



**ESCUELA DE POSTGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Satisfacción, calidad percibida y fidelización de los usuarios. Centro de Atención Primaria III San Isidro. 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
DOCTORA EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**

**AUTORA:**

**Mgtr. María Beatriz Nizama Ávila**

**ASESOR:**

**Dr. Jorge Rafael Díaz Dumont**

**SECCIÓN**

**Ciencias Empresariales**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Administración del Talento Humano**

**PERÚ - 2016**

---

Dra. Flor de María Sánchez Aguirre  
Presidente

---

Dr. Noel Alcas Zapata  
Secretario

---

Dr. Jorge Rafael Diaz Dumont  
Vocal

### **Dedicatoria**

Esta tesis la dedico a mis seres queridos, que me apoyaron en todo momento en la culminación de una de mis etapas académicas más resaltantes.

### **Agradecimiento**

A mis padres, mis hijos y mi esposo, sin ellos no hubiera tenido las fuerzas para concretar uno de mis mayores anhelos en la vida.

A ti papá, que ya no estás con nosotros, pero que sin tus consejos no habría logrado lo que soy ahora.



### **Declaración Jurada**

Yo, María Beatriz Nizama Ávila, estudiante del Programa Doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 07387056, con la tesis titulada “Satisfacción, calidad percibida y fidelización de los usuarios. Centro de Atención Primaria III San Isidro 2016”.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 29 de julio de 2016

María Beatriz Nizama Ávila

DNI: 07387056

## **Presentación**

A los Señores Miembros del Jurado de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo, Filial Los Olivos presento la Tesis titulada: Satisfacción, calidad percibida y fidelización de los usuarios. Centro de Atención Primaria III San Isidro 2016; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo; para optar el grado de: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad.

La presente investigación está estructurada en siete capítulos. En el primero se expone los antecedentes de investigación, la fundamentación científica de las dos variables y sus dimensiones, la justificación, el planteamiento del problema, los objetivos y las hipótesis. En el capítulo dos se presenta las variables en estudio, la operacionalización, la metodología utilizada, el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, la muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos, el método de análisis utilizado y los aspectos éticos. En el tercer capítulo se presenta el resultado descriptivo y el tratamiento de hipótesis. El cuarto capítulo está dedicado a la discusión de resultados. El quinto capítulo está refrendando las conclusiones de la investigación. En el sexto capítulo se fundamenta las recomendaciones y el séptimo capítulo se presenta las referencias bibliográficas. Finalmente se presenta los anexos correspondientes.

## Índice

	Página
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xi
Abstract	xii
<b>I INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Antecedentes	16
1.2 Bases Teóricas y fundamentación científica	21
1.2.1 Variable 1: Satisfacción del Usuario	21
1.2.2 Variable 2: Calidad Percibida	30
1.2.3 Variable 3: Fidelización	40
1.2.4 Marco conceptual	51
1.3 Justificación	54
1.4. Problema	56
1.5 Hipótesis	60
1.6 Objetivos	61

<b>II</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	
2.1	Variables	64
2.2	Operacionalización de variables	65
2.3	Metodología	66
2.4	Tipo de estudio	66
2.5	Diseño	68
2.6	Población, muestra, muestreo	68
2.7	Técnica e instrumentos de recolección de datos	71
2.8	Métodos de análisis de datos	74
2.9	Consideraciones éticas	80
<b>III</b>	<b>RESULTADOS</b>	81
<b>IV</b>	<b>DISCUSIÓN</b>	92
<b>V</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	97
<b>VI</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	99
<b>VII</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.</b>	102
	<b>APENDICE</b>	107
	Apéndice 1. Matriz de Consistencia	108
	Apéndice 2. Instrumentos	111
	Apéndice 3. Validez del instrumento	119
	Apéndice 4. Base de datos	131
	Apéndice 5. Autorización	152
	Apéndice 6. Artículo Científico	153

## Lista de Tablas

		Página
Tabla 1	Operacionalización de la variable Satisfacción del Usuario	65
Tabla 2	Operacionalización de la variable Calidad Percibida	65
Tabla 3	Operacionalización de la variable Fidelización	66
Tabla 4	Relación de Validadores	77
Tabla 5	Confiabilidad Cuestionario de Satisfacción del Usuario	78
Tabla 6	Confiabilidad Cuestionario de Calidad Percibida	79
Tabla 7	Confiabilidad cuestionario de Fidelización del Usuario	80
Tabla 8	Distribución de usuarios según Satisfacción del usuario	82
Tabla 9	Distribución de usuarios según Calidad Percibida	83
Tabla 10	Distribución de usuarios según Fidelización	84
Tabla 11	Distribución de usuarios según dimensión Marca de la Fidelización	85
Tabla 12	Distribución de usuarios según dimensión Servicio de la Fidelización	86
Tabla 13	Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo	87
Tabla 14	Resumen del modelo	88
Tabla 15	Variables en la ecuación	88
Tabla 16	Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo	89
Tabla 17	Resumen del modelo	89
Tabla 18	Variables en la ecuación	90
Tabla 19	Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo	90

Tabla 20	Resumen del modelo	91
Tabla 21	Variables en la ecuación	91

## Lista de Figuras

		Página
Figura 1	Distribución de usuarios según Satisfacción del usuario	82
Figura 2	Distribución de usuarios según Calidad Percibida	83
Figura 3	Distribución de usuarios según Fidelización	84
Figura 4	Distribución de usuarios según dimensión Marca de la Fidelización	85
Figura 5	Distribución de usuarios según dimensión Servicio de la Fidelización	86

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el modelo de regresión logístico que describe la relación entre la Fidelización frente a la Satisfacción de los Usuarios y la Calidad Percibida de los Usuarios del Centro de Atención Primaria III de EsSalud San Isidro; la población de infinitos usuarios, la muestra probabilística consideró 384 usuarios, en los cuales se ha empleado las variables: Fidelización, Satisfacción de los Usuarios y Calidad Percibida.

El método empleado en la investigación fue el hipotético deductivo, esta investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel causal, de tipo básico que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar los instrumentos cuestionarios de: Fidelización en la escala de Likert (totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo, totalmente desacuerdo), Satisfacción del Usuario en la escala de Likert (muy poco, poco, medio, bastante, mucho) y Calidad Percibida en la escala de Likert (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre) que brindaron información de la variables en estudio en sus distintas dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente.

La investigación concluye que existe evidencia significativa para afirmar que el modelo de regresión logístico estimado entre la Fidelización frente a la Satisfacción de los Usuarios y la Calidad Percibida es significativo en los Usuarios del Centro de Atención Primaria III de EsSalud San Isidro, Lima año 2016.

**Palabras clave:** Fidelización, Satisfacción de los Usuarios y Calidad Percibida.



## **Abstract**

This research was designed to determine the overall logistic regression model describing the relationship between loyalty versus the User Satisfaction and Perceived Quality Users Primary Care Center III EsSalud San Isidro; the infinite population of users, the probability sample considered 384 users, which has been used variables: loyalty, User Satisfaction and Perceived Quality.

The method used in the research was the deductive hypothetical, this research used for purpose non-experimental design causal level, basic type who collected information in a specific period, which was developed by applying the questionnaires instruments: Loyalty in the Likert scale (strongly agree, agree, neither disagrees disagree, disagree, strongly disagree), user satisfaction in Likert scale (very little, little, middle, pretty much) and Perceived Quality scale Likert (never, rarely, sometimes, often, always) that provided information on the variables under study in its various dimensions, whose results are presented graphically and textually.

The research concludes that there is significant evidence to say that the logistic regression model estimated between loyalty versus the User Satisfaction and Perceived Quality is significant in the Users Primary Care Center III EsSalud San Isidro, Lima 2016.

**Keywords:** Loyalty, User Satisfaction and Perceived Quality.

## **Riassunto**

La presente investigazione ebbe come obiettivo generale determinare il modello di regressione logistico che descrive la relazione tra la Fidelización di fronte alla Soddisfazione degli Utenti e la Qualità Percepita dagli Utenti del Centro di Attenzione Primaria III di EsSalud San Isidro; la popolazione di infiniti utenti, la dimostrazione probabilística considerò 384 utenti, nei quali si è impiegato le variabili: Fidelización, Soddisfazione degli Utenti e Qualità Percepita.

Il metodo usato nell'investigazione fu l'ipotetico deduttivo, questa investigazione utilizzò per il suo proposito il design non sperimentale di livello causale, di tipo basilare che raccolse l'informazione in un periodo specifico che si sviluppò applicando gli strumenti questionari di: Fidelización nella scala di Likert, totalmente d'accordo, d'accordo, né accordo né in disaccordo, in disaccordo, totalmente disaccordo, Soddisfazione dell'Utente nella scala di Likert, molto poco, poco, mezzo, abbastanza, molto, e Qualità Percepita nella scala di Likert, mai, quasi mai, a volte, quasi sempre, sempre, che brindarono informazione delle variabili in studio nelle sue diverse dimensioni i cui risultati si presentano grafica e testualmente.

L'investigazione conclude che esiste evidenza significativa per affermare che il modello di regressione logistico stimato tra la Fidelización di fronte alla Soddisfazione degli Utenti e la Qualità Percepita è significativa negli Utenti del Centro di Attenzione Primaria III di EsSalud San Isidro, Lima anno 2016

**Parole chiave:** Fidelización, Soddisfazione degli Utenti e Qualità Percepita.