0,10	2	0,20
Opiniones negativas	0,09	2	0,18
Regulaciones sanitarias	0,08	2	0,16
Aumento de los costos	0,07	1	0,07
Total	1		2,94

Se puede evidenciar con base en el resultado de 2,94 que los consultorios se adaptan de buena manera al entorno externo y que cuentan con posibles oportunidades para el fortalecimiento de su competitividad. Además, es necesario el desarrollo de estrategias de diferenciación de la competencia y mantener elevados niveles de satisfacción, evitando que las amenazas existentes impacten en los consultorios.

Matriz DAFO*Tabla 60 Matriz DAFO*

<i>Oportunidades</i>		<i>Amenazas</i>
• Creciente demanda de servicios odontológicos privados. • Implementación de herramientas digitales para el registro de citas y comunicación. • Creciente interés del mercado en servicios de calidad. • Disponibilidad de programas de capacitación sobre calidad y atención al cliente. • Uso redes sociales para mejorar la comunicación con los pacientes.		• Aumento de la competencia entre consultorios. • Exigencia cada vez mayor sobre la calidad del servicio. • Comentarios desfavorables en redes sociales que afecten la reputación. • Cambios en regulaciones sanitarias. • Aumento de precios o costos en suministros y equipos odontológicos.
Fortalezas		
• Elevado nivel de profesionalismo y confianza en el personal.	• Emplear campañas de marketing digital para promover el profesionalismo, la bioseguridad y la calidad del servicio para atraer nuevos pacientes.	• Utilizar los servicios personalizados y los elevados estándares de calidad para crear diferenciación de la competencia.

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de normas de higiene y bioseguridad. • Instalaciones limpias y equipos en óptimas condiciones. | <ul style="list-style-type: none"> • Implementar programas de fidelización y recomendaciones para aprovechar la confianza y satisfacción de los pacientes. | <ul style="list-style-type: none"> • Responder a las crecientes exigencias de los pacientes mediante programas permanentes de capacitación. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de lo prometido. • Trato respetuoso y amable del personal. | <ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la programación de citas y comunicación mediante la implementación de herramientas digitales. | <ul style="list-style-type: none"> • Adaptarse a cambios normativos mediante el fortalecimiento del cumplimiento de protocolos de bioseguridad. |

Debilidades

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de espera mayor al esperado. • Atención personalizada que puede mejorar. | <ul style="list-style-type: none"> • Reducir tiempos de espera mediante la integración de un sistema de gestión de citas. | <ul style="list-style-type: none"> • Crear protocolos de atención que reduzcan retrasos y eviten la insatisfacción de los pacientes. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Limitaciones en la rapidez de respuesta en las solicitudes. • Poca estandarización en el uso de uniformes y credenciales. | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal en atención personalizada, comunicación y empatía. | <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la imagen empresarial mediante la estandarización del uso de uniformes y credenciales. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Falta de un sistema de evaluación de la satisfacción del paciente. | <ul style="list-style-type: none"> • Monitorear la satisfacción del paciente mediante la aplicación de encuestas SERVQUAL de forma periódica. | <ul style="list-style-type: none"> • Prevenir comentarios negativos y proteger la reputación de los consultorios mediante la implementación de un sistema de quejas y sugerencias. |
-

Plan de acción*Tabla 61 Plan de acción*

Objetivo específico	Problema identificado	Estrategia	Actividades	Responsable	Indicador	Tiempo
			Revisar la agenda semanal.			
Reducir los tiempos de espera de los pacientes.	El 33,33 % de los pacientes presentó una percepción neutral o desfavorable respecto al tiempo de espera.	Optimizar la gestión de citas y atención.	Establecer tiempos estándar por procedimiento. Confirmar citas con anticipación. Informar retrasos oportunamente.	Administrador y recepción	Tiempo promedio de espera (minutos) y porcentaje de pacientes satisfechos con el tiempo de atención.	2 meses
Mejorar la capacidad de respuesta del personal.	Existe una brecha en la rapidez para atender solicitudes y resolver dudas.	Fortalecer la atención al cliente.	Capacitar al personal en atención al paciente, comunicación efectiva y manejo de quejas. Elaborar un protocolo de respuesta.	Director de los consultorios	Nivel de satisfacción sobre la atención recibida y número de quejas relacionadas con la atención.	2 meses

Fortalecer la atención personalizada.	La atención personalizada obtuvo una percepción favorable, pero con una brecha respecto a las expectativas.	Implementar una atención centrada en el paciente.	Capacitar al personal en empatía y escucha activa. Registrar preferencias y antecedentes de los pacientes. Realizar seguimiento posterior a tratamientos complejos.	Odontólogos y asistentes	Porcentaje de pacientes que califican positivamente la atención personalizada.	Permanente
Reforzar la identificación del personal.	Se identificó una brecha en el uso de uniformes y credenciales.	Estandarizar la presentación institucional.	Establecer el uso obligatorio de uniformes y credenciales visibles. Supervisar diariamente su cumplimiento.	Administrador	Cumplimiento del uso de uniformes y credenciales (%)	1 mes
Mantener la calidad de las instalaciones y equipos.	Los pacientes tienen expectativas muy altas sobre los elementos tangibles.	Ejecutar mantenimiento preventivo.	Elaborar un cronograma de mantenimiento de equipos. Renovar equipos cuando sea necesario.	Director y personal de mantenimiento	Número de mantenimientos realizados y satisfacción con las instalaciones.	Permanente

			Verificar diariamente la limpieza de las instalaciones.			
Fortalecer la comunicación con los pacientes.	Los pacientes esperan recibir información clara y oportuna sobre procedimientos y tratamientos.	Estandarizar el proceso de información.	Diseñar protocolos para explicar diagnósticos, tratamientos, costos y cuidados posteriores. Entregar información verbal y escrita cuando sea necesario.	Odontólogos	Nivel de satisfacción con la información recibida.	Permanente
Consolidar una cultura de mejora continua.	No existe un sistema formal de evaluación de la calidad del servicio.	Implementar un sistema de seguimiento de la satisfacción.	Aplicar encuestas SERVQUAL periódicamente. Analizar resultados trimestralmente. Establecer acciones correctivas cuando existan brechas.	Dirección del consultorio	Reducción de las brechas SERVQUAL y del nivel de insatisfacción general.	Trimestral

Conclusiones

El modelo SERVQUAL empleado para el análisis de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” permitió evidenciar que, desde un punto de vista general, los pacientes cuentan con una perspectiva relativamente favorable sobre la atención que reciben. Los mejores resultados se obtuvieron en las dimensiones de seguridad y confiabilidad, en las cuales destacan el cumplimiento de lo prometido respecto a los servicios, la precisión que se tiene al realizar los tratamientos, la confianza en la información que se entrega, el profesionalismo con el que cuenta el personal y el adecuado cumplimiento de las normas de bioseguridad e higiene, que son aspectos que fortifican la confianza y la satisfacción de los pacientes.

Mediante el análisis de las brechas existentes entre las expectativas y la percepción de los pacientes, se identificaron áreas de mejora relacionadas con las dimensiones tangibles, la capacidad de respuesta y la empatía. Los aspectos que más destacan dentro de estas dimensiones fueron la rapidez de respuesta ante las necesidades de los pacientes, los tiempos de espera, la atención personalizada y el uso de credenciales y uniformes por parte de los miembros del personal. A pesar de, la existencia de valoraciones en su mayoría positivas, los elementos antes mencionados mostraron diferencias muy marcadas a comparación con las expectativas de los pacientes, por lo cual se evidenció la necesidad del fortalecimiento de los procesos de atención.

Los hallazgos obtenidos mediante la aplicación de la guía de entrevista sirvieron como complemento a los resultados de índole cuantitativa, lo que permitió evidenciar que a pesar de que los consultorios mantienen prácticas direccionadas a la calidad de los servicios que brindan, no cuentan con mecanismos formales para realizar evaluaciones periódicas sobre la satisfacción de los pacientes. De la misma forma, se identificó que el proceso de mejora para la calidad de los servicios se realiza a partir de los comentarios y la experiencia de los profesionales que laboran dentro de los consultorios, lo que destaca la importancia de implementar herramientas de evaluación que permitan tomar decisiones de forma más sencilla y fácil basadas en evidencia real, como el modelo SERVQUAL.

Por medio del diagnóstico sobre la situación actual, se elaboró un plan de acción para el fortalecimiento de la calidad del servicio establecido con base en el modelo SERVQUAL, el cual incluye las respectivas matrices como el FODA, MEFE, MEFI y DAFO, por medio de las cuales se pudo identificar debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que impactan en la calidad del servicio. Además, las estrategias propuestas están encauzadas a la optimización

de citas, la reducción de tiempos de espera, a mejorar la comunicación con los pacientes y al fortalecimiento de la atención personalizada, con la finalidad de consolidar la mejora continua y una cultura de evaluación que contribuya a la maximización de la satisfacción y fidelización de los clientes.

Para finalizar, el modelo SERVQUAL como herramienta de evaluación de la calidad ha demostrado ser muy práctica y eficaz, debido a que permite establecer de forma objetiva la diferencia existente entre las expectativas y la percepción de los pacientes, su correcta aplicación permite obtener información útil para el diseño de estrategias de mejora enfocadas en el fortalecimiento de la competitividad de los consultorios, a la optimización de experiencias de los pacientes y a afianzar la atención odontológica de modo que se encuentre centrada en la calidad, la eficiencia y la mejora continua.

Recomendaciones

Implementar el uso de forma permanente del modelo SERVQUAL como herramienta principal que permita la evaluación de la calidad del servicio, para llevar a cabo mediciones de manera periódica sobre las expectativas y percepciones de los pacientes de los consultorios. Permitirá un monitoreo de la satisfacción de los pacientes, el reconocimiento de oportunidades nuevas de mejora y la evaluación de la efectividad de las estrategias propuestas.

Fortalecer la capacidad de respuesta de los consultorios, mejorando la gestión de la agenda interna, el registro de citas y los tiempos de atención, con la finalidad de disminuir los tiempos de espera, agilizando la atención eficiente. Tomando en cuenta que estos aspectos presentaron las principales brechas entre las expectativas y percepciones de los pacientes.

Asimismo, se recomienda el desarrollo de programas que permitan la capacitación continua del personal sobre temas afines a la atención al cliente, empatía, comunicación efectiva y la calidad del servicio. Acciones que favorezcan el mantenimiento de una cultura organizacional direccionada a la excelencia del servicio, al fortalecimiento de la atención personalizada y al mejoramiento de la interacción con los pacientes.

Estandarización de procesos de atención y de imagen empresarial, mediante el uso de credenciales y uniformes de forma reglamentaria, además del cumplimiento de protocolos de atención más estandarizados, lo que facilitará la mejor identificación del personal, reforzando la percepción del profesionalismo y contribuyendo a la generación de una confianza mayor de parte de los pacientes.

Consolidar el fortalecimiento de las condiciones actuales de higiene, bioseguridad y el mantenimiento de las instalaciones y equipos odontológicos, por medio de la implementación de mantenimientos preventivos, renovación de equipos que lo requieran y una permanente supervisión del cumplimiento de los protocolos de salubridad, para mantener las fortalezas reconocidas en las dimensiones de elementos tangibles y seguridad.

Emplear vías de comunicación más efectivas y eficientes para contactar con los pacientes, mediante el uso de herramientas digitales para el registro y confirmación de citas, recordatorios de consultas agendadas y seguimientos después de los tratamientos o consultas. Acciones que beneficiarán a una mejor experiencia de los pacientes y al fortalecimiento de la relación de los pacientes con los consultorios a los que acuden.

Referencias

- Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización de clientes* (2.ª) [Digital]. ESIC Editorial. https://books.google.com.ec/books?id=87K_CQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true (Obra original publicada en 2010)
- Alcivar, V. D. E., Farfán, I. M., García, A. C., Vera, C. L. L., & Arteaga, C. H. (2018). *La accesibilidad universal al medio físico: Un reto para la arquitectura moderna*. <https://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/v1n21/2528-7907-rsan-1-21-00018.pdf>
- Alvarado, F. E. E., Castillo, B. C. P., Quiñonez, R. M. N., Jadán, S. K. P., & Mora, C. W. T. (2025). Incidencia de la gestión talento humano en la calidad de los servicios del GAD municipal del cantón Quevedo durante el periodo 2018 al 2022. *Arandu UTIC*, 12(1), 494-508. <https://doi.org/10.69639/arandu.v12i1.621>
- Alvídrez, D. M. del R. de F., Arroyo Ávila, J. R., Viramontes-Olivas, O. A., Domínguez Ríos, V. A., & Alvídrez, M. F. (2022). Relación Entre la Imagen Personal y el Liderazgo en Organizaciones Públicas y Privadas. *European Scientific Journal, ESJ*, 18(37), 1-1. <https://doi.org/10.19044/esj.2022.v18n37p1>
- Arévalo, V. P. D., Auquilla, B. F. C., Cajamarca Farez, A. L., Cordero, B. M. I., Matute, B. J. M., Quizhpi Zatisaval, G. M., & Bravo, C. M. E. (2025). EVALUACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA CLÍNICA DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA. *RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar* - ISSN 2675-6218, 6(7), e676674. <https://doi.org/10.47820/recima21.v6i7.6674>
- Ayay, N. T. T., Vásquez, J. G., Ramirez-López, R., & Alvarado, G. del P. P. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184-1197. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Benjamin, I. J., Valentine, C. M., Oetgen, W. J., Sheehan, K. A., Brindis, R. G., Roach, W. H., Harrington, R. A., Levine, G. N., Redberg, R. F., Broccolo, B. M., Hernandez, A. F., Douglas, P. S., Piña, I. L., Benjamin, E. J., Coylewright, M. J., Saucedo, J. F., Ferdinand, K. C., Hayes, S. N., Poppas, A., ... Anderson, R. E. (2021). 2020 American Heart Association and American College of Cardiology Consensus Conference on Professionalism and Ethics: A Consensus Conference Report. *JACC*, 77(24), 3079-3133. <https://doi.org/10.1016/j.jacc.2021.04.004>
- Bustamante-Ubilla, M. A., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Lapo, M. del C., & Carvache-Franco, W. (2025). Analysis of expectations for the quality of medical care

- in the province of Guayas (Ecuador), through Servqual. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(4).
<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100661>
- Bustinza, A. B. G. (2013). *LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN EL MODELO SERVQUAL APLICADO A LA EMPRESA DE TRANSPORTES SELVA SUR TAMBOPATA S.R.LTDA - SANDÍA, PERIODO 2013* [UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO]. <https://repositorio.unap.edu.pe/items/97c53177-e35d-413e-a127-7d5f1d697e9f>
- Carrasco, S. N. J. (2012). *Evaluar la Calidad en el Servicio y Atención al Cliente en la Hostería “Karen Estefanía” en la Ciudad de Guano, de la Provincia de Chimborazo* [ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO].
<https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1682>
- Castillo, R. Á. R. (2023). *Evaluación de la calidad de los procesos de atención y servicio al cliente en el Área del Contact Center de la Empresa Plasticaucho Industrial S.A.* [Tesis de postgrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].
<https://dspace.esPOCH.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/564968b2-e501-4d6e-bcea-1c1dca666687/content>
- Ceballos, G. L. (2011, mayo 24). *Ciclo de servicios*. Slideshare.
<https://es.slideshare.net/slideshow/ciclo-de-servicios/8074879>
- Cepeda-Cepeda, J. L., Pinta-Cacoango, A. E., Muñoz, C. I., Albán-Sabando, E. A., Vinueza-Domo, K., & Carbajal-Llauce, C. T. de J. (2024). La calidad del servicio en centros de salud públicos ecuatorianos. *Revista Médica Electrónica*, 46.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1684-18242024000100123&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Cervantes-Chan, C., Lara-López, H., & Gómez-Xul, G. de los Á. (2021). *Empatía y Calidad de Servicio. “Papel clave en las emociones Positivas en Equipos de Trabajo”* | 593 *Digital Publisher CEIT*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.869>
- Coronel, S. J., Vinueza, J. A., & Basantes, A. R. (2019). *Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador)*.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html#:~:text=El%20SERVQUAL%20es%20el%20modelo,ServPerf%2C%20considerando%20solo%20el%20rendimiento>
- Constitución de la República del Ecuador [Const.]. Art. 52, 53 y 66 (numeral 25). 20 de octubre de 2008. (Ecuador)

- Demuner, F. M. del R., Becerril, T. O. U., & Ibarra, C. M. A. (2018). Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Estudio de empresas manufactureras en México. *Nóesis. Revista de ciencias sociales*, 27(53-2), 61-77. <https://doi.org/10.20983/noesis.2018.4.4>
- Díaz, A. (2024, julio 11). En qué consiste el Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio. *APRENDEINDUSTRIAL*. <https://aprendeindustrial.com/modelo-servqual/>
- Díaz-Hernández, R., Cajún-Méndez, J., & Gómez-Xul, G. de los Á. (2021). *Rapidez en el servicio, creando una imagen a tus clientes* | 593 Digital Publisher CEIT. https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/866
- Eguez, M. J., Santistevan, V. K., Sornoza-Parrales, D., & Parrales, P. M. L. (2025). Service quality and patient satisfaction: The SERVQUAL model at the Jipijapa health center, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 31(4), 447-459. <https://doi.org/10.31876/rsc.v31i4.44873>
- Enriquez, F. (2023). Calidad de atención de los servicios en salud en Latinoamérica y el Caribe. *Revista de Climatología*, 23, 167-186. <https://doi.org/10.59427/rcli/2023/v23cs.167-186>
- Espinoza, J. R. I. (2021). LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 8(1), 425-437. (Artículo). <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Farías, G. (2026, enero 16). Encuesta. *Enciclopedia Concepto*. <https://concepto.de/encuesta/>
- Godoy, J. N. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35.
- Gómez, C. (2025). *El cliente NO tiene la razón... pero él no lo sabe....* (1.^a ed.). Ra-Ma. <https://www.ra-ma.es/media/rama/files/book-attachment-11920.pdf>
- Gómez, D. (2022, agosto 12). *SERVQUAL: Guía básica sobre el modelo de calidad de servicio*. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-servqual>
- González, C. (2025, octubre 7). *Atención Personalizada: Qué es y Cómo Aplicarla con Éxito en tu Empresa*. <https://nexloo.com/es/blog/atencion-personalizada-que-es-y-como-aplicarla-con-exito-en-tu-empresa/>
- González-Veja, A. M. del C., Sánchez, R. M., Salazar, A. L., & Salazar, G. L. L. (2022). La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones. *New Trends in Qualitative Research*, 14. <https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>
- Gronroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. Wiley.

- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R., & Arias, J. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. En *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>
- Haro, S. A., Chisag, P. E. R., Ruiz, S. J. P., & Caicedo, P. J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2), 39. <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>
- Chiavenato, I. (2021, junio). 1.3. *Chiavenato (2009). Comunicación (cap. 11)*. <https://idoc.pub/documents/13-chiavenato-2009-comunicacion-cap-11-es-de-la-segunda-ed-no-de-la-primera-pnxk37jm5x4v>
- Industriapedia. (2024, julio 23). Qué es Ejecución de servicio: Descubre los beneficios y consejos clave. *Industriapedia*. <https://industriapedia.com/que-es-ejecucion-de-servicio/>
- Julián, C. (2026, enero 3). ▷ Características del profesionalismo en el entorno laboral. *Laplacianos | Comunidad de Profesores y Estudiantes*. <https://laplacianos.com/caracteristicas-del-profesionalismo-en-el-entorno-laboral/>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (Sixteenth edition). Pearson Education.
- Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad [LSEC.] Art. 1, 2 (numerales 4 y 5), 5 y 50. 22 de febrero de 2007. (Ecuador)
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor [LODC.] Art. 1, 4 (numerales 2 al 6), 17 y 18. 10 de julio de 2000. (Ecuador)
- Luque Ordóñez, J. (2024, marzo 10). *El método científico*. (180), 41.
- Mantilla, A. J. T. (2025). NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN EL CONSULTORIO DE ODONTOLOGÍA DE UN HOSPITAL DE CAJAMARCA, PERÚ 2024. UN ESTUDIO TRANSVERSAL. *Revista Científica Odontológica*, 13(3), e252-e252. <https://doi.org/10.21142/2523-2754-1303-2025-252>
- Matamoras, E. K. L., & Bravo, A. (2025). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la gestión de entidades públicas del sector educativo. *CIENCIA UNEMI*, 18(47), 80-86. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol18iss47.2025pp80-86p>
- Molina, R. H. D., & García, V. M. de L. E. (2025). Evaluación de la confiabilidad, validez y objetividad en instrumentos de medición: Un estudio comparativo en áreas sociales y de salud. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 12(23), 23-29.

- OMS. (2025, mayo 19). *Servicios de salud de calidad*. Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>
- Ortega, C. (2023, agosto 4). Modelo SERVQUAL: Qué es y cómo implementarlo. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/modelo-servqual/>
- Ortega, R. R. T. (2022). Gestión administrativa y la calidad percibida por el adulto mayor en los Hospitales de EsSalud 2021. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v10i18.3409>
- Ozomek, F. A. I. (2019). *Atención básica al cliente* [Digital]. Elearning. <https://es.everand.com/book/424103247/MF1329-1-Atencion-basica-al-cliente>
- Pin, G. J. M. (2024). *Comportamiento organizacional y su influencia en la atención al cliente del GAD Municipal de Santa Elena, 2022-2023*. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12349>
- Pinto, J. S., Marrugo, E. A. B., Chaparro, E. V., Montero, Z. A., & Pinto, J. A. S. (2025). Aplicación de modelos servqual y servperf para evaluar la calidad del servicio médico en diferentes países. Una revisión sistemática. *Global knowledge*, 10(S1Especial), 16-34. <https://doi.org/10.70165/cglobal.v10iS1.564>
- Quispe, Q. S. L. (2025). *La calidad de servicio y el proceso de atención preferencial en la Unidad de Remuneraciones de la Unidad de Gestión Educativa Local—San Román, 2024*. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/25537>
- Ramírez-Campos, M. A., Pérez-Rodríguez, R., & Silva-Olvera, M. de los Á. (2022). Mejora en el Tiempo de Respuesta Mediante Simulación de Inventarios en una Microempresa Familiar. *Conciencia Tecnológica*, (64). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94474222002>
- Ramos, F. E. V., Mogollón García, F. S., Santur Manuel, L., & Cherre Morán, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423.
- Rauf, A., Muhammad, N., Mahmood, H., & Aftab, M. (2024). Healthcare service quality: A systematic review based on PRISMA guidelines. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 42(3), 837-850. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-12-2023-0403>
- Reyes, V. P. E., Mieles, Á. J. C., Zambrano, S. R. O., & Arreaga, P. M. H. (2019). Gestión de la calidad en el servicio al cliente y su incidencia en la sostenibilidad de las Pymes en el Ecuador a través del modelo Servqual. *Dominio de las Ciencias*, 5(4), 200-217.

- Sajadi, F. S., Salari, Z., Ebrahimi, K., Rad, M., Akbari-Hooye, H., & Mollaali, M. (2025). Assessing Dental Service Quality Using the SERVQUAL Model: A Cross-Sectional Study Among Perspectives of Students, Professors, and Nurses at Kerman School of Dentistry. *Health Science Reports*, 9(4), e72019. <https://doi.org/10.1002/hsr2.72019>
- Salvador, F. C., Pozo, M. C., & Alonso-Morillejo, E. (2008). Percepción del cliente de los predictores de calidad en el sector servicios. *Boletín de psicología*, ISSN 0212-8179, N°. 94, 2008, pags. 69-84.
- Seyfert, A. (2023, julio 3). *¿Qué es el tiempo de respuesta al cliente? Imprescindible en tu empresa.* | Seyfert Advertising. <https://seyfert.com.mx/que-es-el-tiempo-de-respuesta-al-cliente-imprescindible-en-tu-empresa/>
- Soto-Medina, N., Aguilar-Carvajal, R. D., Félix-Armenta, J., & Soto-Zavala, E. R. (2024). LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE, CON EL ENFOQUE DEL MODELO SERVQUAL. SECTOR RESTAURANTERO. *REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINARIA ARBITRADA YACHASUN* - ISSN: 2697-3456, 8(15), 20-44.
- Suco-Guerrero, I. I., & Zambrano-Santos, R. O. (2025). Aplicación del Modelo SERVQUAL para Medir la Satisfacción del Usuario en la Atención Administrativa Sanitaria. *Journal of Economic and Social Science Research*, 5(4), 1-17. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n4/214>
- Sulistiyawat, A., & Listiyanti, R. (2024). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND IMPLEMENTATION OF PUBLIC RELATIONS CUSTOMER SATISFACTION ON SERVICE RECIPIENT SATISFACTION AT THE YOGYAKARTA COURT OFFICE. *ResearchGate*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i1.164>
- Tello, S. M. A. (2023). *Percepción de gestión administrativa y calidad de servicio del usuario externo de los tres centros de salud mental comunitario de la provincia de Andahuaylas, 2023* [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/entities/publication/55d7e0bd-3cc0-597f-821c-d48e45a94be7>
- Torres, G. A. E. (2022). *El Modelo Servqual y la satisfacción de la calidad del servicio en la dirección financiera del GADM de Echeandía Provincia Bolívar.* [bachelorThesis, Riobamba, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9376>
- Torrez, R. A. K. (2024). *CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN EL HOSTAL "PUKEKOS" DE AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA,* AÑO 2024.

<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0f76472b-3369-48c3-8a11-ff438f516482/content>

Umpire, L. L. E. (2024). *Aplicación del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad de atención y satisfacción percibida por el usuario externo en centros odontológicos privados de Juliaca 2024* [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Altiplano]. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/24234>

Apéndice 1 Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivo	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, año 2025	¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad?	Analizar el nivel de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad.	La aplicación de estrategias permitirá mejorar la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad.	Calidad del servicio	Elementos Tangibles	Instalaciones Imagen personal Identificación del personal Profesionalismo	Diseño de investigación: no experimental transversal. Alcance de investigación: Descriptiva Método: Deductivo Enfoque: Cualitativo y Cuantitativo Herramientas para la recolección de datos: Guía de entrevista y guía de encuesta Tipo de muestreo: no probabilístico por conveniencia.
	Sistematización del problema	Objetivos específicos			Seguridad	Cortesía	
	¿Cuál es el estado actual de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”?	Identificar el estado actual de la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”.			Confiabilidad	Credibilidad Cumplimiento de lo prometido Ejecución Exactitud del servicio Disposición	
	¿Cuáles son los factores asociados a la calidad del servicio mediante SERVQUAL?	Determinar los factores asociados a la calidad del servicio mediante SERVQUAL			Capacidad de respuesta	Atención Tiempo de respuesta Comunicación	
	¿Qué estrategias son necesarias para mejorar la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”?	Proponer estrategias necesarias para mejorar la calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental”.			Empatía	Accesibilidad Comprensión	

Apéndice 2 Cuestionario de encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Cuestionario de encuesta

Tema: “Calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, año 2025”

Objetivo “Evaluar la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio mediante el modelo SERVQUAL en los consultorios odontológicos “Rodental””

Responsable:	Malavé Ávila Isaac Gabriel	Aplicación:	Presencial
Duración:	5 a 10 minutos	Fecha de aplicación:	_____

Estimado/a participante:

Le invitamos cordialmente a colaborar en esta investigación académica cuyo objetivo es “Obtener información respecto a la calidad del servicio mediante las dimensiones del modelo SERVQUAL en los consultorios odontológicos ‘Rodental’”. Su participación es de carácter voluntario y las respuestas que brinde serán anónimas y confidenciales, utilizadas exclusivamente con fines académicos. No existen riesgos físicos ni psicológicos asociados a su participación. Usted puede abstenerse de responder cualquier pregunta o retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna. Al continuar con la encuesta, usted manifiesta su consentimiento informado para participar de manera libre y voluntaria.

Declaración:

“He leído y comprendido la información anterior. Acepto participar voluntariamente en la encuesta y autorizo el uso académico de mis respuestas, garantizando mi anonimato.”

Si ☐ No ☐

Encuesta de expectativa dirigida a los clientes de los consultorios odontológicos Rodental

Datos demográficos:

Edad:

De 18 a 25	☐
De 26 a 32	☐
De 33 a 39	☐

De 40 a 46	☐
De 47 a 53	☐
Más de 54	☐

Sexo:

Hombre	☐
Mujer	☐

Encuesta de expectativa dirigida a los clientes de los consultorios odontológicos Rodental

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta antes de responder y elija según la escala de Likert donde 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es Desacuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 De acuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.					
Expectativas	1	2	3	4	5
Elementos tangibles					
Un consultorio odontológico debe contar con instalaciones modernas, limpias y adecuadas.					
Los equipos e instrumentos odontológicos deben encontrarse en buen estado.					
El personal debe presentar una apariencia profesional y ordenada.					
El personal debe contar con uniformes y credenciales que facilitan su identificación.					
Seguridad					
El personal debe transmitir confianza y profesionalismo.					
El personal debe demostrar cortesía durante la atención.					
El paciente debe sentirse seguro con los procedimientos.					
El consultorio debe garantizar higiene y bioseguridad.					
Confiabilidad					
El consultorio debe cumplir correctamente con los servicios ofrecidos.					
El tratamiento debe realizarse de manera precisa y sin errores.					
El consultorio debe cumplir con los horarios establecidos.					
La información sobre diagnósticos, tratamientos y costos debe ser correcta.					
Capacidad de respuesta					
El personal debe mostrar disposición para resolver dudas.					
El personal debe atender rápidamente las necesidades del paciente.					
Debe existir facilidad para agendar citas.					
Los tiempos de espera deben ser razonables.					
Empatía					
El personal debe brindar atención personalizada.					
El personal me atiende con amabilidad y respeto.					
Acceder a los servicios que se ofrecen es fácil.					
El odontólogo debe escuchar las necesidades del paciente.					

Encuesta de percepción dirigida a los clientes de los consultorios odontológicos Rodental

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta antes de responder y elija según la escala de Likert donde 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es Desacuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 De acuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.					
Percepción	1	2	3	4	5
Elementos tangibles					
El consultorio odontológico cuenta con instalaciones modernas, limpias y adecuadas.					
Los equipos e instrumentos odontológicos utilizados se encuentran en buen estado.					
El personal presenta una apariencia profesional y ordenada.					
El personal cuenta con uniformes y credenciales que facilitan su identificación.					
Seguridad					
El personal transmite confianza y profesionalismo.					
El personal demuestra cortesía durante la atención.					
Me siento seguro con los procedimientos.					
El consultorio garantiza la higiene y bioseguridad.					
Confiabilidad					
El consultorio cumple con los servicios ofrecidos.					
El tratamiento recibido se realizó de manera precisa y sin errores desde la primera atención.					
El consultorio cumple con los horarios establecidos.					
La información entregada sobre diagnósticos, tratamientos y costos es confiable.					
Capacidad de respuesta					
El personal está dispuesto a resolver dudas.					
El personal atiende rápidamente mis solicitudes o necesidades					
Existe facilidad para agendar citas.					
Los tiempos de espera son razonables.					
Empatía					
El personal me brinda atención personalizada.					
El personal me atiende con amabilidad y respeto.					
Acceder a los servicios que se ofrecen es fácil.					
El odontólogo escucha y comprende mis preocupaciones.					

Apéndice 3 Cuestionario de encuesta.

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Entrevista

Tema: “Calidad del servicio en los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad, año 2025”

Responsable: Malavé Ávila Isaac Gabriel

Aplicación: Presencial

Duración: 15 a 30 minutos

Fecha de aplicación: _____

Estimado/a participante:

Le invitamos cordialmente a colaborar en esta investigación académica cuyo objetivo es “Evaluar la percepción de los trabajadores respecto a la calidad del servicio mediante las dimensiones del modelo SERVQUAL en los consultorios odontológicos “Rodental””. Su participación es de carácter voluntario y las respuestas que brinde serán utilizadas exclusivamente con fines académicos. No existen riesgos físicos ni psicológicos asociados a su participación. Usted puede abstenerse de responder cualquier pregunta o retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna. Al continuar con la entrevista, usted manifiesta su consentimiento informado para participar de manera libre y voluntaria.

Declaración:

“He leído y comprendido la información anterior. Acepto participar voluntariamente en la entrevista y autorizo el uso académico de mis respuestas.”

Si ☐

No ☐

Datos del entrevistado

Nombre: _____

Cargo que desempeña: _____

Tiempo en la empresa: _____

Preguntas:

1. ¿Considera que la calidad es importante dentro de la prestación de servicios y por qué?
2. ¿Conoce algún modelo o método para medir la calidad del servicio?
3. ¿Se aplica dentro de la empresa algún modelo o método para evaluar la calidad del servicio?
4. ¿Dentro de la empresa, cómo se evalúan las instalaciones, equipos, recursos físicos y presentación del personal para brindar un servicio de calidad a los pacientes?
5. ¿Dentro de la empresa qué acciones se llevan a cabo para garantizar que el servicio ofrecido sea confiable, cumpla con lo prometido y satisfaga las expectativas de los pacientes?
6. ¿De qué manera la empresa gestiona la atención de solicitudes, necesidades o inconvenientes para brindar una respuesta rápida y eficiente a los pacientes?
7. ¿Cuál es la manera en que la empresa se asegura de que el personal transmita confianza, profesionalismo y seguridad durante la prestación de servicio?
8. ¿De qué manera la empresa identifica las necesidades de los clientes y qué estrategias emplea para ofrecer una atención personalizada?
9. ¿Conoce el modelo SERVQUAL y sus dimensiones?
10. Desde su punto de vista, ¿qué aspectos considera que deben fortalecerse para mejorar la calidad del servicio?

Apéndice 4 Ficha de informe de experto- Encuesta



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Calidad del servicio en los consultorios odontológicos
"Rodental" del cantón La Libertad, año 2025"

Autor del Instrumento: Isaac Gabriel Malavé Ávila

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ☒ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 29 de junio de 2026

Firma del Experto Informante
Ing. Divar Sebastian Castro Loo MSc.

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 5 Ficha de informe de experto- Entrevista



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Calidad del servicio en los consultorios odontológicos
"Rodental" del cantón La Libertad, año 2025"

Autor del Instrumento: Isaac Gabriel Malavé Ávila

Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ☒ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 29 de junio de 2026

Firma del Experto Informante
Ing. Divar Sebastian Castro Looor MSc

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 6 Certificado de validación de instrumentos



FACULTAD DE CIENCIAS

CERTIFICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Calidad del servicio en los consultorios odontológicos "Rodental" del cantón La Libertad, año 2025"** planteado por el estudiante **Isaac Gabriel Malavé Ávila** con cédula de identidad # **2450446907**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Cuestionario de Encuesta
2. Guía de Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base a los indicadores del tema planteado en la matriz de consistencia del trabajo, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 29 de junio de 2026.

Ing. Divar Sebastian Castro Loor, MSc. ,

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Apéndice 7 Acta de aceptación de tema de investigación



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

002 – TT – FETS – ADE – 2026

En la ciudad de La Libertad, a los veintinueve días del mes de abril del año en curso, siendo las 20:50 p.m., reunidos de manera virtual los suscritos docentes de la Carrera de Administración de Empresas: Lcdo. Freddy Enrique Tigrero Suarez, MSc. Docente Tutor e Ing. Carola Annabell Alejandro Lindao, Mgt. Docente Especialista; se deja constancia mediante la presente acta de que luego del análisis y revisión correspondiente, se acepta el tema de investigación propuesto por:

Estudiante:	Malave Avila Isaac Gabriel
Cédula de identidad:	2450446907
Paralelo:	8/2 VESPERTINO
Propuesta de tema:	"Calidad del servicio al cliente en el consultorio odontológico "Rodental" del cantón La Libertad, año 2025"
Observación:	Integración del modelo de la propuesta dentro de título.
Tema final:	"Modelo SERVQUAL aplicado a los consultorios odontológicos "Rodental" del cantón La Libertad, año 2025"
Evidencia:	

Esta propuesta se da luego de haber verificado la viabilidad académica y metodológica del tema, en concordancia con los lineamientos establecidos por los trabajos de titulación de la carrera, contando con el visto bueno de los firmantes.

En virtud de lo anterior, se solicita al señor Director de la carrera se sirva continuar con el trámite correspondiente ante el Consejo de Facultad para su respectiva aprobación.

Sin otro particular, firman la presente acta los suscritos para los fines pertinentes.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Atentamente,

 Escaneo electrónico en Escanell FREDDY ENRIQUE TIGRERO SUAREZ	 Escaneo electrónico en Escanell CAROLA ANNABELL ALEJANDRO LINDAO	<i>Isaac Malave Avila</i>
Lcdo. Freddy Enrique Tigrero Suarez, MSc. DOCENTE TUTOR	Ing. Carola Annabell Alejandro Lindao, Mgt. DOCENTE ESPECIALISTA	Malave Avila Isaac Gabriel ESTUDIANTE

C.c.: Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA. – Coordinador de la Comisión de Titulación
Archivo

Apéndice 8 Solicitud de carta aval



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 131 - JXTU-ADE-2026
La Libertad, 28 de mayo del 2026

Dr.
Ronald Kevin Perero Tomalá.
DIRECTOR DE RODENTAL
En su despacho. -

De mi consideración:

Estimado reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).

Me dirijo a usted con el propósito de poner en su conocimiento que hemos recibido la solicitud del señor Malave Avila Isaac Gabriel, portadora de la Cédula de Ciudadanía N° 2450446907, estudiante de nuestra carrera, quien expresa su interés en desarrollar su Trabajo de Titulación bajo el tema:

**"MODELO SERVQUAL APLICADO A LOS CONSULTORIOS
ODONTOLÓGICOS "RODENTAL" DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025"**

Dado que el desarrollo de este estudio requiere el respaldo institucional de su distinguida empresa, le solicitamos respetuosamente la emisión de una **Carta Aval**, a través de la cual se ratifique la aceptación y se brinden las facilidades necesarias para la ejecución del trabajo. Asimismo, solicitamos su autorización para que el resumen del estudio pueda ser publicado en la página oficial de la UPSE.

Cabe destacar que el presente trabajo contará con la tutoría del Lcdo. Freddy Enrique Tigreiro Suarez, Mgtr., quien guiará el proceso de investigación y garantizará el cumplimiento de los objetivos planteados.

Agradecemos de antemano su colaboración y quedamos atentos a su pronta respuesta.

Atentamente,



Validado digitalmente en Firmado:
Firmado digitalmente por:
JOSÉ XAVIER TOMALA
URIBE

José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.
DIRECTOR DE CARRERA

C.c. archivo
JXTU/JG



P.F. No. MSP-2018-Z05-0037769
RUC. 2450764424001

Ronald Perero

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 9 Carta aval

La Libertad, 11 de junio de 2026

Lcdo, José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

En su despacho. -

De mis consideraciones:

Yo **Ronald Kevin Perero Tomalá**, en calidad de **Director** de los consultorios odontológicos **RODENTAL** extiende su **AUTORIZACIÓN** ante la solicitud mediante el oficio N° 131 -JXTU-ADE-2026 del estudiante **Malave Avila Isaac Gabriel** con cédula de identidad N° 2450446907, para desarrollar el Trabajo de Titulación con el tema: **"Modelo SERVQUAL aplicado a los consultorios odontológicos Rodental del cantón La Libertad, año 2025"**

Atentamente,



Ronald Kevin Perero Tomalá

Director de Rodental

C. I. 2450764424



P.F. No. MSP-2018-Z05-0037769
RUC. 2450764424001

Apéndice 10 Certificado de anti plagio



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 30 de julio de 2026

012 -TUTOR FETS-2026

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado **"Calidad del servicio en los consultorios odontológicos "Rodental" del cantón La Libertad, año 2025"**, elaborado por el estudiante **Isaac Gabriel Malavé Ávila**, de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con **7%** de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



Verificar Documento en línea
Freddy Enrique Tigrero Suárez

Lcdo. Freddy Enrique Tigrero Suárez, Mgt.

C.I.: 0910029768

DOCENTE TUTOR

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



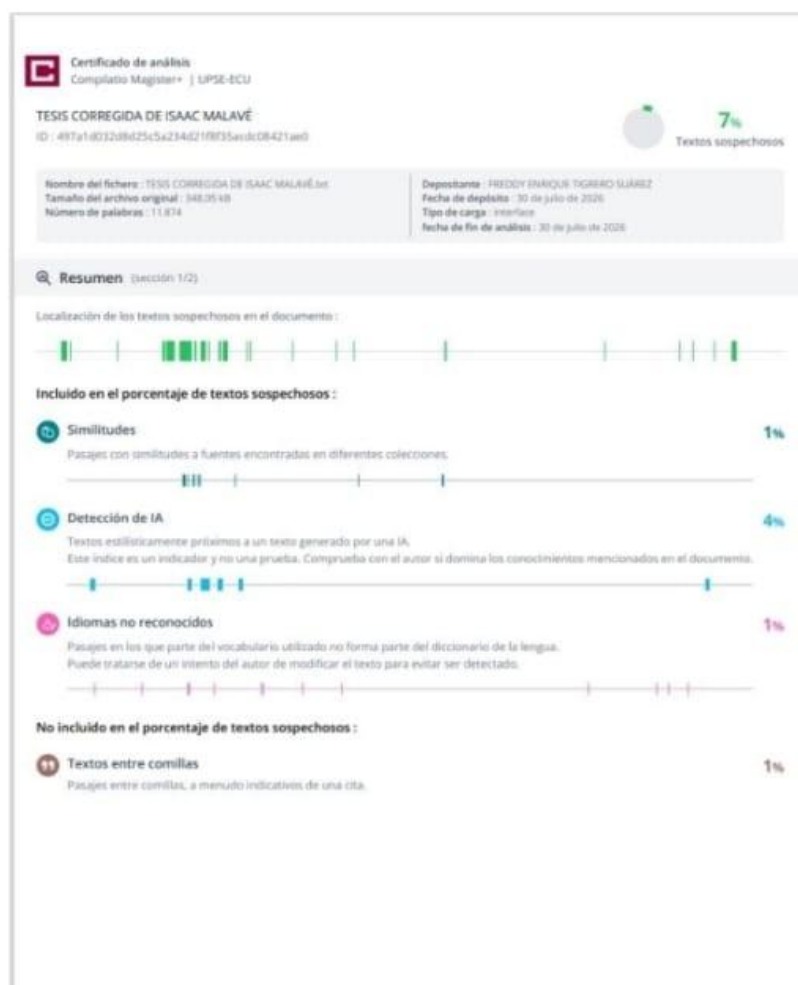


Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Reporte de análisis.



Apéndice 11 Cronograma de actividades

FASE	ACTIVIDADES PLANIFICADAS	FECHA	ABRIL		MAYO				JUNIO				JULIO			
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Designación de Tutores y Especialistas	23/4/2026														
	Revisión de tema por parte de tutor y especialista	29/4/2026														
	Matriz de consistencia	15/5/2026														
2	Introducción y planteamiento del problema	22/5/2026														
	Objetivos, justificación e idea a defender	22/5/2026														
	Mapeo	29/5/2026														
	Capítulo I Marco Referencial															
3	Revisión de literatura	29/5/2026														
	Desarrollo de teorías y conceptos	5/6/2026														
	Fundamentos legales	12/6/2026														
	Corrección de matriz y revisión	19/6/2026														
	Validación de instrumentos	19/6/2026														
	Recolección de datos	30/6/2026														
	Capítulo II Metodología															
4	Diseño, métodos y técnicas de la investigación	15/7/2026														
	Población y muestra	15/7/2026														
	Procesamiento de datos	15/7/2026														
	Capítulo III Resultados y Discusión															
5	Análisis de los resultados	24/7/2026														
	Discusión	24/7/2026														
	Capítulo IV Propuesta															
6	Conclusiones, Recomendaciones, Resumen	24/7/2026														
	Certificado antiplagio	27/7/2026														
	Entrega de informe por parte de los tutores	30/7/2026														

Apéndice 12 Evidencia de tutorías.

The following text is extracted from the three screenshots of the Word document:

En la Introducción: se detallan de manera clara el planteamiento del problema, la sistematización, la formulación del problema, los objetivos, la justificación, la idea a defender y otros apartados relacionados con el presente trabajo de modelo SERVQUAL aplicado a los consultorios odontológicos “Rodental” del cantón La Libertad.

En el Capítulo I: también conocido como marco referencial, está conformado por la revisión de literatura o antecedentes donde se exponen trabajos similares o relacionados al de la temática principal del presente trabajo, además, el desarrollo de conceptos y teorías que sirven como base para sustentar el desarrollo de la investigación, en este apartado se encuentran las definiciones de las dimensiones e indicadores establecidos en la matriz de consistencia, la última parte que conforma este espacio corresponde a los fundamentos legales que es la información legal sobre normas, estatutos y leyes vigentes que agregan validez constitucional.

En el Capítulo II: se plantea la metodología que se empleó durante la ejecución de la investigación, redactando el diseño de la investigación, metodología empleada, población seleccionada para el estudio, tipo de muestra seleccionada, técnicas de investigación.

**CAPÍTULO II
METODOLOGIA**

Diseño de la investigación

La investigación se estructuró con un diseño no experimental y de corte transversal, que, de acuerdo con Sampieri et al. (2014), es aquel en donde no se manipula la variable y el diseño transversal se da cuando la recolección se realiza en tiempo único. A partir de esta definición, una investigación de esta índole se caracteriza por no interferir con las variables de estudio y analizar su impacto o relación con datos compilados en una sola recolección.

En relación con lo anterior, se infiere que este tipo de investigación favorece la identificación de la situación actual relacionada con la calidad del servicio en los

**CAPÍTULO III
RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Análisis de las entrevistas

1. ¿Considera que la calidad es importante dentro de la prestación de servicios y por qué?

En un consenso general, los entrevistados concuerdan en que la calidad sí es importante en la prestación de servicios; mostraron diversas razones de esta importancia, entre las cuales se encuentran relacionadas con el mercado al que están enfocados los servicios de los establecimientos. Estos hallazgos evidencian que los entrevistados coinciden en la relevancia de la calidad como elemento significativo que, además de asegurar una atención adecuada, también tiene su impacto en la conectividad y el desarrollo dentro del mercado de los consultorios.

Apéndice 13 Evidencia de encuestas.

Prueba Gemini en Hojas de cálculo, Gmail y otros
Aumenta tu productividad con la IA y disfruta de límites de uso 4 veces más altos en la aplicación Gemini, además de 5 TB de almacenamiento, por 75 % off durante 3 meses

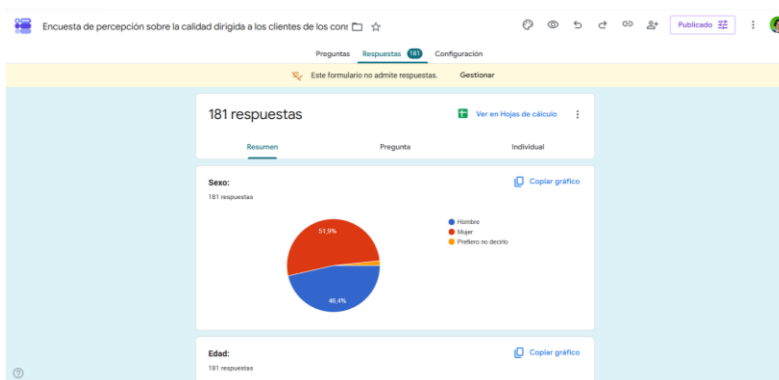
Encuesta de percepción sobre la calidad dirigida a los clientes de los consultorios odontológicos "Rodén..."

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

75% 123 Roboto

Form. Respuestas	Sexo	Edad	El consultorio odontológico cuenta con instalaciones modernas y adecuadas.	Los equipos e instrumentos odontológicos son modernos.	El personal que atiende es amable y profesional.	El personal cuenta con uniformes y credencial.	El personal trabaja con puntualidad y profesional.
1	30/09/2024 9:05:10	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
2	30/09/2024 9:05:24	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
3	30/09/2024 9:06:18	Mujer	De 26 a 35 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
4	30/09/2024 10:01:02	Mujer	De 36 a 45 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
5	30/09/2024 10:10:50	Mujer	De 18 a 25 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
6	30/09/2024 10:20:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	30/09/2024 10:20:04	Mujer	De 36 a 45 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
8	30/09/2024 10:30:40	Mujer	De 36 a 45 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
9	30/09/2024 11:00:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
10	30/09/2024 11:10:16	Mujer	De 46 a 55 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
11	30/09/2024 11:20:30	Mujer	De 18 a 25 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
12	30/09/2024 11:30:44	Mujer	De 36 a 45 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
13	30/09/2024 11:35:18	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	30/09/2024 12:04:12	Mujer	De 46 a 55 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
15	30/09/2024 12:10:35	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
16	30/09/2024 12:20:40	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
17	30/09/2024 12:30:44	Mujer	De 46 a 55 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
18	30/09/2024 12:32:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Resuestas de formulario 1



Prueba Gemini en Hojas de cálculo, Gmail y otros
Aumenta tu productividad con la IA y disfruta de límites de uso 4 veces más altos en la aplicación Gemini, además de 5 TB de almacenamiento, por 75 % off durante 3 meses

Encuesta de expectativa sobre la calidad del servicio dirigida a los clientes de los consult...

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

75% 123 Roboto

Form. Respuestas	Sexo	Edad	No comparto expectativas sobre cómo son...	Los equipos e instrumentos odontológicos p...	El personal que atiende es amable y profesional.	El personal del centro con uniformes y cred...	El personal tiene credencial y trabaja con...
1	30/09/2024 10:05:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2	30/09/2024 10:10:20	Mujer	De 18 a 25 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
3	30/09/2024 10:20:00	Mujer	De 36 a 45 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
4	30/09/2024 10:30:00	Mujer	De 36 a 45 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
5	30/09/2024 10:40:00	Mujer	De 18 a 25 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
6	30/09/2024 10:50:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	30/09/2024 10:55:00	Mujer	De 36 a 45 años	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
8	30/09/2024 10:58:00	Mujer	De 36 a 45 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	30/09/2024 11:05:00	Mujer	De 36 a 45 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
10	30/09/2024 11:10:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
11	30/09/2024 11:15:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
12	30/09/2024 11:20:00	Mujer	De 36 a 45 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
13	30/09/2024 11:25:00	Mujer	De 18 a 25 años	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
14	30/09/2024 11:30:00	Mujer	De 46 a 55 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
15	30/09/2024 11:35:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
16	30/09/2024 11:40:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
17	30/09/2024 12:00:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
18	30/09/2024 12:10:00	Mujer	De 46 a 55 años	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
19	30/09/2024 12:15:00	Mujer	De 18 a 25 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo

Resuestas de formulario 1



Apéndice 14 Evidencia de entrevistas.



Apéndice 15 Transcripción de entrevistas.

Cargo	Nombre	Tiempo en la empresa
Director	Ronald Perero Tomalá	10 años
Odontóloga 1	Wendy Luzardo Ávila	2 años y medio
Odontóloga 2	Fátima Asencio de la A	4 años

Pregunta 1	¿Considera que la calidad es importante dentro de la prestación de servicios y por qué?
Director	Sí... desde mi punto de vista considero que la calidad es importante en la prestación de servicios, sobre todo en áreas relacionadas como en las que actualmente me desempeño, donde los pacientes no buscan solamente un tratamiento accesible o efectivo... sino que la atención que reciban sea buena.
Odontóloga 1	Es importante... ya que así se puede mejorar en ciertos ámbitos en cuanto a la empresa y mejorar la calidad que se brinda.
Odontóloga 2	Sí, porque de acuerdo a la calidad que reciba el paciente... cómo uno trata al paciente, eso también influye en la demanda de las consultas.
Pregunta 2	¿Conoce algún modelo o método para medir la calidad del servicio?
Director	No, desconozco modelos específicos enfocados en la medición de la calidad.... en general, mi equipo y yo nos guiamos por la satisfacción de los pacientes y los comentarios que ellos realizan durante la atención que les brindamos.
Odontóloga 1	No
Odontóloga 2	No.... Si usted me dice un método conocer... no conozco un método, creo que la calidad del servicio depende más de cada profesional.
Pregunta 3	¿Se aplica dentro de la empresa algún modelo o método para evaluar la calidad del servicio?

Director De manera formal, no se aplica un método específico... lo que se realiza para conocer la opinión de los pacientes sobre la calidad del servicio es dialogar directamente con ellos durante el servicio. Así tomamos en cuenta sus sugerencias y tenemos reuniones con el personal para así conocer de qué manera se está desarrollando la atención.

Odontóloga 1 La escucha activa

Odontóloga 2 Que yo tenga conocimiento no... desconozco

Pregunta 4 ¿Dentro de la empresa, cómo se evalúan las instalaciones, equipos, recursos físicos y presentación del personal para brindar un servicio de calidad a los pacientes?

Director Dentro de cada consultorio se realizan evaluaciones antes de la apertura para asegurarnos de que las instalaciones se encuentren limpias y en condiciones óptimas para el desarrollo de nuestro trabajo. Además, realizamos mantenimientos preventivos periódicamente a los equipos de cada área de trabajo... respecto a la presentación del personal, confío plenamente en que las personas que laboran dentro de mis consultorios son profesionales que cumplen con una presentación adecuada.

Odontóloga 1 No tengo conocimiento de cómo o cada cuánto tiempo se evalúan las instalaciones, pero sí lo hacen...

Odontóloga 2 Nosotros, al ser odontólogos, siempre tenemos lo que es... un proceso de evaluación. Toda clínica debe pasar por ese proceso y, de acuerdo con eso, es que estamos. Todo servicio debe estar aprobado; sí, lo tenemos, hasta donde yo tengo conocimiento.

Pregunta 5 ¿Dentro de la empresa qué acciones se llevan a cabo para garantizar que el servicio ofrecido sea confiable, cumpla con lo prometido y satisfaga las expectativas de los pacientes?

Director Dentro de los consultorios procuramos que nuestro personal explique de manera clara a los pacientes toda la información que ellos requieran... tanto de los tratamientos que realizamos como de los tiempos y los precios que se manejan... intentamos asegurarnos de realizar cada trabajo de la mejor manera cumpliendo con cada tratamiento de manera precisa para así satisfacer las expectativas de los pacientes. También, cumplimos con los horarios establecidos y en ocasiones extendemos estos horarios de atención debido a la demanda de pacientes.

Odontóloga 1	Mediante las sugerencias de los pacientes.
Odontóloga 2	Eso creo que ya depende de los jefes y de acuerdo a lo que son los comentarios de los pacientes como tal... porque en sí los pacientes son los que evalúan... porque nosotros somos los que les brindamos la atención a ellos.
Pregunta 6	¿De qué manera la empresa gestiona la atención para brindar una respuesta rápida y eficiente a los pacientes?
Director	En cada consultorio se maneja la atención por medio de WhatsApp o de manera presencial. En el caso de que se presente cualquier solicitud o similar, el personal correspondiente se encarga de atenderlo lo antes posible y de la mejor manera.
Odontóloga 1	Mediante el área de recepción que sería el primer filtro antes de acudir donde el profesional.
Odontóloga 2	Tenemos a nuestros jefes y la verdad es que nos ayudan bastante en eso... no he tenido ningún inconveniente ni nada. Por eso es importante la comunicación, la verdad... entonces no tengo... uno va directamente con el jefe.
Pregunta 7	¿Cuál es la manera en que la empresa se asegura de que el personal transmita confianza, profesionalismo y seguridad durante la prestación de servicio?
Director	Dentro de la empresa procuramos la contratación de personal capacitado y promovemos que la atención se realice de manera respetuosa y cordial.
Odontóloga 1	Mediante reuniones internas.
Odontóloga 2	En este caso, nuestros jefes están a partir de cierta hora en los consultorios y ellos se percatan mucho del trato a lo que es el paciente... Creería que esa es la metodología en la que está aquí establecida... Ese es mi punto de vista.
Pregunta 8	¿De qué manera la empresa identifica las necesidades de los clientes y qué estrategias emplea para ofrecer una atención personalizada?
Director	Desde la primera atención, el personal procura escuchar a los pacientes... posteriormente, se realiza una valoración clínica y se conoce cuáles son sus necesidades antes de proponer el tratamiento que se llevará a cabo. Además, se procura mantener una buena comunicación desde el inicio hasta finalizar el procedimiento.

Odontóloga 1	Yo creo que la manera principal para identificar las necesidades es mediante la escucha activa de los pacientes
Odontóloga 2	Cada paciente es evaluado primero por un profesional y se realiza un diagnóstico... para esto se toma muy en cuenta lo que el paciente nos diga.
Pregunta 9 ¿Conoce el modelo SERVQUAL y sus dimensiones?	
Director	No, realmente desconozco el modelo y sus dimensiones, ya que en los consultorios se evalúa la calidad del servicio con base en las opiniones que nos brindan nuestros pacientes... y por medio de la experiencia con la que contamos en la prestación de servicios.
Odontóloga 1	No
Odontóloga 2	No
Pregunta 10 Desde su punto de vista, ¿qué aspectos considera que deben fortalecerse para mejorar la calidad del servicio?	
Director	Considero que siempre existen oportunidades para mejorar, por ello creo que es necesario contar con capacitaciones periódicas para el personal, reducir los tiempos de espera y estar al tanto de las opiniones de los pacientes.
Odontóloga 1	Mediante la evaluación del personal
Odontóloga 2	Al momento de la atención al cliente... mmm... yo creo que ninguno, en ese aspecto todos atendemos de una buena manera... ósea, de buena calidad.