



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE
LOS SERVICIOS DE SALUD**

**Gestión de calidad y fidelización de los usuarios de un centro de
salud de Apurímac 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud

AUTORA:

Heredia Curi, Josselin Jassmin (orcid.org/0000-0002-5100-8964)

ASESOR:

Dr. Osorio Carrera, Cesar Javier (orcid.org/0000-0002-2850-6420)

CO-ASESOR:

Dr. Villegas Rivas, Danny Alberto (orcid.org/0000-0002-8651-1367)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Calidad de las Prestaciones Asistenciales y Gestión del Riesgo en Salud

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Promoción de la Salud, Nutrición y Salud Alimentaria

LIMA - PERÚ

2023

Dedicatoria

A mis padres y hermanas, con todo mi amor, por cuidarme y estar siempre conmigo.

Agradecimiento

A Dios Nuestro Padre, por darme vida y bendecirme siempre.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Tabla cruzada Gestión de calidad y Fidelización de los usuarios	19
Tabla 2. Tabla cruzada Liderazgo y Fidelización de los usuarios	20
Tabla 3. Tabla cruzada Planificación estratégica y Fidelización de los usuarios..	21
Tabla 4. Tabla cruzada Orientación hacia el usuario y Fidelización de los usuarios	22
Tabla 5. Tabla cruzada Orientación hacia el personal y Fidelización de los usuarios	23
Tabla 6. Prueba de Correlación de Spearman la gestión de calidad y la fidelización de los usuarios	24
Tabla 7. Prueba de Correlación de Spearman del liderazgo y la fidelización de los usuarios	25
Tabla 8. Prueba de Correlación de Spearman la planificación estratégica con la fidelización de los usuarios	26
Tabla 9. Prueba de Correlación de Spearman la orientación con la fidelización de los usuarios	27
Tabla 10. Prueba de Correlación de Spearman el personal con la fidelización de los usuarios	28

Índice de figuras

Figura 1. Gestión de calidad y dimensiones	17
Figura 2. Fidelización de los usuarios y dimensiones	18

Resumen

El objetivo fue determinar cómo la gestión de calidad se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022. La investigación fue básica, con diseño descriptivo correlacional y no experimental. La muestra probabilística fue de 220 usuarios de un centro de salud elegido. Se empleó la encuesta con un cuestionario para la gestión de calidad con 16 ítems y otro para la fidelización de los usuarios de 12 ítems, ambos fueron validados y la confiabilidad fue superior a 0,7. Se concluyó que la gestión de calidad se relacionó directa y significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac (Rho de Spearman: 0,656 y sig.0,000); que el liderazgo se relaciona directamente con la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,452 y sig.0,000), que la planificación estratégica se relaciona directamente con la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,566 y sig.0,000), la orientación hacia el usuario se relaciona directamente con la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,536 y sig.0,000) y que la orientación hacia el personal se relaciona directamente con la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,485 y sig.0,000).

Palabras clave: calidad, fidelización, gestión, usuario

Abstract

The objective was to determine how quality management is related to the loyalty of users of a Health Center, Apurímac, 2022. The research was basic, with correlational and non-experimental descriptive design. The probabilistic sample consisted of 220 users of a chosen health center. The survey was used with a questionnaire for quality management with 16 items and another for user loyalty of 12 items, both were validated, and reliability was higher than 0.7. It was concluded that quality management was directly and significantly related to the loyalty of users of a Health Center, Apurimac (Spearman's Rho: 0.656 and following.0.000); that leadership is directly related to user loyalty (Spearman's Rho: 0.452 and sig.0.000), that strategic planning relates directly to user loyalty (Spearman's Rho: 0.566 and sig.0.000), user orientation is directly related to user loyalty (Spearman's Rho: 0.536 and sig.0.000) and that orientation towards staff is directly related to user loyalty (Spearman's Rho: 0.485 and sig.0.000).

Keywords: quality, loyalty, management, user

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos, al menos la mitad de los habitantes del mundo se encuentran privadas de los servicios esenciales de salud; así mismo, año tras año se pudo encontrar gran cantidad de familias que se ven inmersas en la pobreza, debido a que no son capaces de pagar por sí mismos la atención de salud que ellos requieren; por otra parte, cerca de 800 millones de personas dedican por lo menos el diez por ciento del presupuesto de la familia para poder subsanar los gastos de salud de un integrante de la familia.

En cuanto al nivel mundial, el BANCO MUNDIAL (2018) en un estudio realizado, afirma que, se enfrenta el sector salud a una crisis por la ausencia de inversiones; así mismo, el coste de los servicios se calcula por lo menos en noventa dólares; así también, en años recientes, la diversidad, la incidencia de las enfermedades aumenta de manera constante. Así mismo, el presidente del Banco Mundial mencionó que, la única manera en la que se puede brindar el servicio de cuidado de la salud para todos los usuarios a nivel mundial es si se cambia precisamente el sistema donde los gobiernos y los ciudadanos exijan más inversión en salud.

Según estudios por la Organización Panamericana de la Salud (2020) en su investigación mencionó que, en el mundo desde que comenzó la enfermedad del COVID-19, se reorganizó y hubo interrupción de los servicios de salud tales como el cáncer, enfermedades cardiovasculares y diabetes dejaron de brindar su atención a las personas, todo ello a causa de la pandemia en que se atravesaba a nivel mundial.

COMEXPERÚ (2021) en los datos estadísticos recolectados afirmó que, a inicios del año 2021, según resultados estadísticos, el 97.1% de los centros médicos de primer nivel en Perú, muestra inadecuada capacidad de instalación, esto quiere decir que, la infraestructura es desfavorable, muy precaria, equipos no muy modernos, equipos inoperativos o insuficientes; la cual nos da a entender que se refleja la urgencia de una intervención integral en cuanto a la infraestructura y a la modernización de los equipos en casi todos los centros de salud a nivel nacional.

El Peruano (2021) afirmó que, a nivel nacional, el sistema de salud peruano está enfrentando pruebas difíciles provocadas por la pandemia Covid-19; si bien el sistema sanitario requiere de ajustes estructurales y cambios de mediano y largo plazo; por el momento, hay varios retos importantes que el sector salud va a enfrentar en el año 2022.

Rodríguez (2021) en su documento de sitio web afirmó que, se debe de plantear el promover la interoperabilidad de los sistemas de salud en el ámbito nacional y regional, que vayan directamente referidos a la eficaz y eficiente articulación de intercambio prestacional entre los subsistemas de salud universal, unificado y gratuito; así mismo, descentralizado y participativo desde el punto perspectivo del financiamiento y la prestación de servicio.

De esta manera, en el ámbito de la búsqueda de la mejora continua se necesita propuestas de políticas de gestión de calidad que sean mucho mejor; así mismo, aplicar procedimientos buenos que vayan de acuerdo con las leyes y reglamentos; y con ello poder brindar mejores servicios a los usuarios. No olvidemos que, en la actualidad la dirección regional de salud de Apurímac, inmerso en la política de reforma del sector salud, buscar valorar y explicar la información sobresaliente sobre la circunstancias de vida, la organización y dinámica la estructura y dinámica poblacional, las características de mortalidad y morbilidad.

Hoy en día los beneficiarios de los centros médicos cuya información vertida en medios de información especialmente en internet, son más exigentes y desean una atención y servicio de calidad. Es en ese sentido los directivos de dichas entidades de salud requieren orientar su gestión a ofrecer calidad a los usuarios, toda vez que los ciudadanos que necesitan hacer uso de los servicios de salud también contribuyen al fisco para que su atención en salud cumpla con los estándares mínimos de calidad.

En tal sentido, el problema general a investigar fue: ¿Cómo la gestión de calidad se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?; siendo los problemas específicos: (a) ¿Cómo el liderazgo se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?, (b) ¿Cómo la planificación estratégica se relaciona con la fidelización de los

usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?; (c) ¿Cómo la orientación hacia el usuario se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?; (d) ¿Cómo la orientación hacia el personal se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?.

Se planteó como objetivo general: Determinar cómo la gestión de calidad se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022; y como objetivos específicos: (a) Determinar cómo el liderazgo se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022; (c) Determinar cómo la planificación estratégica se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022; (d) Determinar cómo la orientación hacia el usuario se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022; (e) Determinar cómo la orientación hacia el personal se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022.

Se formuló como hipótesis general: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022. Cómo hipótesis específicas tenemos: a) El liderazgo se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022; (b) La planificación estratégica se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022; (c) La orientación hacia el usuario se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022; (d) La orientación hacia el personal se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022.

La investigación se justificó teóricamente porque se explicó la conexión entre la gestión de calidad y la fidelización de los beneficiarios de un centro de salud en Apurímac, con la finalidad de aumentar la calidad en sus procesos, sobretodo en la atención y servicio, lo cual redundará en satisfacción y fidelización de los usuarios del centro de salud. En la demostración real cada resultado de la investigación realizada ayudó a mejorar los diferentes procesos efectuados en el centro de salud

Con respecto a las razones metodológicas, la herramienta de la encuesta permitió la recolección de datos sobre las dos variables investigadas, utilizándose

el tipo de estudio es básica, de grado descriptivo - correlacional y de diseño no experimental con el propósito de desarrollar datos estadísticos y un riguroso análisis de información.

II. MARCO TEÓRICO

En este punto se realizó el análisis de diferentes estudios e investigaciones que estuvieron relacionados con las variables de investigación y se procedió a seleccionar los trabajos relacionados con dichos temas.

Faisst, Schilling y Gutzwiller (2020) desarrollaron en su investigación denominado calidad de dispensación de medicamentos y fidelización de los pacientes, esquemataron un diseño no empírico de alcance correlacional, manteniendo una prueba en 3000 usuarios de 18 años con consumo regular, se concluye que la existente de una interacción entre la calidad de dispensación elaborada por las farmacias y doctores auto dispensadores sobre la fidelidad de los usuarios, aunque hay una más grande incidencia del servicio de doctores auto dispensadores con el resultado $r= 0.798$ distinto a 0.564 de las farmacias.

Alava (2021) en su tesis Evaluación de la Calidad de los Servicios de Salud del Subcentro de Salud del Cantón Quinsaloma y la Satisfacción del Usuario. Su objetivo fue valorar la calidad de los servicios de salud prestados por el Subcentro de Salud de Queenstown para garantizar que los clientes estén satisfechos con la atención que reciben para cualquier condición que afecte su salud. Para la efectividad de las herramientas se utilizará el juicio profesional, y en la fiabilidad de cada herramienta se utilizará el alfa de Cronbach, el cual debera iniciar un cierto grado de confiabilidad para las variables estudiadas: calidad del servicio y satisfacción del cliente. El resultado mostro que el nivel de satisfacción diaria con la interacción con la atención recibida, a lo que responde a la iniciativa con el fin de mejorar la atención para satisfacer a los usuarios del subcentro de salud.

Paredes (2019) en su tesis titulado Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos del Centro de Salud Cañarís, 2019. El autor propuso como motivo establecer la dependencia entre las variables de la investigación con sus respectivas dimensiones. La metodología empleada fue descriptiva, correlacional cruzado, no experimental. Su población estuvo conformada 240 usuarios legales, hombres y mujeres, que asistieron a consultas externas entre mayo 2019 y junio

2019, de los cuales se seleccionaron 148 usuarios. Los investigadores utilizaron dos dispositivos de acuerdo a la manipulación de las variables que permitieron recolectar los datos necesarios para el análisis; los instrumentos fueron válidos según evaluación profesional y su fiabilidad fue calculada por el alfa de Cronbach, donde el valor de calidad de atención fue 0.989, y el puntaje de satisfacción es 0.996. Como resultado, la satisfacción del cliente externo seguía estando significativamente correlacionada con la confianza, la empatía, la responsabilidad y la lealtad. Se concluyó que hay una interacción cierta entre el cambio en la calidad de atención y la satisfacción del cliente.

Avendaño (2022) en su artículo Percepciones de Calidad de Atención Prenatal y Lealtad de Usuarios de Clínica Obstétrica, Lima, 2021; presentó como objetivo determinar la interacción dentro las percepciones de calidad de atención prenatal y lealtad entre las usuarias de la Clínica Obstétrica de Lima. Del mismo modo, conocer cómo se sienten las usuarias sobre la calidad de la atención y los métodos prenatales y si esto tiene un impacto positivo en su lealtad a la clínica es un factor motivador para empujar; Finalmente, se concluye que tuvo como análisis de muestra extendida con un diseño detallado de correlación mediante la implementación de cuestionarios virtuales para usuarios que recibieron al menos atención prenatal en la sala de maternidad.

Tupac, Quispe, Alomia y Geraldo (2021) En su publicación Calidad de servicio y su relación con la fidelización de pacientes en Clínica Paredes - Cusco. Su propósito fue hallar la correlación entre la calidad del servicio y la lealtad. El estudio estaba constituido por 151 usuarios, el método de encuesta utilizado para recopilar datos, la herramienta de calidad de servicio apoyada en el guía SERVPERF, y la herramienta de fidelización basada en la teoría Alcaida. Se concluye que se encontró que la calidad de atención y la lealtad del paciente están muy relacionadas, en lo que resulta que cuanto más se enfoca en la calidad de atención, mayor será la lealtad, trate de modernizar los grupos, enfóquese en la eficiencia, la velocidad de atención. Atención al cliente y mejorar la relación médico-paciente para fidelizar.

Pahuara y Perdomo (2019) en su investigación Calidad de servicio y fidelización de los usuarios externos al contactar con la farmacia del Centro Médico Bellavista – Callao presentó como propósito establecer la coherencia entre la calidad del servicio y la fidelización de los pacientes externos que visitan la farmacia del Centro Médico Bellavista - Callao. Se utilizó como metodología una encuesta y como herramientas de grados de calidad de servicio y lealtad. Además, existe evidencia de una conexión directa, endeble y elocuente entre la calidad general del servicios y la lealtad del cliente externo; obtuvo el formula de correlacion Rho de sperman = 0,42 en $p = 0,000$ ($p < 0,05$) Las pruebas cuantitativas evaluaron interacciones directas, débiles y significativas entre confiabilidad (Rho = 0,459, $p = 0,000$), función de contestación (Rho = 0,312, $p = 0,000$) y estabilidad (Rho = 0,312, $p = 0,000$). $p = 0,000$) y puntos de vista (Rho = 0.374, $p = 0.000$) con la fidelización de clientes externos. Se encontró una vínculo recta, débil y estadísticamente elocuente entre la calidad de servicios y la lealtad de un cliente externo a la droguería del centro Médico Bellavista - Callao (Rho = 0,42), $p = 0,000$.

Respecto a las bases teóricas de las variables se presentó los que correspondían al presente estudio.

Gestión de calidad

González (2016) en su libro sistema de gestión de calidad, mencionó que la gestión de calidad es una estrategia por medio del cual una empresa desarrolla la gestión de sus actividades; Por supuesto, la relación se orienta entre cualidad del producto y servicio y su proceso de producción; De igual forma, incluye una organización estructurada, sistemas documentados, procesos y recursos ineludibles para alcanzar los objetivos de la calidad acorde con la disposición del cliente.

Carro y González (2012) en su libro gestión de calidad total, argumenta para que mejorar la gestión de calidad incluye acciones y decisiones sobre materiales, productos, lotes, procesos y personas; precisa y oportuna; también se requiere información actualizada; Por otro lado, también se menciona que la gestión de la calidad se determina como un conjunto de atributos y la particularidad de un

producto o beneficio en función de su competencia para complacer las carencias identificadas o potenciales.

San Miguel (2019) en su libro calidad, menciona que el objetivo de calidad en una institución es lograr, mantener y perfeccionar su organización para desarrollar productos y servicios que sean considerados por los clientes potenciales como de alta calidad. De esta forma, se puede crear una buena imagen corporativa que durará mucho tiempo si se puede aplicar una mejora continua de la calidad para complacer e inclusive vencer las necesidades siempre cambiantes de la clientela.

Sanguesa, Mateo y Ilzarbe (2019) en su obra teoría y práctica de la calidad, menciona que la gestión de calidad requiere una postura positiva de introspección y establecimiento continuo de finalidades. No necesita la detección de errores para comenzar, solo desea solucionar la situación incluso después de alcanzar el objetivo. Es decir, sin acción, hay fallas. Otro factor que merece atención es la implicancia de todos los integrantes de la institución, particularmente en altos directivos, que son los responsables de la gestión de la calidad. Asimismo, la gestión de la calidad se ha convertido en una importante área de estudio en las últimas décadas. Se menciona constantemente en los medios y anuncios.

Mejías y Gutiérrez (2018) en su libro gestión calidad es una herramienta para la sostenibilidad organizacional e instaurar que una gestión de cualidad se comprende como un grupo de diligencias coordinadas para direccionar y dominar una institución en términos de calidad. Históricamente, este oficio se ha conformado como una mezcla complicada de ideologías y normas que se han puesto en praxis para formar enfoques de solución de dificultades complicadas de gestión organizacional.

Importancia de la gestión de calidad

Business School (2018) afirma que, la calidad conserva o fideliza los clientes, favoreciendo que estas sean escuchadas, del mismo modo se pueda captar clientes nuevos; consigo atraer consumidores y clientes que dialoguen bien de los artículos de la institución, la cual se puedan convertir en una publicidad positiva, barata y eficaz. Un cliente contento es la mejor publicidad adecuada, por

otro lado, un cliente insatisfecho puede generar negativas con las ventas de la empresa.

Riquelme (2022) afirmó que dentro de documento de sitio web cuando se habla sobre el termino gestión de calidad es muy importante ya que es el principio de negocio que va tener como finalidad como es productos, servicios y procesos internos como es la implementación de programas de gestión dentro de ellos podemos mencionar que es identificar las debilidades, fallas, áreas de mejora y fortaleza.

Dimensiones de la gestión de calidad

Según Tarí y García (2019) afirmó que las dimensiones de gestión de calidad son la autoridad, la planificación estratégica, la orientación hacia el usuario, la orientación hacia el personal y la gestión por procesos.

Liderazgo

El liderato es una doctrina cuya aplicación es contribuir deliberadamente en una agrupación especial para alcanzar una agrupación de finalidades predeterminadas de carácter útil, útil para satisfacer las necesidades reales del grupo.

Planificación estratégica

La planificación estratégica involucra instaurar la dirección de la institución. Es un procedimiento constante de compilación e indagación de información interna y externa actual en la que se basan las decisiones de la organización para visualizar su futuro con la mayor precisión posible.

Orientación hacia el usuario

Cuando se habla sobre la orientación hacia el usuario lo que busca es que la organización es tener en cuenta su actitud es decir que siempre debe buscar o detectar las satisfacciones de las necesidades de los clientes ya sea de manera externo e interno.

Orientación hacia el personal

La orientación personal es un proceso que ayuda al sujeto a adquirir una comprensión suficiente de sí mismo y del mundo que le rodea para que pueda resolver los problemas de su vida.

Gestión de procesos

La gestión por procesos es una figura de planificación donde la perspectiva de la clientela debe estar por encima de la actividad de la institución. El proceso se definen y se gestionan de manera organizada, y el progreso en toda la institución se basa en la mejora de cada proceso.

Fidelización de los usuarios

Minyana (2017) en su documento de sitio web, afirma que, la definición del cliente o del usuario se refiere a un concepto de marketing su objetivo principal es obtener que los clientes que con anticipación adquirieron uno de sus mercancías o prestaciones sigan comprándolos y se vuelvan en clientes usuales a través de distintas estrategias y métodos de marketing y ventas.

Rivera (2016) en su tesis de maestría, afirmó desde la perspectiva de la salud progresiva que la fidelización de los compradores es un componente sustancial de la ciencia administrativa, que en la actualidad es de gran interés; Confusión e ignorancia.

Alcaide (2015) en su libro fidelización de cliente, afirma que la fidelización se sustenta en una diligencia muy eficiente de la comunicación de la institución con los compradores. Es bien sabido y probado innumerables veces que la lealtad implica construir una sólida conexión afectiva con los compradores. La lealtad debe extenderse fuera de operatividad de la producción o servicio principal, no solo de la calidad externa e interna que brinda la compañía.

López (2020), en su libro atención al cliente, consumidor y usuario, manifiesta que la fidelización es el conjunto de acciones y estrategias encaminadas a que el cliente esporádico que haya adquirido un bien o haya contratado un servicio con anterioridad, siga haciéndolo hasta que esté se convierta en cliente habitual. Visto

de otro modo la atención al cliente, consumidor y usuarios, la fidelización es una consecuencia beneficiosa de la correcta aplicación del marketing relacional.

Salazar y Salazar (2017) En su trabajo de indagación llamada Marketing relacional para mejorar la lealtad del cliente, mencionan que la lealtad es una herramienta que evoluciona con el tiempo. Este tipo de lealtad es uno de los elementos clave del marketing relacional porque significa lograr la retención global de clientes y, por lo tanto, construir conexiones a extenso tiempo con los compradores. También es necesario desarrollar un enfoque estratégico destinado a profundizar en las estrategias que se utilizarán para mantener mejor la lealtad del cliente

Villalba, Medina y Abril (2017) en su trabajo de investigación, Marketing as a Customer Loyalty Strategy, señalan que la lealtad no es solo un objetivo de gestión, sino que puede considerarse una herramienta estratégica en el mercado debido a la posición dominante que los clientes logran entre los clientes comerciales. En este sentido, la fidelización o lealtad del cliente es definitivamente una cualidad. Su lealtad es una característica o rasgo medible, por lo general los clientes muestran una lealtad alta o baja. En el desarrollo de la diligencia de la conexión con el comprador, es imperativo encontrar formas de mejorar la lealtad del cliente.

Importancia de la fidelización de los usuarios

Da Silva, (2021) hace referencia a que, la fidelización de los usuarios se logra cuando se llega a establecer una conexión positiva con el cliente y la empresa. Los usuarios fieles son aquellos que te compran varias veces y te recomiendan a otros. Sin embargo, lo que hace de la fidelización de usuarios una provechosa potencialidad es que la fidelidad se presente a largo plazo.

Zahori Investments (2018) señala que la trascendencia de fidelizar a los usuarios no es solo mantener a estos clientes, sino más importante mantenerlos, es decir, el primer caso se refiere a la compañía telefónica con la que tienes un contrato permanente con ellos, estás comprometido. Para mantener la empresa funcionando por un tiempo, la retención de clientes, por otro lado, engloba varios conceptos relacionados con las técnicas que emplean las compañías para conquistar e impresionar a sus compradores más fieles.

Dimensiones de la fidelización de los usuarios

Información del usuario

Se refiere a la información referente a los gustos, preferencias, necesidades de los usuarios. Además, establecer herramientas que permitan conocer, recopilar, analizar, sistematizar la indagación que se consigue de la conexión usuario-centro de salud, que posteriormente se utilizará para tomar decisiones óptimas para afianzar más la relación.

Comunicación adecuada

Se sustenta en una comunicación eficaz y bidireccional entre el centro de salud y sus usuarios, estableciendo vínculos emocionales para obtener una fidelización prolongada.

Compromiso del personal

Para que una organización entregue el servicio con la mejor calidad posible, es primordial contar con la participación del personal, que deben estar comprometidos y motivados en poder satisfacer las necesidades de los usuarios.

Experiencia del usuario

Es la parte fundamental y vital para la fidelización, ya que el primer encuentro o experiencia vivida del usuario en el proceso de uso del servicio, define las perspectivas hacia un producto. Es decir, que el trato hacia los usuarios debe ser memorable y digno de ser recordada; así el usuario podrá transmitir o contar la experiencia agradable a sus parientes o amigos.

Beneficios adicionales

Es la recompensa o reconocimiento que se da a los usuarios por mantener el lazo de lealtad hacia la organización, dándole incentivos y privilegios por su preferencia, así lograr una fidelización permanente.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación.

Tipo de investigación:

Se adoptó el tipo de investigación básica, este tipo de investigación busca ampliar lo conocido hasta el momento (Hernández, Baptista y Hernandez, 2014).

Así mismo el estudio fue descriptivo-correlacional. Según Morales (2022) estos estudios buscan determinar en qué promedio se encuentra una conexión entre dos o más variables de estudio.

Diseño de investigación:

La investigación tuvo una delineación no experimental y transversal. Se afirma que no es empírica cuando la investigación se efectúa sin manipulación de manera deliberada en las variables; el estudio se realiza examinándolas para después analizarlas (Prieto, 2017). Es transversal, porque se ejecuta una sola medida a los componentes de la muestra, asimismo, no se realiza ninguna forma de intervención (Rodríguez y Mendivelso, 2018).

3.2. Variables y operacionalización

Definición conceptual

La gestión de la calidad es una composición de actos e instrumentos encaminada a evitar probables descuidos en el transcurso productivo y en el producto o servicio que se tienen del mismo. (NUEVA ISO 9001, 2022).

La fidelización de clientes es un proceso que consiste en construir una conexión verdadera entre un cliente y la compañía para que regresen a adquirir tu producción o prestación. (Jaimes, 2020).

Definición operacionalización

La gestión de calidad es una colección de desarrollo estructurado que acceden a toda planificación planificar, efectuar e inspeccionar los diversos movimientos que se efectúa.

La fidelización del usuario es un proceso que desarrolla una relación positiva entre el centro de salud y el usuario. De esta forma, se consigue que los usuarios que han hecho uso del servicio del centro médico vuelvan a hacer uso de los servicios del centro de salud porque le atendieron bien.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

La población estuvo conformada por los pacientes que frecuentan mensualmente al Centro de salud de la ciudad de Apurímac, el mismo que asciende aproximadamente a 510 usuarios. Al respecto, Westreicher (2021) menciona que, los habitantes es el grupo de usuarios que se localizan en un lugar y momento definido.

Muestra

Westreicher (2021) afirma cuando se habla sobre las muestras confirmatorias son la parte más visible de la población, estas muestras deben tener datos valiosos para estudiar.

De tal forma, existiendo una población finita la que presenta el estudio, es factible establecer la magnitud de estudio asignando la siguiente formula estadística:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1) e^2 + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 510}{(510 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$
$$n = 220$$

Por lo tanto, la proporción de la muestra aplicada en este estudio fue de 220 usuarios de un centro de salud de la ciudad de Apurímac, 2022.

Muestreo

Se realizó de manera probabilístico aleatorio simple, la que se fundamentó escoger a una cantidad de usuarios de un centro de salud de Apurímac. Se seleccionó al azar para aplicar la encuesta respectiva.

Unidad de análisis

La mecanismo de análisis estuvo formada por los pacientes de un centro médico de Apurímac, donde cada uno de ellos tienen la misma característica seleccionada y forman parte de la población.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La herramienta que se empleó fue el cuestionario, el cual permitió cosechar investigación valiosa sobre la gestión de calidad y la fidelización de los pacientes de un centro médico en Apurímac. El inicial cuestionario estuvo formado por 16 ítems y el segundo cuestionario por 12 ítems.

Ambos formularios fueron evaluados por revisión de expertos, en la que tres evaluadores examinaron y acordaron la relevancia de cada pregunta del cuestionario. Su confirmación se incluye en el anexo 5.

Asimismo, se ejecutó una prueba piloto para cuantificar la fórmula alfa de Cronbach para medir el nivel de fiabilidad del cuestionario. Se obtuvieron valores superiores a 0,7 para dar cuenta de la confiabilidad de cada instrumento validado. Los resultados se observan en el anexo 6.

3.5. Procedimientos

La información fue recolectada empleando formularios que utilizan la escala sumativa. La escala es 1=Nunca, 2=casi nunca, 3=a veces, 4=casi siempre, 5=siempre. No se realizó manipulación o control sobre los usuarios que participaran en la muestra, sólo se recogió sus opiniones.

Más adelante se empleó el sistema de cálculo, empleando los niveles o categorías subsiguiente: deficiente, regular, eficiente para la variable gestión de calidad y bajo, medio y alto para la variable fidelización del usuario. Para la ejecución de los formularios se habló con el responsable de la entidad de salud.

3.6. Método de análisis de datos

El encausamiento del dato en estudio implica “la participación de diversas ciencias que consienten extender la indagación, el cotejo, el pronóstico y la interpretación de los datos recolectados para lograr efectos” (Hernandez et al, 2014). La compilación de información en la actual investigación se realizó aplicando la encuesta Posteriormente se efectuó el encausamiento y clasificación de los datos, utilizando el software Microsoft Excel 2019. Luego, se elaboraron tablas estadísticas con gráficos de barras y se clasificaron los antecedentes recolectados, para su siguiente estudio. En una fase siguiente, se derivaron la investigación al programa de computador SPSS v.25 para su estudio descriptivo, diseño de figuras y la respectiva contrastación de las hipótesis. Para la estadística inferencial se utilizó el Test Rho-Spearman, dependiendo de la muestra de normalidad donde al obtenerse los antecedentes se distribuyen de una representación no normal, tocó manejar obligatoriamente intentos no paramétricos. Finalmente, los efectos calculados estuvieron observados, argumentados y comparados con los resultados provenientes de los antecedentes y las bases teóricas.

3.7. Aspectos éticos

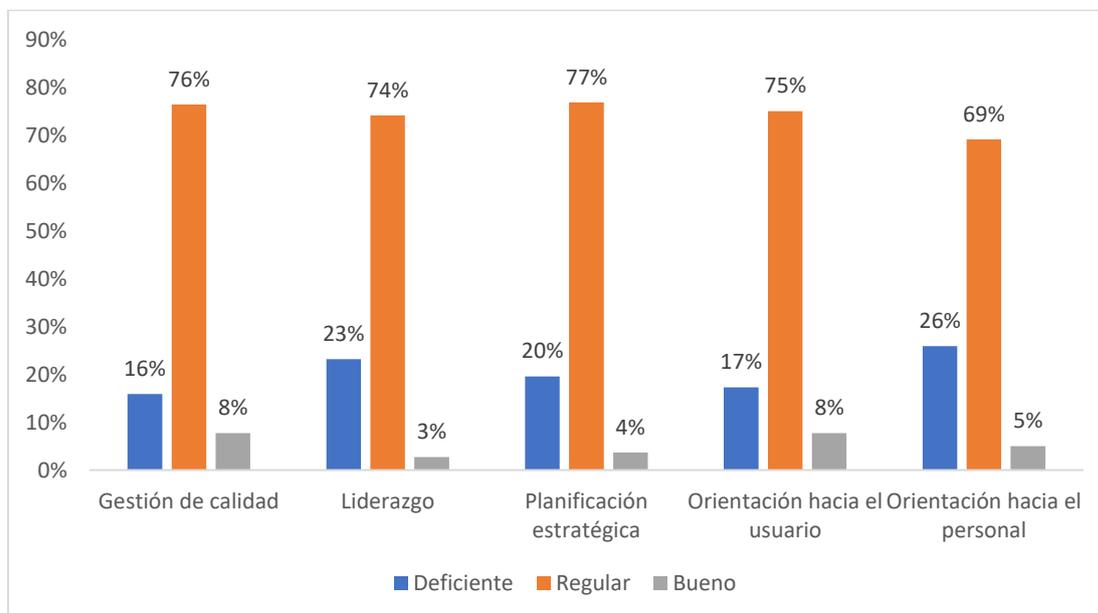
Los principios éticos utilizados en esta investigación se basan en los principios de integridad científica, y todas las referencias citadas en el contenido tienen sus respectivos créditos al escritor. Igualmente, se utilizó el umbral de autónoma cooperación, se informó el propósito de este estudio y se estimó la providencia del individuo de cooperar o no en la elaboración del interrogatorio. Finalmente, se cumple el umbral de resguardo del individuo, su participación fue anónima y no se recabaron fichas particulares para la observación de la investigación.

IV. RESULTADOS

Los efectos de esta indagación fueron descriptivos e inferenciales como se muestra:

Figura 1

Gestión de calidad y dimensiones



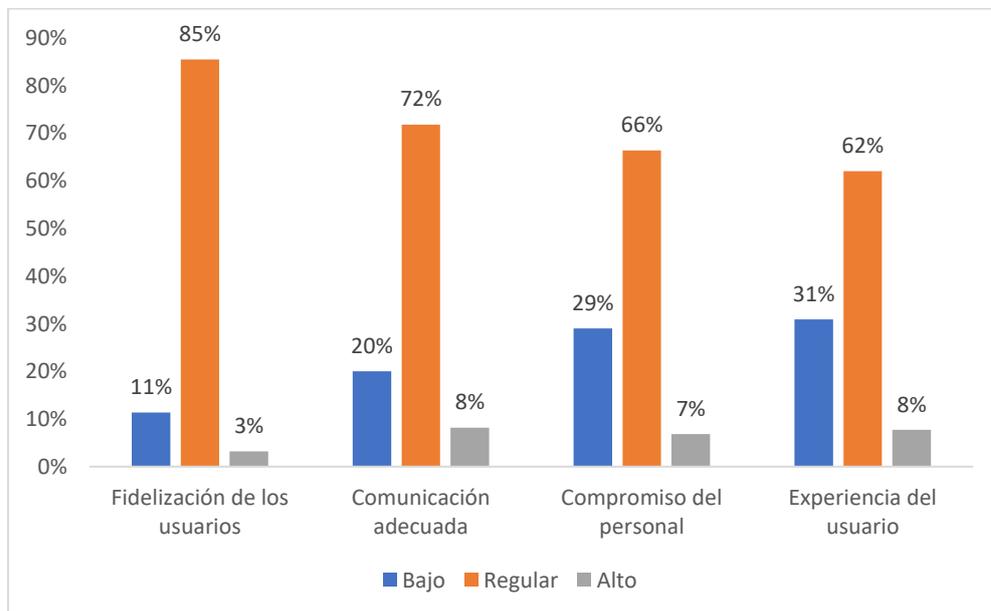
Nota. Diagramación de la variable gestión de calidad y sus dimensiones

Interpretación

En la figura 1 se aprecia que del 100% de los usuarios, el 77% percibió un rango regular la planificación estratégica en el centro de salud, mientras que el 20% un rango deficiente y el 4% percibió un rango bueno. Además, el 76% percibe un rango regular en la gestión de calidad; mientras que el 16% percibe un rango deficiente y el 8% percibe un rango bueno; también el 75% perciben un nivel regular en la orientación hacia el usuario, mientras el 17% perciben un nivel deficiente y el 8% percibe un nivel bueno, así mismo el 74% percibe el nivel regular el liderazgo, mientras que el 23% perciben un nivel deficiente y el 3% un nivel bueno. Por último, el 69% perciben un nivel regular en la orientación hacia el personal, mientras el 26% perciben un nivel deficiente y el 5% perciben un nivel bueno.

Figura 2

Fidelización de los usuarios y dimensiones



Nota. Diagramación de la variable fidelización y sus dimensiones

Interpretación

En la figura 2 se aprecia que del 100% de los usuarios, el 85% percibió en nivel regular la fidelización en el centro de salud un Centro de Salud, en tanto que el 11% un rango bajo y el 3% percibió un rango alto. Además, el 72% percibe un rango regular la comunicación adecuada; entre tanto que el 20% percibe un rango bajo y el 8% percibe un rango alto; también el 66% perciben un rango regular el compromiso del personal, mientras el 29% perciben un rango deficiente y el 7% percibe un rango alto. Por último, el 62% perciben un rango regular en la experiencia del usuario, mientras el 31% perciben un nivel bajo el 8% perciben un rango alto.

Tablas cruzadas

Tabla 1

Tabla cruzada Gestión de calidad y Fidelización de los usuarios

		Fidelización de los usuarios			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Gestión de calidad	Deficiente	Recuento	19	11	0	30
		% del total	8,6%	5,0%	0,0%	13,6%
	Regular	Recuento	6	177	4	187
		% del total	2,7%	80,5%	1,8%	85,0%
	Eficiente	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	1,4%	1,4%
Total	Recuento	25	188	7	220	
	% del total	11,4%	85,5%	3,2%	100,0%	

Nota. Elaboración propia de la tabla cruzada

Interpretación

En la tabla 1 se estimó que el 80,6% de individuos que hablaron de que gestión de calidad se topa en un rango regular, además hablaron de que la Fidelización de los usuarios está en un rango regular. Es más, que el 8.6% que hablaron de que la gestión de calidad que se topa en el grado deficiente, del mismo modo caracterizaron en el rango deficiente la fidelización de usuarios. Al final, que el 1,4% atribuyeron un rango eficiente la gestión de calidad, asimismo denotaron en el similar rango eficiente de la fidelización.

Estos resultados señalan que concurre una mutualidad clara y real entre las variables gestión de calidad y la fidelización de los usuarios, es decir, un verdadero dictamen de la primera variable está relacionada con un verdadero dictamen de la segunda.

Tabla 2*Tabla cruzada Liderazgo y Fidelización de los usuarios*

		Fidelización de los usuarios			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Liderazgo	Deficiente	Recuento	20	29	2	51
		% del total	9,1%	13,2%	0,9%	23,2%
	Regular	Recuento	5	156	2	163
		% del total	2,3%	70,9%	0,9%	74,1%
	Eficiente	Recuento	0	3	3	6
		% del total	0,0%	1,4%	1,4%	2,7%
Total	Recuento	25	188	7	220	
	% del total	11,4%	85,5%	3,2%	100,0%	

Nota. Elaboración propia de la tabla cruzada

Interpretación

En la tabla 2 se estimó que el 70.9% de individuos que hablaron que el liderazgo se topa en rango regular, además hablaron que la Fidelización de los usuarios está en un rango regular. Al mismo tiempo, que el 13,2% que demostraron el liderazgo se topa en el rango deficiente, además conceptuaron en el rango deficiente la fidelización de usuarios. En suma, que el 1,4% que demostró el nivel eficiente el liderazgo, también demostraron en el mismo rango eficiente de la fidelización.

Tabla 3*Tabla cruzada Planificación estratégica y Fidelización de los usuarios*

		Fidelización de los usuarios			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Planificación estratégica	Deficiente	Recuento	20	23	0	43
		% del total	9,1%	10,5%	0,0%	19,5%
	Regular	Recuento	5	161	3	169
		% del total	2,3%	73,2%	1,4%	76,8%
	Eficiente	Recuento	0	4	4	8
		% del total	0,0%	1,8%	1,8%	3,6%
Total	Recuento	25	188	7	220	
	% del total	11,4%	85,5%	3,2%	100,0%	

Nota. Elaboración propia de la tabla cruzada

Interpretación

En la tabla 3 se estimó que el 73.2% de individuos que hablaron que la planificación estratégica se topa en rango regular, además hablaron que la Fidelización de los usuarios está en un rango regular. Al mismo tiempo, que el 10,5% que demostraron la planificación estratégica se topa en el rango deficiente, además se acreditaron en el rango deficiente la fidelización de usuarios. En suma, que el 3,6% se acreditaron en rango eficiente la planificación estratégica, también expresaron en el mismo nivel eficiente de la fidelización.

Tabla 4*Tabla cruzada Orientación hacia el usuario y Fidelización de los usuarios*

		Fidelización de los usuarios			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Orientación hacia el usuario	Deficiente	Recuento	19	19	0	38
		% del total	8,6%	8,6%	0,0%	17,3%
	Regular	Recuento	6	156	3	165
		% del total	2,7%	70,9%	1,4%	75,0%
	Eficiente	Recuento	0	13	4	17
		% del total	0,0%	5,9%	1,8%	7,7%
Total	Recuento	25	188	7	220	
	% del total	11,4%	85,5%	3,2%	100,0%	

Nota. Elaboración propia de la tabla cruzada

Interpretación

En la tabla 4 se estimó que el 70.9% de trabajadores que formularon que la orientación hacia el usuario se topa en rango regular, además formularon que la Fidelización de los usuarios está en un rango regular. Igualmente, que el 8,6% que formularon que la orientación hacia el usuario se encuentra en el rango deficiente, del mismo modo formularon en el rango deficiente la fidelización de usuarios. En suma, que el 5,9% que quedaron en el rango eficiente la orientación hacia el usuario, además calificaron en el mismo nivel eficiente de la fidelización.

Tabla 5*Tabla cruzada Orientación hacia el personal y Fidelización de los usuarios*

		Fidelización de los usuarios			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Orientación hacia el personal	Deficiente	Recuento	22	33	2	57
		% del total	10,0%	15,0%	0,9%	25,9%
	Regular	Recuento	3	155	2	160
		% del total	1,4%	70,5%	0,9%	72,7%
	Eficiente	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	1,4%	1,4%
Total	Recuento	25	188	7	220	
	% del total	11,4%	85,5%	3,2%	100,0%	

Nota. Elaboración propia de la tabla cruzada**Interpretación**

En la tabla 5 se estimó que el 70,5% de individuos que manifestaron que la orientación hacia el personal se topa en rango regular, igualmente manifestaron que la Fidelización de los usuarios está en rango regular. Asimismo, que el 15,0% que denotaron la orientación hacia el personal se encuentra en el rango deficiente, de igual forma denotaron en el rango deficiente la fidelización de usuarios. En suma, que el 1,4% se manifestaron en un rango eficiente la orientación hacia el personal, también expresaron en el mismo nivel eficiente de la fidelización.

Tabla 6

Prueba de Correlación de Spearman de la gestión de calidad y la fidelización de los usuarios

Correlaciones				
			Gestión de calidad	Fidelización de los usuarios
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,656**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	220	220
	Fidelización de los usuarios	Coeficiente de correlación	,656**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	220	220

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

Nota: Análisis de SPSS

Interpretación:

En la tabla 6 se aprecia que el rango de significación en la muestra de Rho Spearman es $p\text{-valor}=0,000$ que es mínima a 0,05; luego se objetó la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis alternativa. Consiguiente se alega que existe proporción clara y real entre la gestión de calidad y la fidelización de los usuarios de un centro de salud. Del mismo modo se apreció que el coeficiente de reciprocidad de Spearman de 0,656 fue consistente con una proporción moderada entre las dos variables.

Ho= La gestión de calidad no se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

Ha= La gestión de calidad se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

Tabla 7*Prueba de Correlación de Spearman del liderazgo y la fidelización de los usuarios*

		Correlaciones		
			Liderazgo	Fidelización de los usuarios
Rho de Spearman	Liderazgo	Coeficiente de correlación	1,000	,452**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	220	220
	Fidelización de los usuarios	Coeficiente de correlación	,452**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	220	220

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

Nota: Análisis de SPSS

Interpretación

En la tabla 7 se aprecia que el rango de significación en la muestra de Rho Spearman es $p\text{-valor}=0,000$ que es mínima a 0,05; luego se objeta la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis alternativa. Consiguientemente se alega que existe proporción continua y real entre el liderazgo y la fidelización de los usuarios de un centro de salud. Del mismo modo se apreció que el coeficiente de reciprocidad de Spearman de 0,452 fue consistente con una proporción moderada entre las dos variables.

H_0 = El liderazgo no se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

H_a = El liderazgo se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

Tabla 8

Prueba de Correlación de Spearman de la planificación estratégica con la fidelización de los usuarios

Correlaciones				
			Planificación estratégica	Fidelización de los usuarios
Rho de Spearman	Planificación estratégica	Coeficiente de correlación	1,000	,566**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	220	220
	Fidelización de los usuarios	Coeficiente de correlación	,566**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	220	220

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

Nota: Análisis de SPSS

Interpretación

En la tabla 8 se aprecia que el rango de significación en la muestra de Rho Spearman es $p\text{-valor}=0,000$ que es mínimo a 0,05; luego se objeta la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis alternativa. Consiguiente se alega que existe proporción continua y real entre la planificación estratégica y la fidelización de los usuarios de un centro de salud. Del mismo modo se apreció que el coeficiente de reciprocidad de Spearman de 0,566 fue consistente con una proporción moderada entre las dos variables.

H_0 = La planificación estratégica no se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

H_a = La planificación estratégica se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

Tabla 9

Prueba de Correlación de Spearman de la orientación hacia el usuario con la fidelización de los usuarios

Correlaciones				
			Orientación hacia el usuario	Fidelización de los usuarios
Rho de Spearman	Orientación hacia el usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,536**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	220	220
	Fidelización de los usuarios	Coeficiente de correlación	,536**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	220	220

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

Nota: Análisis de SPSS

Interpretación

En la tabla 9 se aprecia que el rango de significación en la muestra de Rho Spearman fue $p\text{-valor}=0,000$ que es mínimo a 0,05; luego se objeta la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis alternativa. Consiguiente, se alega que existe proporción continua y reveladora entre la orientación hacia el usuario y la fidelización de los usuarios de un centro de salud. Del mismo modo se apreció que el factor de correlación de Spearman de 0,536 fue consistente con una proporción moderada entre las dos variables.

Ho= La orientación hacia el usuario no se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

Ha= La orientación hacia el usuario se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

Tabla 10

Prueba de Correlación de Spearman de la orientación hacia el personal con la fidelización de los usuarios

Correlaciones				
			Orientación hacia el personal	Fidelización de los usuarios
Rho de Spearman	Orientación hacia el personal	Coeficiente de correlación	1,000	,485**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	220	220
	Fidelización de los usuarios	Coeficiente de correlación	,485**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	220	220

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

Nota: Análisis de SPSS

Interpretación

En la tabla 10 se aprecia que el rango de significación en la muestra de Rho Spearman es $p\text{-valor}=0,000$ que es mínimo a 0,05; inmediatamente se objeta la hipótesis nula y se dar la razón la hipótesis alternativa. Consiguente, se alega que existe proporción continua y reveladora entre la orientación hacia el personal y la fidelización de los usuarios de un centro de salud. Igualmente se aprecia que el factor de correlación de Spearman de 0,485 fue consistente con una proporción moderada entre las dos variables.

H_0 = La orientación hacia el personal no se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

H_a = La orientación hacia el personal se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un centro de salud, Apurímac, 2022.

V. DISCUSIÓN

Referente al objetivo principal el cual fue determinar cómo la gestión de calidad se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022, se halló que la gestión de calidad se concierne recta y considerablemente con la distribución de la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud (Rho de Spearman: 0,656, y sig.0,000). De igual forma se aprecia que el factor de correlación recae en una correspondencia módica entra las dos variables. Este efecto coincide a lo encontrado por Pahuara y Perdomo (2019) quien también mencionó que la gestión de calidad y la fidelización de los usuarios se verificaron con Rho spearman con un factor de correlación de 0,766 y una significancia bilateral $p < 0,05$. En resumen que está en una proporción objetiva alta y un rango estadísticamente significativo entre estas dos variables trabajadas. Así mismo es coherente con lo presentado por Alava (2021) quien expresó que hay una relación verdadera entre las variables calidad de atención y satisfacción del usuario., (sig. bilateral = 0,000 < 0,01; Rho = 0,711).

En relación con lo que se trata al objetivo específico 1 el cual fue comprobar cómo el liderazgo se corresponde a la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022 se halló que el liderazgo se corresponde recta y consecuentemente con la distribución con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud (Rho de Spearman: 0,452 y sig.0,000). De la misma manera se aprecia que el factor de correlación pertenece a una dependencia moderada entre estas variables. El efecto encontrado es análogo a lo demostrado por Pahuara y Perdomo (2019) que expresó al aplicar la correlación es de 0,554 de modo que se expone que la correlación es media y auténtica, así pues que se comprueba que se consiente las conjetura de trabajo y se refuta la hipótesis nula sobre la dependencia de gestión de calidad y la fidelización a los usuarios.

Dentro del objetivo específico 2 el cual fue determinar de que manera la planificación estratégica se vincula a la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022, se halló que la planificación estratégica se vincula recta y consecuentemente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac (Rho de Spearman: 0,566 y sig.0,000). Además aprecia que el factor de

correlación pertenece a una dependencia media entre estas dimensiones y la variable. Esta consecuencia es análogo con lo enunciado por Alava (2021) quien en su trabajo concluye que, la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac tienen una relación moderada lo que permite que en los centros de salud ayude a poder atender de manera correcta a los usuarios.

En relación con el objetivo específico 3 el cual fue comprobar cómo la orientación hacia el usuario se relaciona con la fidelización de los pacientes de un Centro de Salud, Apurímac, 2022., se halló que la orientación hacia el usuario se relaciona se corresponde recta y consecuentemente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud (Rho de Spearman: 0,536 y sig.0,000). Igualmente se aprecia que el factor de correlación pertenece a una proporción media entre ambas dimensiones y variable. En esto el efecto se aprueba lo indicado por Alava (2021) quien expresó que afirma la orientación hacia el usuario se relaciona con la fidelización de los usuarios permitiendo a que la relación permita ayudar a que los usuarios en los centros de salud puedan ser fidelizados y puedan ser satisfechos por la atención que se le brinda.

Para concluir, en relación al objetivo específico 4 el que fue hallar cómo la orientación hacia el personal se relaciona con la fidelización de los pacientes de un Centro de Salud, Apurímac, 2022, se halló que el personal se atiende recta y consecuentemente a la distribución con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022 (Rho de Spearman: 0,485 y sig.0,000). Además se aprecia que el factor de correlación incumbe a una proporción media entre dimensiones y la variable. El corolario evidencia que a pesar de que la correlación es medio pero significativa y es vinculado con lo mostrado por Castillo-Gonzales (2021) quien indicó que con un ensayo de Spearman orientación hacia el personal se relaciona con la fidelización de los usuarios de los hospitales (sig. bilateral = $0,000 < 0,01$; Rho = 0,611), con lo cual se confirma atendiendo los asuntos a los usuarios por las diversas enfermedades que existe en los usuarios permitiendo atraer clientes nuevos así pueden sentirse satisfechos.

VI. CONCLUSIONES

Primero: Se determinó que la gestión de calidad se corresponde directamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022 (Rho de Spearman: 0,656 y sig.0,000). También, se halló un nivel regular en la gestión de calidad por lo que el centro de salud tiene que mejorar en su servicio que brinda buscando mejorar la fidelización de los usuarios.

Segundo: Se determinó que el liderazgo se corresponde directamente con la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,452 y sig.0,000). Además, que se encontró un nivel regular el liderazgo por lo que el centro de salud tiene que existir líderes en las diversas áreas no jefes ya que es importante tener en cuenta que un líder corrige en las tareas mal efectuadas que puede hacer un colaborador.

Tercero: Se determinó que la planificación estratégica se corresponde directamente con la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,566 y sig.0,000). Además, que se halló un nivel regular a la planificación estratégica por lo que el centro de salud tiene que contar con su plan bien estructurado que le permita cumplir de manera eficiente y eficaz los objetivos planteados.

Cuarto: Se determinó que la orientación hacia el usuario se corresponde directamente con la distribución de la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,536 y sig.0,000). Por lo demás, se encontró un nivel regular a la orientación hacia el usuario lo que conlleva a prestar más atención a las necesidades del usuario, así como aprender a escuchar sus opiniones, quejas y sugerencias que puedan proporcionar los usuarios y darles soluciones inmediatas.

Quinto: Se determinó que la orientación hacia el personal se corresponde directamente con la distribución de la fidelización de los usuarios (Rho de Spearman: 0,485 y sig.0,000). Aparte que se halló un nivel regular en la orientación hacia el personal lo que se conlleva a educar a todo el personal en atención y servicio de calidad a los usuarios.

VII. RECOMENDACIONES

Al elevarse la información se realiza las sugerencias y recomendaciones siguientes:

Primero: Se recomienda al centro de salud en Apurímac mejorar su Gestión de Calidad toda vez que eso va garantizar satisfacción y fidelización de sus usuarios. La investigación encontró que se requiere mayor liderazgo, una planificación estratégica más óptima y que los colaboradores orienten sus esfuerzos a la atención al usuario ya que es el núcleo base para el funcionamiento del centro de salud, para eso se debe capacitar y motivar al trabajador.

Segundo: Se recomienda que la práctica del liderazgo se dé a todo nivel en el centro de salud. La piedra fundamental de la calidad es el liderazgo. Se requiere compromiso por parte de los directivos del centro de salud.

Tercero: Se recomienda que la planificación estratégica sea comunicada sobre todo a todo el personal, quienes se encargarán de ejecutarlo con los usuarios del centro de salud. La misión de la organización tiene que ser practicada por todo el personal del centro de salud de Apurímac, dando el ejemplo los directivos. El cumplimiento de la misión todos los días garantizará el beneficio de los objetivos y la visión del centro de salud.

Cuarto: Se recomienda que la orientación hacia el usuario sea primordial, toda vez que son ellos quienes definen la calidad en una organización. Es necesario prestarles atención a la diversidad de necesidades que tienen, a escuchar sus opiniones y sugerencias, así como brindarles información de valor siempre. Eso valoran mucho los usuarios y prueba de ello es su satisfacción y fidelización.

Quinto: Se recomienda que la orientación al personal sea importante considerar, toda vez que el personal va constituir las manos que hacen la calidad, toda vez que el trabajador es quien realiza todos los procesos al interior del centro de salud. En ese sentido dichos trabajadores necesitan capacitación constante en diversidad de temas, sobre todo en atención y servicio al usuario, ofrecerles un adecuado clima laboral donde se sientan a gusto trabajar en el centro de salud, que puedan desarrollar todo su potencial y trabajen en equipo.

REFERENCIAS

- Alava Portugal, F. A. (2021). *Evaluación de la calidad de los servicios de salud del subcentro de salud del Cantón Quinsaloma y la Satisfacción del usuario*. Tesis para optar el grado académico de Magíster en Gerencia en Servicios de Salud, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16515/1/T-UCSG-POS-MGSS-306.pdf>
- Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización de clientes*. España: ESIC. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=87K_CQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=fidelizacion+de+usuarios&hl=qu&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=fidelizacion%20de%20usuarios&f=false
- Avendaño Cahuana, M. Y. (2022). *Percepción de la calidad de la atención prenatal y la fidelización en usuarias de un consultorio obstétrico, Lima, 2021*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3214745>
- BANCO MUNDIAL. (7 de Diciembre de 2018). *La falta de servicios de salud representa un desperdicio en materia de capital humano: cinco maneras para lograr una cobertura sanitaria universal*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2018/12/07/lack-of-health-care-is-a-waste-of-human-capital-5-ways-to-achieve-universal-health-coverage-by-2030>
- Business School. (31 de Marzo de 2018). *Importancia de la Gestión de Calidad en la Empresa*. Obtenido de <https://www.grupoioe.es/importancia-de-la-gestion-de-la-calidad-en-la-empresa/>
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2012). *Administración de la calidad total*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- COMEXPERÚ. (25 de Febrero de 2021). *El 97% de los establecimientos de salud del primer nivel de atención cuenta con capacidad instalada adecuada*.

Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-97-de-los-establecimientos-de-salud-del-primer-nivel-de-atencion-cuenta-con-capacidad-instalada-inadecuada#:~:text=A%20inicios%20de%202021%2C%20el,equipamiento%20obsoleto%2C%20inoperativo%20o%20insuficiente.>

Cortés Borra, A. (2021). *Humanizar la gestión sanitaria: Personas para personas: Justicia, transparencia y respeto*. Barcelona: Herder Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=dpAsEAAAQBAJ&pg=PT35&dq=Calidad+de+las+prestaciones+asistenciales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiU79aAvr36AhWGPZUCHbiRAJoQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=Calidad%20de%20las%20prestaciones%20asistenciales&f=false>

Da Silva, D. (23 de Diciembre de 2021). *¿Qué es la fidelización de clientes? 3 estrategias para implementar hoy*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/fidelizacion-clientes/>

El Peruano. (12 de Diciembre de 2021). Retos de la salud para el 2022. *Diario Oficial del Bicentenario. El peruano*, págs. <https://elperuano.pe/noticia/135215-retos-de-la-salud-para-el-2022.>

González Ortiz, Ó. C. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, S., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta edición ed.). México: McGrawHillEducation.

Jaimés, D. (2020). *Fidelización del cliente: concepto, importancia, consejos y métricas*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/#:~:text=La%20fidelizaci%C3%B3n%20del%20cliente%20es,interacciones%20satisfactorias%20con%20tu%20negocio.>

López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. España: Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=jpzODwAAQBAJ&pg=PA12&dq=fidelizacion+de+usuarios&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwjj0PKckuz7AhWhEbkG>

HQ2WCI44FBDrAXoECAcQAQ#v=onepage&q=fidelizacion%20de%20usuarios&f=false

Mejías, A., & Gutiérrez, H. (2018). Gestión de la calidad. Obtenido de <https://www.ustavillavicencio.edu.co/images/ing-industrial/eventos/gestin-de-la-calidad-mejas-et-al-2018-isbn-978-980-233-724-8.pdf>

Minyana, L. (16 de Octubre de 2017). *Qué es la fidelización de clientes: ventajas y estrategias para lograrla*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/fidelizacion-clientes>

Morales, F. (23 de Junio de 2022). *Productividad laboral*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/productividad-laboral.html>

NUEVA ISO 9001. (12 de Julio de 2022). *Nuevas normas ISO es una iniciativa de escuela europea de excelencia*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2022/07/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad,servicios%20obtenidos%20mediante%20el%20mismo.>

OPS. (17 de Junio de 2020). *La Covid-19 afectó el funcionamiento de los servicios de salud para enfermedades no transmisibles en las Américas*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/17-6-2020-covid-19-afecto-funcionamiento-servicios-salud-para-enfermedades-no>

Pahuara Barreda, R. J., & Perdomo Vela, G. A. (2019). *Calidad de servicio y fidelización del usuario externo que acude a la farmacia del centro de salud Bellavista - Callao, 2018*. Tesis para optar el grado académico de maestro de gerencia en salud, Universidad Nacional del Callao, Callao. Obtenido de http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3867/PERDOMO%20VELA%20%20Y%20PAHUARA%20BARRERA_MAESTRIA_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Paredes Larios, C. d. (2019). *Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del centro de salud Cañaris, 2019*. Cañaris: Universidad César Vallejo.

Obtenido de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3046848?locale=es>

Riquelme, M. (11 de Octubre de 2022). *La importancia de la gestión de calidad*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>

Rivera Felix, L. M. (2016). *La fidelización como estrategia para mejorar la calidad de atención de los pacientes en el control prenatal en un centro materno infantil*. Tesis para optar el grado académico en Magíster en Salud Pública, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1846/Rivera_fl.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20Fidelizaci%C3%B3n%20de%20pacientes%20es,de%20Salud%20de%20la%20Poblaci%C3%B3n.&text=Adem%C3%A1s%20cada%20Componente%20a%20su%20vez%20tiene

Rodríguez Abad, J. (16 de Noviembre de 2021). *Salud en el Perú 2021-2026 ¿Hacia dónde vamos?* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/salud-en-el-peru-2021-2026-hacia-donde-vamos>

Salazar, J., & Salazar, P. (2017). *El marketing relacional para mejorar la fidelización de los clientes* .

San Miguel, P. (2019). *Calidad*. España: Paraninfo. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=sjqlDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad+libro&hl=qu&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Sanguesa, M., Mateo, R., & Ilzarbe, L. (2019). *Teoría y práctica de la calidad*. España: Paraninfo. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=JP6NDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad+libro&hl=qu&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

TAISS. (2020). *Calidad asistencial*. Obtenido de <http://www.taiss.com/licaliasis.htm>

- Tarí Guilló, J., & García Fernández, M. (2019). *Dimensiones de la gestión de calidad del reconocimiento y de la gestión de la calidad: Una revisión de la literatura*. Alicante: Universidad de Alicante. Obtenido de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-DimensionesDeLaGestionDelConocimientoYDeLaGestionD-3116437.pdf>
- Tupac Yupanqui, N., Quispe, M., Alomia, D., & Geraldo, L. (2021). *Calidad de atención y su relación con la fidelización del paciente en la clínica Paredes - Cusco*. Universidad Peruana Unión, Cusco. Obtenido de <http://revistas.unj.edu.pe/index.php/pakamuros/article/view/238/308>
- Villalba, R., Medina, R., & Abril, J. (2017). El marketing como estrategia para la fidelización del cliente.
- Westreicher, G. (10 de marzo de 2021). *Muestreo*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestreo.html>
- Zahori Investments. (1 de Diciembre de 2018). *Importancia de fidelizar clientes*. Obtenido de <http://zahoriinvestments.com/importancia-de-fidelizar-clientes/>

ANEXOS

Anexo 1: Cuadro de operacionalización

Título: “Gestión de Calidad y Fidelización de los Usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022”

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión de calidad	La gestión de calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo (NUEVA ISO 9001, 2022).	La gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo.	Liderazgo	Dirección accesible	1	Escala Ordinal: 1. Deficiente 2. Regular 3. Eficiente
				Mejora de las prestaciones del servicio	2	
				Prácticas éticas del sector	3	
				Anticipación a la demanda	4	
			Planificación estratégica	Comunicación de visión y misión	5	
				Comunicación de objetivos	6	
				Compromiso de objetivos	7	
				Responsabilidad y mejora del desempeño	8	
			Orientación hacia el usuario	Atención de necesidades de los usuarios	9	
				Atención a opiniones y sugerencias	10	
				Información de valor	11	
				Cuidado del usuario	12	
			Orientación hacia el personal	Trabajo en equipo	13	
				Desarrollo de potencial del personal	14	
				Capacitación de personal	15	
				Clima laboral	16	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Fidelización de los usuarios	La fidelización del usuario es un proceso que consiste en desarrollar una relación positiva entre los consumidores y la organización, para que regresen a usar sus servicios (Jaimes, 2020).	La fidelización del usuario es un proceso que desarrolla una relación positiva entre la organización y los consumidores. De esta forma, se consigue que los usuarios que han hecho uso de sus servicios del centro de salud, vuelvan a realizarlo.	Comunicación adecuada	Utilización de canales de comunicación	17	Escala ordinal: 1. Bajo 2. Regular 3. Alto
				Veracidad de mensaje	18	
				Claridad de mensaje	19	
				Respuesta a reclamos	20	
			Compromiso del personal	Estabilidad emocional	21	
				Empatía	22	
				Flexibilidad	23	
			Experiencia del usuario	Atención al detalle	24	
				Satisfacción percibida	25	
				Recomendación a terceros	26	
				Trato recibido	27	
			Beneficios adicionales	28		

Anexo 2. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL O PRINCIPAL</p> <p>¿Cómo la gestión de calidad se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL O PRINCIPAL</p> <p>Determinar cómo la gestión de calidad se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL O PRINCIPAL</p> <p>La gestión de calidad se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p>	<p>Gestión de calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Planificación estratégica - Orientación hacia el usuario - Orientación hacia el personal 	<p>Tipo de investigación</p> <p>Básica</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Descriptivo - Correlacional</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS O SECUNDARIOS</p> <p>¿Cómo el liderazgo se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?</p> <p>¿Cómo la planificación estratégica se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?</p> <p>¿Cómo la orientación hacia el usuario se relaciona con la fidelización de los usuarios de</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS O SECUNDARIOS</p> <p>Determinar cómo el liderazgo se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p> <p>Determinar cómo la planificación estratégica se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p> <p>Determinar cómo la orientación hacia el usuario se relaciona con la fidelización de los</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS O SECUNDARIOS</p> <p>El liderazgo se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p> <p>La planificación estratégica se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p> <p>La orientación hacia el usuario se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de</p>	<p>Fidelización de los usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación adecuada - Compromiso del personal - Experiencia del usuario 	<p>Población</p> <p>510 usuarios del centro de salud</p> <p>Muestra</p> <p>220 usuarios del centro de salud</p>

<p>un Centro de Salud, Apurímac, 2022?</p> <p>¿Cómo la orientación hacia el personal se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022?</p>	<p>usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p> <p>Determinar cómo la orientación hacia el personal se relaciona con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022.</p>	<p>un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p> <p>La orientación hacia el personal se relaciona significativamente con la fidelización de los usuarios de un Centro de Salud, Apurímac, 2022</p>		<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario de encuesta</p>
--	---	---	--	---

Anexo 3. Instrumentos

Cuestionario de Gestión de calidad

Instrucciones: Este cuestionario es con fines de investigación, tiene la intención de recolectar su opinión sobre la Gestión de calidad en los usuarios. Se le solicita que lea atentamente y marquen con aspa (x) el casillero que consideren necesario. El cuestionario es anónimo, las respuestas serán confidenciales y se mantendrá discreción.

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

Nº	Ítems / preguntas	1	2	3	4	5
1	¿La dirección del centro de salud es accesible a cualquier usuario?					
2	¿Percibe que hay mejoras en las prestaciones de servicio del centro de salud?					
3	¿Se practica la ética en el centro de salud?					
4	¿Cuándo hay demanda de usuarios, el centro de salud busca anticiparse a brindar un buen servicio?					
5	¿Percibe que la visión y misión del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario?					
6	¿Percibe que los objetivos a lograr del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario?					
7	¿Considera que el personal del centro de salud está comprometido con los objetivos a lograr?					
8	¿Considera que el personal del centro de salud es responsable y están mejorando cada vez más su desempeño?					
9	¿El centro de salud atiende de manera adecuada las necesidades de los usuarios?					
10	¿El centro de salud brinda respuesta adecuada a las opiniones y sugerencias que los usuarios dan a conocer?					
11	¿El centro de salud le brinda información de valor?					
12	¿Considera que el centro de salud está al servicio del cuidado de sus usuarios?					
13	¿Considera que el personal del centro de salud trabaja en equipo?					
14	¿Percibe que el personal del centro de salud logra su máximo desarrollo en su labor?					
15	¿Considera que el personal del centro de salud está capacitado adecuadamente?					
16	¿Considera que existe un buen clima laboral en el centro de salud?					

Cuestionario de Fidelización de los usuarios

Instrucciones: Este cuestionario es con fines de investigación, tiene la intención de recolectar su opinión sobre la Fidelización de los usuarios. Se le solicita que lea atentamente y marquen con aspa (x) el casillero que consideren necesario. El cuestionario es anónimo, las respuestas serán confidenciales y se mantendrá discreción.

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

Nº	Ítems / preguntas	1	2	3	4	5
17	¿El centro de salud dispone de diversos canales de comunicación (módulos de atención, correos electrónicos, número de celular, redes sociales y páginas web)?					
18	¿El centro de salud comunica generalmente información veraz?					
19	¿Los mensajes del centro de salud se entienden claramente?					
20	¿El centro de salud responde adecuadamente los reclamos que realiza?					
21	¿Considera que el personal del centro de salud tiene estabilidad emocional?					
22	¿El personal del centro de salud muestra empatía con los usuarios?					
23	¿El personal del centro de salud es flexible en la atención a los usuarios?					
24	¿La atención que ofrece el personal del centro de salud es bien detallado?					
25	¿Considera satisfactorio los servicios que ofrece el centro de salud?					
26	¿Recomendaría a familiares y otras personas los servicios que ofrece el centro de salud?					
27	¿Considera que el centro de salud ofrece buen trato a los usuarios?					
28	¿Considera que atenderse en el centro de salud le ha traído beneficios adicionales?					

Anexo 4. Correlaciones

		Gestión de calidad	Lidera zgo	Planific ación estratég ica	Orienta ción hacia el usuario	Orientació n hacia el personal	Fidelización de los usuarios	
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,619**	,675**	,676**	,614**	,656**
	Sig. (bilateral)		.	,000	,000	,000	,000	,000
	N		220	220	220	220	220	220
	Liderazgo	Coeficiente de correlación	,619**	1,000	,473**	,438**	,583**	,452**
	Sig. (bilateral)		,000	.	,000	,000	,000	,000
	N		220	220	220	220	220	220
	Planificación estratégica	Coeficiente de correlación	,675**	,473**	1,000	,682**	,453**	,566**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	.	,000	,000	,000
	N		220	220	220	220	220	220
	Orientación hacia el usuario	Coeficiente de correlación	,676**	,438**	,682**	1,000	,455**	,536**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	.	,000	,000
	N		220	220	220	220	220	220
	Orientación hacia el personal	Coeficiente de correlación	,614**	,583**	,453**	,455**	1,000	,485**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	.	,000
	N		220	220	220	220	220	220
	Fidelización de los usuarios	Coeficiente de correlación	,656**	,452**	,566**	,536**	,485**	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	,000	.
	N		220	220	220	220	220	220

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

Anexo 5. Validación del instrumento



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN DE CALIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Liderazgo								
1	La dirección del centro de salud es accesible a cualquier usuario	X		X		X		
2	Percibe que hay mejoras en las prestaciones de servicio del centro de salud	X		X		X		
3	Se practica la ética en el centro de salud	X		X		X		
4	Cuando hay demanda de usuarios, el centro de salud busca anticiparse a brindar un buen servicio	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Planificación estratégica								
5	Percibe que la visión y misión del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario	X		X		X		
6	Percibe que los objetivos a lograr del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario	X		X		X		
7	Considera que el personal del centro de salud está comprometido con los objetivos a lograr	X		X		X		
8	Considera que el personal del centro de salud es responsable y están mejorando cada vez más su desempeño	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Orientación hacia el usuario								
9	El centro de salud atiende de manera adecuada las necesidades de los usuarios	X		X		X		
10	El centro de salud brinda respuesta adecuada a las opiniones y sugerencias que los usuarios dan a conocer	X		X		X		
11	El centro de salud le brinda información de valor	X		X		X		
12	Considera que el centro de salud está al servicio del cuidado de sus usuarios	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Orientación hacia el personal								
13	Considera que el personal del centro de salud trabaja en equipo	X		X		X		
14	Percibe que el personal del centro de salud logra su máximo desarrollo en su labor	X		X		X		
15	Considera que el personal del centro de salud está capacitado adecuadamente	X		X		X		



16	Considera que existe un buen clima laboral en el centro de salud	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir el instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Godenzi Vargas Julio Pablo

DNI: 31653868

Especialidad del validador: Magister en Agronegocios

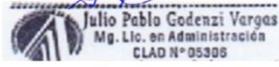
Ayacucho, 30 de octubre del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Julio Pablo Godenzi Vargas
 Mg. Lic. en Administración
 CLAD N° 05306

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Comunicación adecuada							
1	El centro de salud dispone de diversos canales de comunicación (módulos de atención, correos electrónicos, número de celular, redes sociales y páginas web)	X		X		X		
2	El centro de salud comunica generalmente información veraz	X		X		X		
3	Los mensajes del centro de salud se entienden claramente	X		X		X		
4	El centro de salud responde adecuadamente los reclamos que realiza	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Compromiso del personal	Si	No	Si	No	Si	No	
5	Considera que el personal del centro de salud tiene estabilidad emocional	X		X		X		
6	El personal del centro de salud muestra empatía con los usuarios	X		X		X		
7	El personal del centro de salud es flexible en la atención a los usuarios	X		X		X		
8	La atención que ofrece el personal del centro de salud es bien detallado	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Experiencia del usuario	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿Considera satisfactorio los servicios que ofrece el centro de salud?	X		X		X		
10	¿Recomendaría a familiares y otras personas los servicios que ofrece el centro de salud?	X		X		X		
11	¿Considera que el centro de salud ofrece buen trato a los usuarios?	X		X		X		
12	¿Considera que atenderse en el centro de salud le ha traído beneficios adicionales?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir el instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Godenzi Vargas Julio Pablo

DNI: 31653868

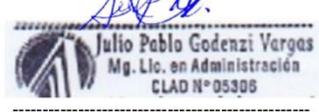
Especialidad del validador: Magister en Agronegocios

Ayacucho, 30 de octubre del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.





Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN DE CALIDAD

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Liderazgo								
1	La dirección del centro de salud es accesible a cualquier usuario	X		X		X		
2	Percibe que hay mejoras en las prestaciones de servicio del centro de salud	X		X		X		
3	Se practica la ética en el centro de salud	X		X		X		
4	Cuando hay demanda de usuarios, el centro de salud busca anticiparse a brindar un buen servicio	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Planificación estratégica								
5	Percibe que la visión y misión del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario	X		X		X		
6	Percibe que los objetivos a lograr del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario	X		X		X		
7	Considera que el personal del centro de salud está comprometido con los objetivos a lograr	X		X		X		
8	Considera que el personal del centro de salud es responsable y están mejorando cada vez más su desempeño	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Orientación hacia el usuario								
9	El centro de salud atiende de manera adecuada las necesidades de los usuarios	X		X		X		
10	El centro de salud brinda respuesta adecuada a las opiniones y sugerencias que los usuarios dan a conocer	X		X		X		
11	El centro de salud le brinda información de valor	X		X		X		
12	Considera que el centro de salud está al servicio del cuidado de sus usuarios	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Orientación hacia el personal								
13	Considera que el personal del centro de salud trabaja en equipo	X		X		X		
14	Percibe que el personal del centro de salud logra su máximo desarrollo en su labor	X		X		X		
15	Considera que el personal del centro de salud está capacitado adecuadamente	X		X		X		

16	Considera que existe un buen clima laboral en el centro de salud	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir el instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Quispe Medina Wilber

DNI: 25760824

Especialidad del validador: Magister en Educación con mención en Docencia, Currículo e Investigación.

Ayacucho, 30 de octubre del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Mg. Wilber Quispe Medina
LIC. EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N°: 5179

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Comunicación adecuada								
1	El centro de salud dispone de diversos canales de comunicación (módulos de atención, correos electrónicos, número de celular, redes sociales y páginas web)	X		X		X		
2	El centro de salud comunica generalmente información veraz	X		X		X		
3	Los mensajes del centro de salud se entienden claramente	X		X		X		
4	El centro de salud responde adecuadamente los reclamos que realiza	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Compromiso del personal								
5	Considera que el personal del centro de salud tiene estabilidad emocional	X		X		X		
6	El personal del centro de salud muestra empatía con los usuarios	X		X		X		
7	El personal del centro de salud es flexible en la atención a los usuarios	X		X		X		
8	La atención que ofrece el personal del centro de salud es bien detallado	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Experiencia del usuario								
9	¿Considera satisfactorio los servicios que ofrece el centro de salud?	X		X		X		
10	¿Recomendaría a familiares y otras personas los servicios que ofrece el centro de salud?	X		X		X		
11	¿Considera que el centro de salud ofrece buen trato a los usuarios?	X		X		X		
12	¿Considera que atenderse en el centro de salud le ha traído beneficios adicionales?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir el instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Quispe Medina Wilber

DNI: 25760824

Especialidad del validador: Magister en Educación con mención en Docencia, Currículo e Investigación.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ayacucho, 30 de octubre del 2022


Mg. Wilber Quispe Medina
LIC. EN ADMINISTRACIÓN
GLAD N° 5179

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN DE CALIDAD

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Liderazgo								
1	La dirección del centro de salud es accesible a cualquier usuario	X		X		X		
2	Percibe que hay mejoras en las prestaciones de servicio del centro de salud	X		X		X		
3	Se practica la ética en el centro de salud	X		X		X		
4	Cuando hay demanda de usuarios, el centro de salud busca anticiparse a brindar un buen servicio	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Planificación estratégica								
5	Percibe que la visión y misión del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario	X		X		X		
6	Percibe que los objetivos a lograr del centro de salud lo conocen bien los trabajadores y lo transmiten cuando atienden al usuario	X		X		X		
7	Considera que el personal del centro de salud está comprometido con los objetivos a lograr	X		X		X		
8	Considera que el personal del centro de salud es responsable y están mejorando cada vez más su desempeño	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Orientación hacia el usuario								
9	El centro de salud atiende de manera adecuada las necesidades de los usuarios	X		X		X		
10	El centro de salud brinda respuesta adecuada a las opiniones y sugerencias que los usuarios dan a conocer	X		X		X		
11	El centro de salud le brinda información de valor	X		X		X		
12	Considera que el centro de salud está al servicio del cuidado de sus usuarios	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Orientación hacia el personal								
13	Considera que el personal del centro de salud trabaja en equipo	X		X		X		
14	Percibe que el personal del centro de salud logra su máximo desarrollo en su labor	X		X		X		
15	Considera que el personal del centro de salud está capacitado adecuadamente	X		X		X		

16	Considera que existe un buen clima laboral en el centro de salud	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir el instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Tipe Herrera Carlos Celso

DNI: 28219021

Especialidad del validador: Magister en Gestión Pública

Ayacucho, 30 de octubre del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dio suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

GOBIERNO REGIONAL DE AYACUCHO OFICINA REGIONAL DE ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN META PRE INVERSIÓN

Mg. Lic. Adm. Carlos C. Tipe Herrera
ASIST. ADMINISTRACIÓN
CLAD-1253

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Comunicación adecuada								
1	El centro de salud dispone de diversos canales de comunicación (módulos de atención, correos electrónicos, número de celular, redes sociales y páginas web)	X		X		X		
2	El centro de salud comunica generalmente información veraz	X		X		X		
3	Los mensajes del centro de salud se entienden claramente	X		X		X		
4	El centro de salud responde adecuadamente los reclamos que realiza	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Compromiso del personal								
5	Considera que el personal del centro de salud tiene estabilidad emocional	X		X		X		
6	El personal del centro de salud muestra empatía con los usuarios	X		X		X		
7	El personal del centro de salud es flexible en la atención a los usuarios	X		X		X		
8	La atención que ofrece el personal del centro de salud es bien detallado	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Experiencia del usuario								
9	¿Considera satisfactorio los servicios que ofrece el centro de salud?	X		X		X		
10	¿Recomendaría a familiares y otras personas los servicios que ofrece el centro de salud?	X		X		X		
11	¿Considera que el centro de salud ofrece buen trato a los usuarios?	X		X		X		
12	¿Considera que atenderse en el centro de salud le ha traído beneficios adicionales?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir el instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Típe Herrera Carlos Celso

DNI: 28219021

Especialidad del validador: Magister en Gestión Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Ayacucho, 30 de octubre del 2022



 GOBIERNO REGIONAL DE AYACUCHO OFICINA REGIONAL DE ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN META PRE INVERSIÓN

 Mg. Lic. Adm. Carlos C. Típe Herrera

 ASIST. ADMINISTRACIÓN

 CLAD - 1253

Firma del Experto Informante.

Anexo 6. Tablas de confiabilidad de los instrumentos

Variable: gestión de calidad

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,732	16

Variable. Fidelización de los usuarios

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,775	12



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, OSORIO CARRERA CESAR JAVIER, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de calidad y fidelización de los usuarios de un centro de salud de Apurímac 2022", cuyo autor es HEREDIA CURI JOSSELIN JASSMIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
OSORIO CARRERA CESAR JAVIER DNI: 06203497 ORCID: 0000-0002-2850-6420	Firmado electrónicamente por: CJOSORIOC el 08- 01-2023 09:12:58

Código documento Trilce: TRI - 0504151