



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN INGENIERÍA  
DE SISTEMAS CON MENCIÓN EN TECNOLOGÍAS DE LA  
INFORMACIÓN**

Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación en la  
satisfacción del usuario en Institución Aseguradora en Salud, Lima  
2023

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Ingeniería de Sistemas con mención en Tecnologías de la  
Información

**AUTOR:**

Santisteban Rodriguez, Raul Yvan (orcid.org/0000-0001-8177-6617)

**ASESOR:**

Mg. Poletti Gaitán, Eduardo Humberto (orcid.org/0000-0002-2143-4444)

**CO-ASESOR:**

Mg. Tejada Ruiz, Roberto Juan (orcid.org/0000-0003-3669-836X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Sistema de Información y Comunicaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

Especialmente dedicado a mis amados padres, ya que siempre me han ayudado a alcanzar mis metas profesionales y personales

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco el constante apoyo moral que me brinda mi familia. A la Universidad por ofrecerme una preparación de alta calidad mientras fui estudiante. Un reconocimiento personal al Mg. Eduardo Poletti Gaitán y Mg. Roberto Juan Tejada Ruiz, por ofrecer continuamente a todos los estudiantes de maestría una gran orientación y motivación.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE SISTEMAS CON MENCIÓN EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, POLETTI GAITAN EDUARDO HUMBERTO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE SISTEMAS CON MENCIÓN EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Influencia de las tecnologías de información y comunicación en la satisfacción del usuario en institución aseguradora en salud, Lima 2023", cuyo autor es SANTISTEBAN RODRIGUEZ RAUL YVAN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 5.00%, 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, 01 de Agosto del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
POLETTI GAITAN EDUARDO HUMBERTO DNI: 18073124 ORCID: 0000-0002-2143-4444	Firmado electrónicamente por: EPOLETTIG el 02-08- 2023 14:23:14

Código documento Trilce: TRI - 0634486



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
GRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	15
3.1 Tipo y diseño de investigación	15
3.2 Variables y operacionalización	15
3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de	16
3.4 análisis Técnicas e instrumentos de	17
3.5 recolección de datos Procedimiento	19
3.6 Método de análisis de datos	19
3.7 Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	44

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Descripción detallada del instrumento utilizado para recolectar información	18
<b>Tabla 2</b> Las TIC y su influencia en la satisfacción del asegurado	22
<b>Tabla 3</b> Prueba de asociación de las TIC con satisfacción del asegurado	23
<b>Tabla 4</b> Dimensión Facilidad de uso percibida y su influencia en satisfacción del asegurado	24
<b>Tabla 5</b> Prueba de la correlación satisfacción del asegurado y facilidad de uso percibida de las TIC	25
<b>Tabla 6</b> Dimensión percepción de utilidad y su influencia en la satisfacción del asegurado	25
<b>Tabla 7</b> Prueba de correlación dimensión percepción de utilidad y satisfacción del asegurado	27
<b>Tabla 8</b> Dimensión Intención de uso y su influencia en la Satisfacción del asegurado	27
<b>Tabla 9</b> Prueba de correlación dimensión intención de uso de las TIC / satisfacción del asegurado	29
<b>Tabla 10</b> Características de los datos	29
<b>Tabla 11</b> Resumen del modelo	30
<b>Tabla 12</b> ANOVA	30
<b>Tabla 13</b> Test de confiabilidad.	71
<b>Tabla 14</b> Frecuencia de la variable TIC.	72
<b>Tabla 15</b> Frecuencia de Satisfacción del Asegurado	73
<b>Tabla 16</b> Prueba de normalidad	74

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

<b>Figura 1</b> Comparación entre variables TIC y satisfacción del asegurado	22
<b>Figura 2</b> Comparación de dimensión facilidad de uso percibida y satisfacción del asegurado	24
<b>Figura 3</b> Comparación de dimensión percepción de utilidad y satisfacción del asegurado	26
<b>Figura 4</b> Comparación de dimensión Intensión de uso en la satisfacción del asegurado	28
<b>Figura 5</b> Niveles de la variable TIC	72
<b>Figura 6</b> Niveles de la variable Satisfacción del Asegurado.	73

## RESUMEN

El estudio realizado consideró como objetivo principal diagnosticar como las TIC influyen en la satisfacción del asegurado en una institución aseguradora en salud. El estudio fue realizado a través de una perspectiva cuantitativa, de tipo aplicada, bajo una metodología no experimental, de diseño correlacional simple, el objetivo fue explicar la asociación entre variables de estudio. Se seleccionaron 268 ciudadanos asegurados, como muestra de una población total de 1000 asegurados, se aprovechó un método de muestreo aleatorio, el compendio de información se logró mediante encuestas, utilizando un cuestionario en línea como instrumento, la información se sometió a la comprobación de su validez y fiabilidad por un juicio de expertos. Los resultados revelaron una reciprocidad de 0,912; que refleja una asociación muy alta entre las TIC y la satisfacción del usuario. Se concluyó, demostrando una correlación alta y significativa de las dimensiones percepción de utilidad, facilidad de uso e intención de uso de las TIC y la variable satisfacción del asegurado en una institución aseguradora en salud, Lima 2023. Por lo tanto, las TIC cumplen en garantizar una alta satisfacción a los asegurados, quienes perciben que los canales de atención digital de la institución aseguradora son de fácil uso y útiles.

**Palabras clave:** TIC, satisfacción, Modelo TAM, SERVPERF

## **ABSTRACT**

The main objective of the study was to diagnose how ICTs influence policyholder satisfaction in a health insurance institution. The study was conducted through a quantitative perspective, applied type, under a non-experimental methodology with a simple correlational design, with the objective of explaining the association between the variables. A total of 268 insured citizens were selected as a sample from a total population of 1000 insured, a random sampling method was used, and the collection of information was achieved through surveys, using an online questionnaire as an instrument, the information was subjected to the verification of its validity and reliability by an expert judgment. The results revealed a reciprocity of 0.912, reflecting a very high association between ICT and user satisfaction. It was concluded, demonstrating a high and significant correlation of the dimensions of perceived usefulness, ease of use and intention to use ICTs and the variable satisfaction of the insured in a health insurance institution, Lima 2023. Therefore, ICTs guarantee a high level of satisfaction for the insured, who perceive that the digital service channels of the insurance institution are easy to use and useful.

**Keywords:** ICT, satisfaction, TAM Model, SERVPERF

## I. INTRODUCCIÓN

Es importante que las entidades públicas en nuestro país adopten mecanismos que permitan evaluar las opiniones y/o perspectivas de los usuarios, como una directriz de calidad, apoyado en innovaciones tecnológicas, para recopilar comportamientos que ayuden a identificar los elementos cruciales necesarios para cumplir con la expectativa del usuario.

En el contexto internacional, Báscolo et al. (2020), abordaron la problemática sobre ciudadanos adscriptos a un seguro de salud, enfrentan al solicitar servicios de atención preventiva en los continentes americanos, los resultados obtenidos ilustran que el 29.3% de usuarios reportaron no acudir en búsqueda de atención preventiva, por encontrar múltiples barreras, entre este porcentaje, el 17.2% señalaron causas como largos tiempos de espera, horarios de atención inadecuadas, trámites complicados, el 8.4% lo atribuye a causas como falta de personal, escasos medicamentos, el 5.4% lo atribuyó a barreras geográficas, un 8.0% lo atribuyó a obstáculos de aceptabilidad (Impedimento de idioma, personal no brinda confianza, maltratos del personal que realiza la atención), en este contexto, es vital que las entidades públicas, se ajusten a las expectativas de los usuarios, mejorando sus procesos y servicios, apoyados en la tecnología, en base a las altas exigencias de los usuarios, que buscan servicios de calidad (Barreto et al, 2023).

A nivel nacional, mediante el DS N° 103-2022-PCM, se establece como meta para el 2030, modernizar los procesos de Gestión Pública, además determina el rumbo a seguir por las entidades estatales o públicas buscando crear un Estado moderno, equitativo e inclusivo, poniendo especial énfasis en los procedimientos relacionados con la atención al ciudadano, siendo los canales de atención el medio de contacto con los ciudadanos, por el cual ofrecen sus servicios, es necesario conocer y medir la experiencia del ciudadano, en su interacción con el estado, en este contexto, muchas entidades públicas, entienden que deben modernizar la calidad del servicio mediante el uso de recursos tecnológicos y determinar cómo estas interactúan entre persona y estado, la Institución Aseguradora de Salud, no es ajena a esta problemática, debido a que en la institución se presentan reclamos y quejas de los asegurados relacionados a calidad de los servicios que estos perciben, es así que en el año 2014, los resultados eran alarmantes, ya que un

17.9% de la población encuestada por el INEI (2014), siendo su última publicación realizada sobre el tema en particular, manifestó tener problemas para realizar sus trámites en las oficinas de la Institución Aseguradora en Salud, un 61.4% manifestó que la principal causa era por la demora en la atención y el 26.6% reportó que se le proporciona información incorrecta, además un 12.0% manifestó maltrato por parte del personal de la entidad.

La Institución Aseguradora de Salud adscrita al Ministerio de Salud (MINS), cuyo fin es el de brindar salud financiera a los ciudadanos con pocos recursos económicos, además de no contar con otro tipo de seguro de salud, enfoca su labor en dar solución a los problemas relacionados al limitado acceso que los ciudadanos tienen en los centros de salud, ya sea por temas relacionados a barreras culturales, económicos o geográficos, en ese contexto pone a disposición de sus asegurados, diversas canales de atención presencial y digital, así como diversos sistemas de información, sin embargo existe duda razonable sobre cómo influyen las TIC a la satisfacción del asegurado, y cómo contribuye a reducir las brechas sociales e inspirar innovaciones que mejoran sus servicios (Boude y Medina (2011) como citado en Mendoza et al. (2018) ).

Desde una relevancia profesional, esta investigación es importante porque las conclusiones se utilizarán para mejorar los procesos de atención al ciudadano a lo largo del tiempo mediante la implantación de nuevos canales de atención digital y la formación del personal implicado. En última instancia, esto ayudará a la institución a alcanzar sus metas y objetivos y a recuperar la confianza de sus asegurados, fomentando un clima de transparencia e integridad. En el contexto social, ayuda a aumentar la capacidad de los asegurados para comunicarse con la Institución Aseguradora en Salud y trabajar para recibir un servicio de alta calidad a través de canales digitales de atención. En general, estas iniciativas de gestión pública tienen por objeto producir valor público en los pobladores.

De lo expuesto, se planteó el problema principal: ¿Las TIC influyen en la satisfacción del asegurado en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023?; también, se tiene en cuenta los problemas específicos, tales como: i) ¿La facilidad de uso percibida de las TIC influyen a la satisfacción del asegurado en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023?, ii) ¿La percepción de utilidad de las TIC influyen a la satisfacción del asegurado en Institución Aseguradora en Salud, Lima

2023?, iii) ¿La intención de uso de las TIC influye a la satisfacción del asegurado en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023?.

Asimismo, el objetivo general propuesto es: Determinar cuánto influyen las TIC en la satisfacción del asegurado en Institución Aseguradora en Salud de Lima - 2023. Además, se tienen en cuenta los objetivos específicos: i) Determinar cuánto influye la facilidad de uso percibida de las TIC en la satisfacción del asegurado en Institución aseguradora en salud, Lima - 2023, ii) Determinar cuánto influye la percepción de utilidad de las TIC en la satisfacción del asegurado en Institución aseguradora en salud, Lima - 2023, iii) Determinar cuánto influye la intención de uso de las TIC en la satisfacción del asegurado en Institución aseguradora en salud, Lima - 2023.

Posterior a la definición de los objetivos, se planteó la hipótesis general de la siguiente forma: Las TIC influyen significativamente a la satisfacción del asegurado, en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023. De manera similar, se determinan las hipótesis específicas: i) La satisfacción del asegurado en institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la facilidad de uso percibida de las TIC, ii) La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la percepción de utilidad de las TIC, iii) La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la intención de uso de las TIC.

## II. MARCO TEÓRICO

Teniendo en cuenta los precedentes históricos y la situación del mundo actual, Barreto et al. (2023) señalaron en su investigación la importancia de identificar las variables relevantes asociadas a la satisfacción de las personas dentro de una entidad financiera en Ecuador, que utilizan las TIC. La población fue 360 miembros, de los cuales 100 personas constituyeron la muestra de esta técnica cuantitativa de diseño transversal y experimental, con escala de confiabilidad igual a 0,950; los hallazgos mostraron que un uso correcto de las TIC, afecta de manera significativa el acceso y calidad a los servicios financieros, la significancia fue por debajo al valor de 0,05 y el coeficiente Spearman fue 0,642; utilizado para confirmar la existencia de una asociación positiva y moderada.

Morales-Morales et al. (2023), el principal objetivo del estudio consistió en validar una herramienta que permita evaluar la complacencia del usuario y el servicio de calidad (Q.S), en una ciudad de México, se empleó como muestra a 120 clientes de forma cuantitativa y transversal. Se midieron las variables calidad del servicio con una fiabilidad global igual a 0,963 y satisfacción del cliente (S.C) logró 0,825. También se evaluaron las variables empatía con un valor de 0,925; comunicación alcanzó 0,818; conocimientos obtuvo 9,27; infraestructura fue de 0,940 y seguridad logró 0,877. La empatía y la satisfacción del cliente tienen una asociación favorable ( $r=,717$ ); según las conclusiones, lo que muestra que acciones como la cortesía que se le ofrece al visitante, influye positivamente en el cliente.

Alami y El Idrissi (2022), su estudio se enfocó en determinar la aprobación del estudiante de una universidad marroquí, hacia el aprendizaje electrónico, que se dio por la pandemia del COVID19, su investigación la sustentan a través del Modelo TAM, para recabar información empleó una encuesta destinada a 448 estudiantes, incluye variables externas al modelo básico del TAM, como son: influencia social, expectativa y satisfacción confirmada, los resultados demuestran que la aceptación del e-learning depende significativamente de la satisfacción de los estudiantes, así como de FUP y UP. El análisis de confiabilidad demuestra un nivel de 0,727; la validez alcanzó un rango de 0,889; lo cual es debidamente aceptado.

Ramos y Ortiz (2022), investigo el impacto que tiene una adecuada conectividad on-line, sobre la percepción de un aplicativo escolar. Los datos procedían en base a 846 estudiantes de un centro de enseñanza superior de

México. Se utilizó el modelo TAM con el fin de investigar los vínculos que relacionan utilidad percibida - UP, usabilidad percibida, mentalidad de uso, además del impacto de la performance de conectividad en línea, en estudiantes. Los resultados demuestran que las dimensiones, dependen significativamente de la calidad del acceso en línea, es así como la variable Utilidad percibida es igual a 0,918; facilidad de uso percibida es igual a 0,920; intención de uso es igual a 0,910. Se concluyo que el acceso a internet de calidad, para aceptar un sistema de información influye, pero con un efecto pequeño sobre la percepción de utilidad.

Jiménez-Almaguer (2022), las redes sociales han contribuido al aumento de las compras en línea, que cada vez son más significativas. Por lo tanto, su estudio buscó comprender qué atrae a los usuarios de la ciudad de Tamaulipas, México, a utilizar estos sitios web. Los datos se recabaron con una encuesta a través de Google Form, se demuestra que la actitud, confianza, facilidad de uso, utilidad percibida e Intención de uso, son predictores importantes de la pretensión de usar sitios web de comercio electrónico.

Malpartida-Meza et al. (2022), trabajaron en identificar cómo el servicio de calidad incide en satisfacer al usuario. Recolectaron información mediante un cuestionario tipo Likert, los ítems fueron evaluados por juicio de expertos; la muestra de 100 clientes, en este estudio no experimental se adoptó una técnica cuantitativa, y los resultados revelaron una correlación significativa y alta, con un valor de 0,822; a nivel de las dimensiones se evidencia correlación, es así, que la fiabilidad tiene un grado de 0,764; capacidad de respuesta con un  $Rho= 0,768$  y para elementos tangibles una correlación de 0,808; evidenciando una correlación directa y alta.

Meza y González (2022), en su investigación, estudió las actitudes, valor percibido, usabilidad, fiabilidad y riesgo que involucra el empleo de redes sociales. Su trabajo fue transversal, correlacional y no experimental. 74 estudiantes conformaron la muestra de varias regiones de México; se comprobó la confiabilidad de las variables, obteniendo para uso de redes sociales un valor de 0,63; utilidad percibida (UP) un valor de 0,87; facilidad de uso (FUP) con 0,88; actitud con 0,94; intención de uso con 0,92 y confianza en la redes sociales con un 0,93; en cuanto a la relación entre variables, se constata que la UP se correlaciona moderadamente

con la actitud en 0,59; mientras la UP se correlaciona con I.U en 0,65 y por último la I.U se correlaciona con la actitud en 0,78.

Alfadda y Mahdi (2021), su estudio se enfoca en analizar a los estudiantes de idiomas, sobre aceptación de ZOOM, como aplicativo usado en la enseñanza de otros lenguajes o idiomas, para ellos se basa en las teorías del Modelo TAM, su muestra fue de 75 estudiantes, los hallazgos revelaron que existe fuerte asociación, a excepción de género, no influyó en la aceptación de la tecnología, las correlaciones de mayor significancia se dio entre la PU y la actitud que alcanzó un valor de 0,829 y entre PU con la intención que alcanzó un valor de 0,835.

Al-Dokhny et al. (2021), utilizaron una metodología cuantitativa para analizar las intenciones de utilizar una plataforma educativa a distancia (DEP) por parte de estudiantes, basándose bajo el Modelo TAM y la Teoría Cognitiva Social (TSC). Su muestra incluyó a 453 estudiantes saudíes, y los resultados mostraron que FUP y UP tienen una significativa influencia en la intención del estudiante de utilizar el DEP. Además, los resultados mostraron que FUP tiene un impacto significativo en UP. Por lo tanto, se concluye, los hallazgos ofrecen pruebas convincentes a favor de un paradigma global que incorpore tanto TAM como TSC para comprender cómo los estudiantes podrían utilizar los DEP para mejorar su rendimiento académico.

Alarcón et al. (2021), el propósito de su estudio fue conocer datos sobre la percepción de calidad (P.C) en un hospital y su efecto en la salud de sus pacientes. Se llevo a cabo telefónicamente un cuestionario orientado al modelo Servperf, que constó con 22 ítems, la muestra fue aleatoria de 155 encuestados. La metodología fue cuantitativa, exploratoria y descriptiva de corte transversal. La fiabilidad del instrumento fue de 0,872. Según los resultados, el 50% de madres puérperas calificaron a la calidad como regular, sólo 1/3 la calificó como alta.

Medrano-Colorado y Quiñonez-Ku (2021), su objetivo fue evaluar el soporte técnico informático, utilizando el modelo SERVPERF, la muestra fue de 94 personas. Los resultados mostraron que la calidad global del servicio de soporte informático, que obtuvo una puntuación de 4.41, es satisfactoria, también se determinó el nivel de confiabilidad, obteniendo que para la tangibilidad fue 0.77, fiabilidad alcanzó 0.91, capacidad de respuesta obtuvo 0.77, seguridad fue 0.85 y empatía logró 0.83.

Mousa et al. (2021), analizó los elementos que inciden en el usuario aceptar el servicio de banca electrónica en Irak, basó su análisis en el Modelo TAM, para el cual seleccionó una muestra de 200 clientes y personal del banco, los resultados reflejan que los factores para la aceptación del uso de la banca electrónica, impacta de forma positiva en los servicios de banca electrónica, habiendo alcanzado un nivel de correlación de 0,727.

Navarro et al. (2021), analizaron los componentes que influyen positivamente en la percepción de estudiantes de Filipinas, en cuanto a los sistemas de aprendizaje en línea (LMS), para esto se basó en la teoría del Modelo TAM, los hallazgos evidenciaron que la intención de usar el LMS, se ve influenciada de forma positiva por la utilidad percibida, con un coeficiente de 0,932 y la facilidad de uso percibida alcanzó el 0,930; con lo que se evidencia que el instrumento es confiable y existe correlación entre las variables.

Rojas y Mostacero (2021), su objetivo fue establecer aquellos elementos que inciden en la dirección de la calidad en una consulta médica en el sector privado en la ciudad de Trujillo. Los datos fueron recabados usando una encuesta basada en un cuestionario SERVPERF. Los hallazgos demuestran una relación positiva, en ese sentido concluyeron que el grado de calidad percibido es medio con un 52,6%, una mejor tendencia fue en el Nivel Medio Bajo con 27,7%, y el 23,1% lo percibieron con nivel alto, desde una perspectiva descriptiva, tenemos que el nivel de confiabilidad alcanzado fue de 0,989.

Tawafak et al. (2021), analizó como objetivo, la potenciación que ha tenido el aprendizaje en línea con el uso de tecnologías de vanguardia, a fin de medir la aceptación de la tecnología de los alumnos de centros educativos de Omán, se sustenta en la teoría del modelo TAM, se logró determinar, una alta relación entre las variables, así como la flexibilidad para docentes y alumnos a la hora de seleccionar el e-learning, como apoyo en la enseñanza y aprendizaje continuo, se evaluó la confiabilidad de las variables, obteniendo un valor 0,916 para la variable UP, un 0,765 para la variable FUP, como lo que se comprueba la validez y confiabilidad.

Carrera-Mora et al. (2019), en su investigación sobre cómo el ciudadano percibe la eficiencia y comportamiento del uso del e-gobierno en una institución municipal de Veracruz-México, basó el estudio en el modelo TAM, los resultados

concluyeron que el factor eficiencia del ciudadano repercute en la percepción del servicio de pago en línea del impuesto predial, se encontró correlación positiva y alta igual a 0,786; coeficiente de R cuadrado igual a 0,617; también se analizó la correlaciones de las dimensiones del modelo TAM aplicadas al estudio, para la dimensión facilidad fue de 0,525; factor utilidad percibida alcanzó el valor 0,658; estos resultados confirman que los factores inciden en la perspectiva del ciudadano en la eficiencia del e-gobierno, así como en su comportamiento de uso.

Flores et al. (2019), evaluaron la complacencia del usuario, respecto a la calidad del servicio percibido, obtenido ante gestiones administrativas en una institución de enseñanza superior (IES). Los resultados demuestran una alta fiabilidad, con un coeficiente superior a 0,70 y coeficiente R2 con un valor superior a 0,7; lo que demuestra que el instrumento, tal como se presenta actualmente, es válido. Concluyen que las organizaciones deberían prestar gran atención a la calidad del servicio, ya que se considera un antecedente crucial de la felicidad del cliente.

Ronyastra et al. (2019), determino la aceptación de los usuarios, a servicios de registro de licencias en línea en Indonesia, se basa en las teorías del Modelo TAM, a través de una encuesta realizado a 100 personas, se midieron factores que repercuten el nivel aceptación de la tecnología (AC), como UP, FUP, confianza (C), actitud (A) e intención de uso (IU), a través de la prueba de confiabilidad se determinó que la IU logra un valor de confiabilidad compuesto de 0,795; FUP logra un 0,832 y la UP alcanza el valor de 0,789; con lo que se demuestra que el modelo es confiable.

Tony (2019), en su investigación, analizan el avance que han tenido la enseñanza en línea, específicamente para estudiantes no tradicionales, y como estos aceptan las tecnologías, su estudio fue cuantitativa, y se basó en TAM, como modelo que permitió comprobar la aceptación de tecnologías de aprendizaje en línea, su muestra la conformó 40 estudiantes de la escuela empire Community - U.S.A, los hallazgos evidenciaron que FUP, influyó sobre UP y está influyó a su vez sobre la intención de uso (IU), el nivel de correlación oscila en 0,913 para UP; 0,957 para FUP y 0,905 para IU, concluyendo en una relación de las variables, fuerte y positiva.

Muñoz-Leiva et al. (2017), su investigación dilucida los elementos que influyen en adoptar cambios tecnológicos, por ejemplo, las aplicaciones de banca móvil, que deben ser aceptadas por los usuarios, basan su investigación en el modelo TAM, además de incorporar al modelo básico, nuevos constructores como, son el riesgo percibido y confianza. Los hallazgos demostraron que la actitud es la principal determinante del uso de las aplicaciones móviles, quedando excluidas las variables utilidad y riesgo como componentes que influyen favorablemente en su uso.

Ramirez-Anormaliza et al. (2017), busco comprender mejor los componentes que pueden incentivar en la utilización de sistemas, así como para simplificar la implementación de direcciones que incrementen las ventajas que aportan al proceso de aprendizaje y enseñanza, esta investigación adopta el Modelo TAM como predictor en ocupación y pretensión de uso de aplicaciones e-learning en estudiantes. Se proporcionó el instrumento vía correo a 600 alumnos del nivel pregrado, 423 reaccionaron satisfactoriamente. Los resultados muestran que, al evaluar cómo las tecnologías e-learning son aceptadas por los estudiantes, se confirman todas las hipótesis.

Por otro lado, los antecedentes observados a nivel nacional, Díaz et al. (2022), se investigó la conexión del servicio e-gobierno, con la satisfacción en el cliente, en un ayuntamiento distrital de San Martín, realizado en el año 2021. Se elaboró un estudio básico, una muestra conformada por 145 individuos, y los datos fueron recolectados mediante una encuesta. El nivel del servicio de gobierno electrónico alcanzó el 75% de la muestra, que alcanzó el rango medio. Encontramos una fuerte relación en variables servicio e-gobierno y satisfacción en el usuario, con significación bilateral menor al 0.05 y un Rho de Spearman igual a 0,701.

Arias y Valdivia (2021), señalaron que el objetivo de su estudio era calcular las cotas de complacencia de sus clientes, mediante los medios de atención de la entidad en la ciudad de Arequipa. El procedimiento que emplearon fue la encuesta basada en SERVQUAL, se utilizó como instrumento al cuestionario. La población lo conformaron 515 clientes, se empleó el muestreo probabilístico y causal, los resultados, el 88% de encuestados expresó una elevada satisfacción con el servicio obtenido a través del canal digital, el 61% de encuestados expresó una baja satisfacción con el servicio recibido a través del canal telefónico.

Alarcón et al. (2021), su meta fue proporcionar los hallazgos sobre calidad de servicio medida en un Juzgado, se basaron en SERVQUAL. Los hallazgos revelaron, que las dimensiones confiabilidad, seguridad y aspectos tangibles no cumplieron con las expectativas de los usuarios. Estas conclusiones son importantes porque permiten a la institución mejorar sus procedimientos de atención al cliente.

Bayona-Oré y Leyva (2020), sobre la aceptación del plan de uso de efectivo digital, estudiaron la manera en que las organizaciones financieras pueden incentivar a sus clientes a transferir dinero utilizando efectivo digital a través de sus teléfonos inteligentes. Se basan en el modelo TAM, al cual incluyen tres nuevas variables, estos son estilo de vida, confianza percibida, riesgo y seguridad. Se aplicó una encuesta de 27 ítems a 406 clientes de dos instituciones bancarias peruanas, determinan que las dimensiones FUP, percepción de confianza y seguridad contribuyen con la aceptación de los clientes en el uso de efectivo digital.

Reyes y Castañeda (2020), examinó cómo las instituciones gubernamentales peruanas adoptan el Sistema de Gestión Documental (SGD), la cual emplea la firma digital como tecnología de vanguardia, los autores adoptaron dos constructos cruciales al modelo TAM, como el riesgo que percibe el usuario y la confianza. Según los resultados la capacidad predictiva de estas dimensiones psicológicas tiene un efecto favorable en los constructores fundamentales del modelo TAM.

La variable independiente de estudio conocida como TIC, término que hace referencia a diferentes tecnologías que facilitan la integración de diferentes sistemas de comunicación en uno solo sistema, es decir un conjunto de tecnologías y dispositivos (computadoras, teléfonos inteligentes, Infraestructura de comunicaciones y aplicaciones), que permiten al usuario tener acceso, poder de almacenar, transferir y manipular la información, a través de las TIC se alcanza la convergencia entre distintos dispositivos de comunicación, así como los servicios que estos contienen, Moreno y Velásquez (2016), destacaron que las TIC se entrelazan en todas las plataformas, ayudando a tener un manejo y uso apropiado de la información, la que puede ser usada por las entidades y organizaciones, en su esfuerzo por mejorar las circunstancias sociales de las personas.

Por otro lado, en cuanto a las dimensiones de las TIC, nos enfocaremos en TAM “Modelo de Aceptación de Tecnología”, propuesto por Davis (1989), en base

a análisis previos, define dos constructos, Utilidad Percibida (U.P), que define como el nivel de convicción que tiene una persona acerca del impacto positivo, que el uso de una tecnología afectará la habilidad de lograr una tarea con éxito, asimismo Torres et al. (2017), la define la U.P, como ventajas que involucra el uso de herramientas tecnológicas, Facilidad de uso percibida (FUP), lo describe como la medida en que un individuo piensa que la utilización de un sistema le liberaría de cualquier deber o trabajo, Torres et al. (2017), también hace referencia al autor Davis sobre este constructo y sostiene que la FUP, advierte la medida en que una tecnología será percibida como un coste para la acción. En su modelo también considera la influencia de factores externos, como la presión social y disponibilidad de recursos para adoptar nuevas tecnologías, la edad, el nivel de preparación, el género, entre otros. En general, el modelo TAM sugiere que a medida que aumentan las percepciones de usabilidad y facilidad de uso, mejora la oportunidad de que los usuarios utilicen un producto o servicio.

Murciano et al. (2022), en su trabajo, recurre al modelo TAM, con el fin de investigar qué elementos influyen en la intención de emplear tecnología vanguardista en adultos mayores. Los resultados se alinean con la visión de que la adopción es coherente, se ve facilitada principalmente por el motivo y la satisfacción, mientras que la ansiedad tecnológica y la percepción de peligro se reconocen como los principales obstáculos para la población de más edad.

Camilleri y Falzon, (2021), que llevaron a cabo un estudio, sobre cómo los individuos utilizaron y disfrutaron de las tecnologías de streaming durante el COVID-19. Se basaron en el modelo TAM, buscando comprender mejor las opciones de usuarios, como resultado se determinó que UP del Usuario y FUP de servicios de streaming fueron antecedentes significativos de sus intenciones de usar la tecnología mencionada, ya que, si estas son percibidas como fáciles de usar, existe un interés o curiosidad del usuario por esa tecnología, por el contrario, si es compleja y difícil de usar, difícilmente serán percibidas como útiles.

Bedregal-Alpaca et al. (2019), el Modelo TAM, es uno de los más influyentes para determinar la adopción de una nueva tecnología. La Utilidad Percibida la define como la aceptación de la tecnología, por parte de quien la usara, y como este se convence de que a través de su uso incorporara un valor agregado, por otro lado, asocia a la Facilidad de uso Percibida como la ventaja de lograr disminuir el

esfuerzo a través de las tecnologías, es decir lo asocia al trabajo que se dejara de hacer, por último, la Intención de Uso, se refiere al interés del usuario de contar con los avances tecnológicos en su quehacer diario.

En esta situación, se usará el modelo TAM, para medir el grado de utilidad de las TIC a través de sus canales digitales basados en internet, para los usuarios externos (Asegurados) de una Institución Aseguradora de Salud, mediante este modelo se buscará determinar la percepción del usuario, el cual se logrará obtener a través de la recopilación de datos mediante las encuestas.

De forma análoga, se cuenta con las descripciones de la variable dependiente, conocida como Satisfacción, Kotler y Keller (2012) definieron como un conjunto de emociones producidas en toda persona, se trata de una medida que evalúa la satisfacción en el cliente al comparar su comprensión del cumplimiento del servicio en relación con las expectativas que tenía sobre él, en otras palabras, en caso el producto no cumpla con las expectativas cliente, este quedara descontento. El modelo SERVPERF, en el que se basa este estudio, mide la satisfacción del usuario y se creó en respuesta a una sugerencia de Cronin y Steven (1994), como mejora al modelo SERVQUAL. SERVPERF tiene como finalidad evaluar el grado de regocijo en el cliente, con la prestación que ha recibido y la buena acogida que considera que ha tenido. SERVPERF fue usado para evaluar calidad del servicio (C.S), enfocándose en evaluar si el usuario se satisface mediante los servicios recibidos. La C.S, toma en cuenta cinco aspectos principales, que a continuación se detallan: empatía, confiabilidad, seguridad, activos físicos y capacidad de respuesta. Este modelo usa un enfoque basado en el rendimiento, donde se evalúa si el servicio cumplió con las expectativas del usuario y si se siente satisfecho. El usuario juzga, la calidad del servicio que reciben de los proveedores basándose en cómo cumplen los cinco requisitos. En este sentido nos encontramos con la dimensión Fiabilidad, se explica la capacidad de las empresas y/o instituciones de cumplir con lo prometido en relación con los servicios ofrecidos, el personal de la entidad debe contar con las capacidades idóneas para responder a las consultas consistentemente, En contraste, se considera la capacidad de respuesta, como dimensión con la que podemos definir como la voluntad o disposición de la entidad de brindar un servicio veloz y eficiente, es importante la accesibilidad que tengan los usuarios, por ejemplo a través de canales en línea, otro factor importante es el

tiempo de respuesta con el que la entidad brinda el servicio de forma rápida y oportuna, es vital que el ciudadano no tenga que esperar periodos de tiempo prolongado, para recibir una atención o servicio, indicadores como Tiempo de espera, facilidad de acceso a la información y amabilidad del personal, son algunos ejemplos con los que podemos medir esta dimensión. Asimismo, la dimensión Seguridad, representa la confianza y seguridad, que un usuario experimenta al usar un servicio de la entidad, se puede medir esta dimensión, con los indicadores protección de los datos personales, seguridad física, prevención de fraudes, prevención de riesgos, comunicación efectiva, por otro lado, la dimensión Empatía, se puede definir como competencia de la entidad de brindar una asistencia personalizada y/o respetuosa, ajustarse a las exigencias del usuario, por último, la dimensión tangible se refiere a las características físicas reales de los recursos, personas, herramientas e instalaciones necesarios para prestar el servicio.

Davis (2015), los autores en su libro explican el modelo SERVPERF, el cual se basa en el modelo SERVQUAL, determinan que el primero mide el rendimiento mientras que el segundo la calidad, distinguen dos objetivos en el modelo, siendo el primero encontrar las diversas expectativas que el cliente tiene, en relación con lo que realmente este recibe, a partir de ahí, su segundo objetivo será justamente cerrar esa brecha con el fin de mejorar los servicios al cliente.

Srivastava (2015), analizo la forma que las dimensiones SERVQUAL, impactan en el comportamiento y por ende en la complacencia del cliente, enfoca su análisis en las 5 dimensiones del modelo, para predecir la satisfacción del usuario y cómo influye en la satisfacción, para ello se enfoca en el modelo ampliado denominado SERVPERF, el cual sugiere que es un método robusto, para la medición de la satisfacción, es así que para su investigación recopilaron investigaciones relevantes, de ambos modelos.

Lewis (2015), con el fin de medir qué opinión tiene el cliente, respecto a la empresa minorista, relacionada a calidad de servicio que éste percibe, los autores recaban información sobre el modelo SERVQUAL, con un cuestionario de 22 ítems. Buscaron medir la calidad percibida, el cual lograron al contrastar las expectativas con las opiniones sobre el rendimiento; la cual está relacionada con la satisfacción, pero no es lo mismo.

Fleischman et al. (2017), los autores examinaron las dimensiones definidas en los modelos SERVQUAL (SQ) y SERVPERF (SP), para medir las dimensiones desarrollaron encuestas. Las respuestas de los participantes identificaron tres dimensiones, donde la correspondencia fue alta en las dimensiones del modelo, entre usuarios y proveedores, pero con diferencias notables en las prioridades de servicio. Un enfoque de solo rendimiento parece proporcionar una mejor medida de calidad general del servicio, ha mayor rendimiento menor expectativa.

Ograjenšek (2016), este estudio pretende demostrar teórica y empíricamente que las dimensiones SERVQUAL no son constantes dentro de la misma industria de servicios, porque las evaluaciones de la calidad del servicio son variadas. Los resultados demuestran, que es más lógico interpretar que las cinco dimensiones SERVQUAL pueden ser heterogéneas entre servicios. Esta conclusión sugiere que las cinco categorías SERVQUAL no son necesarias porque no reflejan con exactitud las variables psicométricas.

Dahlgaard-Park (2015), En su investigación sobre la satisfacción, la intención de adquirir y la fidelidad del usuario, busca determinar si están relacionadas con la calidad del servicio. Los sectores empresariales evolucionaron hacia el comercio electrónico y las unidades comerciales físicas han sido sustituidas por sitios web o aplicaciones móviles. En consecuencia, se prevé que la calidad del servicio en un nicho de mercado en línea será también un elemento clave para fomentar la satisfacción del cliente.

Desde un enfoque propio, y a través de los artículos científicos estudiados para la preparación de este trabajo de investigación, he logrado determinar que para medir o evaluar la complacencia de los usuarios con los servicios que se les brinda, se debe estudiar la percepción que tienen de ellos, es por eso que se eligió las variables TIC y Satisfacción del cliente, para esta investigación específica son los asegurados, la población vulnerable y de menores recursos que requieren de un acceso gratuito y digno, el estudio de ambas variables a través de sus dimensiones e indicadores nos permitirán deducir si existe correlación entre ellas, y en función a los resultados, se pueda ofrecer a la alta dirección nuevos métodos de toma de decisiones para mejorar los servicios a los ciudadanos, sobre todo en entidades públicas.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1.- Tipo de investigación:**

Aplicada. Gómez (2016), son aquellas investigaciones que usan información, descubrimientos y conclusiones adquiridas de una investigación básica, aplicándolas sobre la solución de un problema social concreto, se plantean problemas e hipótesis con el objetivo de abordar y solucionar cuestiones de relevancia social, que puedan presentarse en lugares específicos.

##### **3.1.2.- Diseño de investigación:**

No experimental. Martínez-Ruiz (2018), el escenario donde las variables no son dirigidas de forma deliberada, este diseño estudia los fenómenos sociales, que ocurren de forma natural, los cuales analiza, comprende y explica. Asimismo, el diseño se clasificó en transversal, teniendo en cuenta que la recopilación de datos en esta investigación fue realizada una única vez, en un momento determinado de tiempo, además el nivel será correlacional simple, esperando correlación entre ambas variables, concretamente la variable TIC y la satisfacción del asegurado.

#### **3.2 Variables y operacionalización**

**Variable Independiente:** TIC.

##### **Definición Conceptual:**

Grupo de tecnologías, dispositivos informáticos y de comunicación, que posibilitan la creación, producción, almacenamiento, difusión y recibimiento de la información. (Castells, 2005).

##### **Definición Operacional:**

Para operacionalizar la adopción de la tecnología, se creó una encuesta enfocada en las dimensiones del modelo TAM. Facilidad de uso percibida (FUP), utilidad percibida (UP) e intención de uso (IU), conformaron las dimensiones empleadas. También se empleó una escala Likert con 5 respuestas potenciales para analizar los datos, en la que se pedía a los usuarios que indicarán si estaban de acuerdo o en desacuerdo con las afirmaciones dadas.

##### **Indicadores:**

Se consideró, navegación intuitiva, claridad de la Información, proceso de autogestión, adaptabilidad, cumplimiento de necesidades, valor agregado,

eficiencia en el proceso, preferencia de uso, intención de recomendación, retención y lealtad.

**Escala de Medición:** Ordinal

**Variable dependiente:** Satisfacción.

**Definición Conceptual:**

Definido como valor real, sobre el valor esperado, que da origen a una brecha de satisfacción. (Kotler y Keller, 2012)

**Definición Operacional:**

Se consideró operacionalizar mediante el uso del cuestionario, enfocando la teoría del modelo SERVPERF propuesto Cronin y Steven (1994), desarrolla un grupo de dimensiones (fiabilidad-capacidad de respuesta-empatía-tangibles-seguridad); asimismo, se examinaron datos utilizando una escala de Likert con cinco respuestas posibles, en donde los usuarios señalaron su aceptación o rechazo con las afirmaciones planteadas

**Indicadores:**

Se consideró, disponibilidad, consistencia de calidad, tiempo de respuesta, cumplimiento de compromisos, tiempos de espera, velocidad de resolución, seguimiento de consultas, Atención personalizada, Comprensión, Privacidad de datos, Comunicación segura.

**Escala de Medición:** Ordinal

**Nota:** detalle de operacionalización en anexo 02.

### **3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis**

#### **3.3.1.- Población**

Abarcó total 1,000 asegurados. Niño (2019), señala que la identificación del objeto de estudio, parte de conocer la población a estudiar, es decir el total de individuos, animales, sucesos, etc. que conformarán el ámbito de investigación.

**Criterios de selección**

**Inclusión:** Se incluye a personas aseguradas de cualquier género, entre edades de los 18 a 65 años.

**Exclusión:** Personas aseguradas de cualquier género, con edades inferiores a 18 años y superiores a 65 años.

### **3.3.2.- Muestra**

Niño (2019), la definió como una parte de población seleccionada para su estudio y medir las características totales de la población. La muestra es una parte del total, que destaca en mayor medida sus semejanzas. Se eligieron asegurados de ambos géneros, en edades que van desde los 18 hasta 65 años, lo que constituyó un total de 268 asegurados de la Institución Aseguradora en Salud que sirvió de objeto del estudio. En el Anexo 07 se detalla la fórmula con la que se calculó la muestra de esta investigación.

### **3.3.3.- Muestreo**

Niño (2019) , define como la técnica que usamos para alcanzar el número adecuado de la muestra que utilizaremos para analizar la población.

Muestreo probabilístico aleatorio simple, como consecuencia, que la población objetivo es homogénea, es necesario que la muestra sea seleccionada al azar, bajo el criterio primario de que todos los asegurados tienen la posibilidad de ser seleccionados.

### **Unidad de análisis**

Usuarios que cuenten con afiliación a la Institución Aseguradora en Salud.

## **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Desarrolló una encuesta, que permite recabar información y proceso esencial para obtener resultados. Martínez-Ruiz (2018), se refiere a las encuestas, como el instrumento realizado a manera de cuestionario, con el que recabamos datos, crucial para el estudio, la misma que será tratada bajo el enfoque cuantitativo.

En el estudio se empleó un cuestionario, como mecanismo con el cual los datos fueron recopilados. Martínez-Ruiz (2018), señala al cuestionario como el mecanismo más común en la recopilación y registro de datos. Se emplearon 02 instrumentos, uno por variable, conformada por 13 preguntas cada una, además de

dimensiones sustentadas teóricamente, se empleó escala Likert, para evaluar las justificaciones del cálculo de cada variable y de la dimensión asociada. Tabla 1, muestra los detalles de los instrumentos utilizados.

**Tabla 1**

*Descripción detallada del instrumento utilizado para recolectar información*

<b>Detalle del Instrumento:</b> Encuesta para los ciudadanos asegurados a una IAS, Lima 2023	
<b>Autor/Investigador:</b>	Raúl Yvan Santisteban Rodríguez
<b>Año:</b>	2023
<b>Modalidad de Instrumento:</b>	Cuestionario
<b>Meta:</b>	Definir el grado en cómo influye las TIC, en la satisfacción del asegurado en una IAS, Lima 2023.
<b>Número total de elementos</b>	26 preguntas
<b>Aplicación</b>	Individual y en línea
<b>Normas de aplicación:</b>	Asegurado elige un curso de acción basado en cómo se sintió con el servicio que recibió.
<b>Escala:</b>	Likert, con valoración de 1 (Nunca) a 5 (Siempre).

La validez, se gestionó mediante evaluación denominada juicio de expertos, grupo de profesionales que determinaron la adecuación, claridad y relevancia de los elementos del cuestionario para establecer su validez. Según Maldonado, (2018) menciona en su obra, que la validación de la herramienta para recabar datos se realiza mediante juicio de expertos y que, con las observaciones realizadas por los expertos, se podrían reformular algunos ítems. En el Anexo 05, se encuentran los 03 certificados de la validación realizada por cada experto.

Martínez-Ruiz (2018), la confiabilidad es un índice estadístico mediante el cual se medirá la consistencia de las preguntas formuladas y cómo se correlacionan en

la encuesta. Señala también que se mide el coeficiente a través del Alfa de Cronbach, con el que evaluamos la precisión y solidez de una herramienta de investigación basado en cuestionarios, en donde sus ítems pueden tener respuestas dicotómicas, como por ejemplo la escala de Likert. Cortina (1993) como citado en Rodríguez-Rodríguez y Reguant-Álvarez (2020).

El estudio se inició con un piloto de 55 encuestados, con lo que se analizó la fiabilidad del instrumento. Dentro del marco, Landa y Ramírez (2018), clasifican el coeficiente alfa de Cronbach, en las siguientes categorías de fiabilidad: No significativos para valores [0-0,3], representatividad mínima [0,3-0,5], aporte significativo [0,5-0,7], relevantes [ $> 0.7$ ]. Los resultados obtenidos en el plan piloto reflejaron una puntuación de correlación de 0,915. Posteriormente, se calculó un valor de correlación de las 268 encuestas que componen la muestra establecida dando un resultado de 0,983. (Ver anexo 08)

### **3.5 Procedimiento**

En primera instancia, se revisó antecedentes relacionados al tema de investigación, así como teorías sobre las variables, las cuales permitieron determinar las dimensiones, indicadores y preguntas, con los cuales se generaron los mecanismos de selección de información, evaluados por profesionales expertos, con la finalidad de comprobar su validez, luego, se sometió la información a las pruebas de confiabilidad (Alfa de Cronbach). La encuesta se realizó de forma virtual, se solicitó apoyo a 9 colegas informáticos, de diferentes distritos que laboran en las unidades de seguro, de los Establecimientos de Salud, los cuales hicieron partícipe a los asegurados a formar parte de esta investigación, previo consentimiento informado, los datos obtenidos fueron importantes para obtener los resultados, poder armar los cuadros descriptivos e inferenciales, concluyendo con la discusión de lo obtenido.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Con los datos seleccionados, preparamos resultados usando el aplicativo SPSS v27, el cuestionario en línea utilizado para realizar encuestas a los

asegurados de una Institución de aseguradora en salud con un modelo determinado para el propósito del estudio.

El análisis descriptivo, se construyó mediante tablas cruzadas e histogramas, y los resultados interpretan las dimensiones y los indicadores del estudio.

Se construirá con pruebas no paramétricas para encontrar relaciones significativas es decir el análisis inferencial y coeficiente de regresión ordinal para el análisis estadístico, que nos permitirá obtener el grado de correlación entre TIC y satisfacción del asegurado.

### **3.7 Aspectos éticos**

Las consideraciones éticas esenciales que deben guiar la creación y presentación de esta tesis se reconocen y abordan en el contexto de este estudio. Además, me esfuerzo por evitar cualquier tipo de similitud involuntaria, al tiempo que defiendo la integridad y hago hincapié en la importancia de actuar con honestidad al presentar los resultados, evitando cualquier distorsión o sesgo en la interpretación de los datos recopilados, precisar también para la recolección de información se logró obtener consentimiento informado, por cada participante, los cuales, al acceder a la encuesta virtual, podían aceptar o no participar en la encuesta. También hago hincapié en la apertura y el rigor científico en el análisis de los datos, así como en el cumplimiento de las directrices morales impuestas por la normativa pertinente (R.C.U. N° 0470-2022/UCV). Para garantizar la validez y el valor ético de esta tesis, así como para contribuir al progreso responsable y beneficioso para la comunidad científica y para el bien de nuestra sociedad, se reconoce que es crucial tener en cuenta las implicaciones éticas durante cada parte de la investigación.

La selección de información se obtuvo de usuarios asegurados, previo consentimiento de su parte, el cual fue privado y solo usado para esta investigación, contando con los siguientes principios:

**Beneficencia:** Prevención del daño al usuario encuestado, búsqueda de su beneficio y promoción de su bienestar.

**No maleficencia:** El investigador no revelará los resultados, protegiendo al encuestado de cualquier daño a su bienestar físico, mental o moral.

Equidad: Los encuestados deben tener tiempo suficiente para completar el cuestionario, y a los que no lo tengan se les dará el espacio y el tiempo que necesiten para hacerlo.

Autonomía: Es importante reconocer que las percepciones de los participantes sobre su compromiso son propias, en consonancia con sus creencias y valores.

#### IV. RESULTADOS

Se elaboró una investigación con el fin de determinar el grado o nivel que influyen las TIC (V1) en la satisfacción (V2) del asegurado de una institución aseguradora en salud, los cálculos que se obtuvieron fueron el producto de aplicar herramientas de obtención de datos.

**Tabla 2**

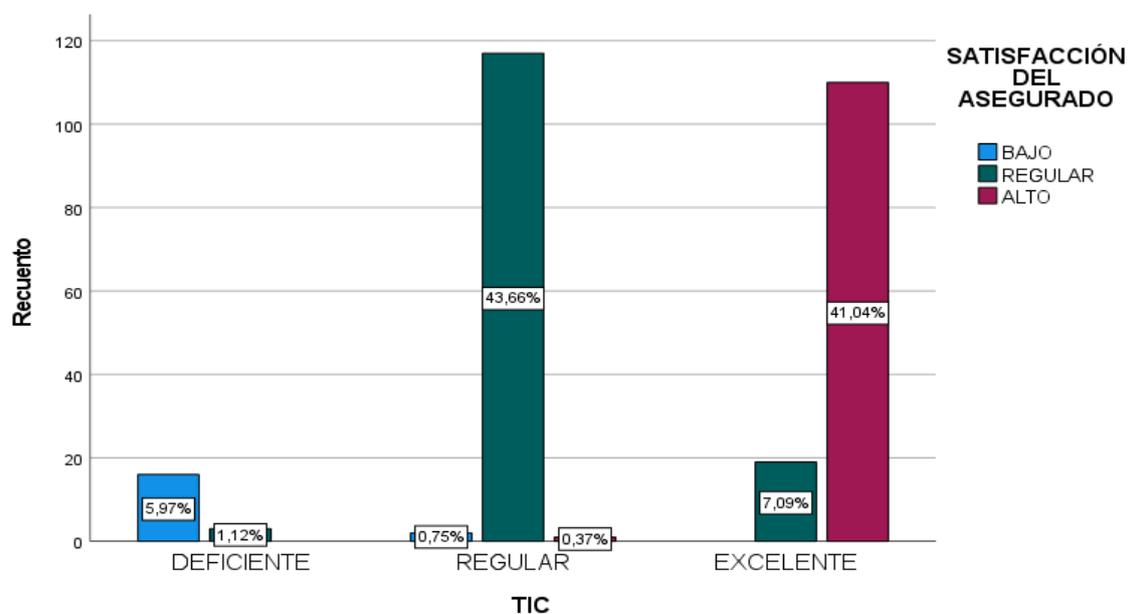
*Las TIC y su influencia en la satisfacción del asegurado*

V1		V2			Total
		Bajo	Medio	Alto	
V1	Deficiente	16 6,0%	3 1,1%	0 0,0%	19 7,1%
	Regular	2 0,7%	117 43,7%	1 0,4%	120 44,8%
	Excelente	0 0,0%	19 7,1%	110 41,0%	129 48,1%
Total		18 6,7%	139 51,9%	111 41,4%	268 100,0%

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

**Figura 1**

*Comparación entre variables TIC y satisfacción del asegurado*



Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Los cálculos de la Tabla 2 y Figura 1, nos permite verificar la importante influencia de las TIC en la alta satisfacción, en el uso de canales de atención digital que perciben los usuarios, para consultas o trámites relacionadas a su seguro de salud, como lo indica el 41,0% (110 asegurados). Del total, un 6% (16 asegurados) valoraron al uso de las TIC como deficientes, con una baja influencia en su satisfacción.

### Cotejamiento de hipótesis objetivo general

Ho: Las TIC influyen significativamente en la satisfacción del asegurado, en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023.

Ha: Las TIC no influyen significativamente en la satisfacción del asegurado, en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023.

Regla de decisión: Sí  $p < 0,05$  aceptamos Ho y descartamos Ha. En tanto, si  $p \geq 0,05$  rechazamos Ho para aceptar Ha.

**Tabla 3**

*Prueba de asociación de las TIC con satisfacción del asegurado*

			TIC	Satisfacción del Asegurado
Rho de Spearman	TIC	Coeficiente de correlación	1,000	,912**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	268	268
	Satisfacción del Asegurado	Coeficiente de correlación	,912**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	268	268

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

Los cálculos de la Tabla 3, demostraron asociación positiva y fuerte con valor Rho=,912 entre las TIC y la satisfacción del asegurado. En tanto, la significancia bilateral o p-value = 0,000 permite aceptar la hipótesis nula (Ho). Así pues, se ratifica una relación de significancia de las TIC y satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud, Lima 2023.

**Tabla 4**

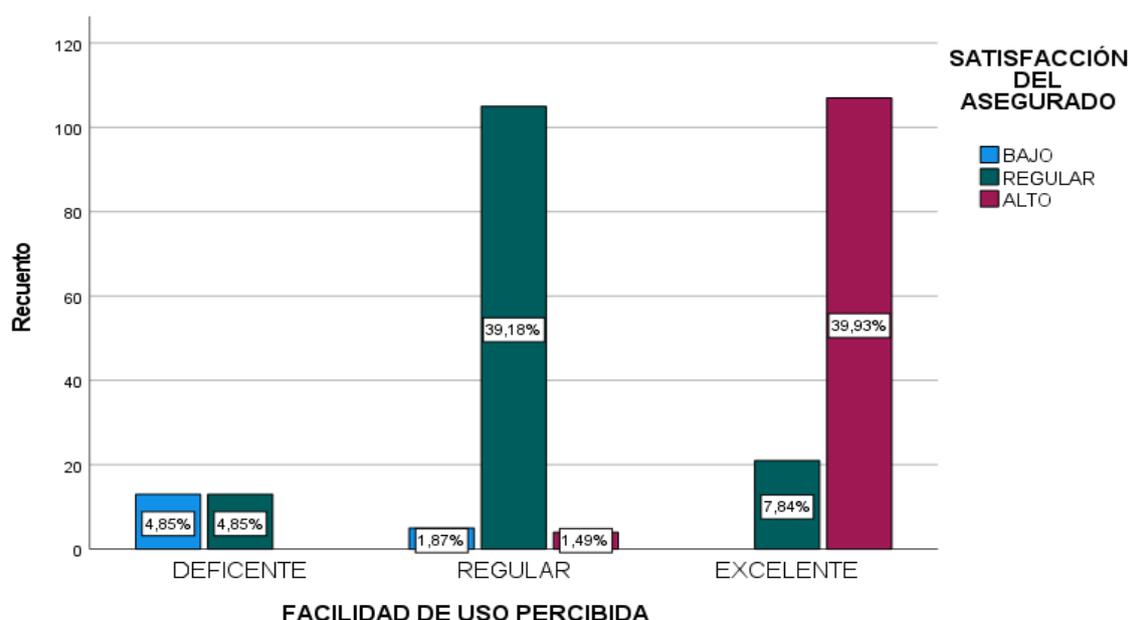
*Dimensión Facilidad de uso percibida y su influencia en satisfacción del asegurado*

		Satisfacción del asegurado			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Facilidad de uso percibida	Deficiente	13 4,9%	13 4,9%	0 0,0%	26 9,7%
	Regular	5 1,9%	105 39,2%	4 1,5%	114 42,5%
	Excelente	0 0,0%	21 7,8%	107 39,9%	128 47,8%
Total		18 6,7%	139 51,9%	111 41,4%	268 100,0%

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

**Figura 2**

*Comparación de dimensión facilidad de uso percibida y satisfacción del asegurado*



Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Los cálculos de la Tabla 4 y Figura 2, nos permite verificar la importante influencia de la percepción de facilidad de uso de los canales de atención digital, reflejando una alta satisfacción del usuario, en la gestión de consultas o trámites relacionadas a su seguro de salud, como lo indica el 39,9% (107 asegurados). Del

total un 4,9% (13 asegurados) perciben como deficiente la facilidad de uso de los canales digitales, reflejando una baja influencia en su satisfacción.

### Cotejamiento de hipótesis específica 1

Ho: La satisfacción del asegurado en institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la facilidad de uso percibida de las TIC.

Ha: La satisfacción del asegurado en institución aseguradora de salud, Lima 2023, no se ve significativamente influenciada por la facilidad de uso percibida de las TIC.

**Tabla 5**

*Prueba de la correlación satisfacción del asegurado y facilidad de uso percibida de las TIC*

			<b>Facilidad de uso percibida</b>	<b>Satisfacción del asegurado</b>
Rho de Spearman	Facilidad de uso percibida	Coefficiente de correlación	1,000	,900**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	268	268
	Satisfacción del asegurado	Coefficiente de correlación	,900**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	268	268

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Analizando la tabla 5, identificamos asociación muy fuerte con valor 0,900; se evidencia una asociación positiva y muy fuerte, entre facilidad de uso percibida (FUP) y satisfacción del asegurado. Además, con significancia bilateral o p-value igual a 0,000 permite aceptar la hipótesis nula (Ho). Así pues, se ratifica una relación de significancia de la FUP de las TIC, y satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023.

**Tabla 6**

*Dimensión percepción de utilidad y su influencia en la satisfacción del asegurado*

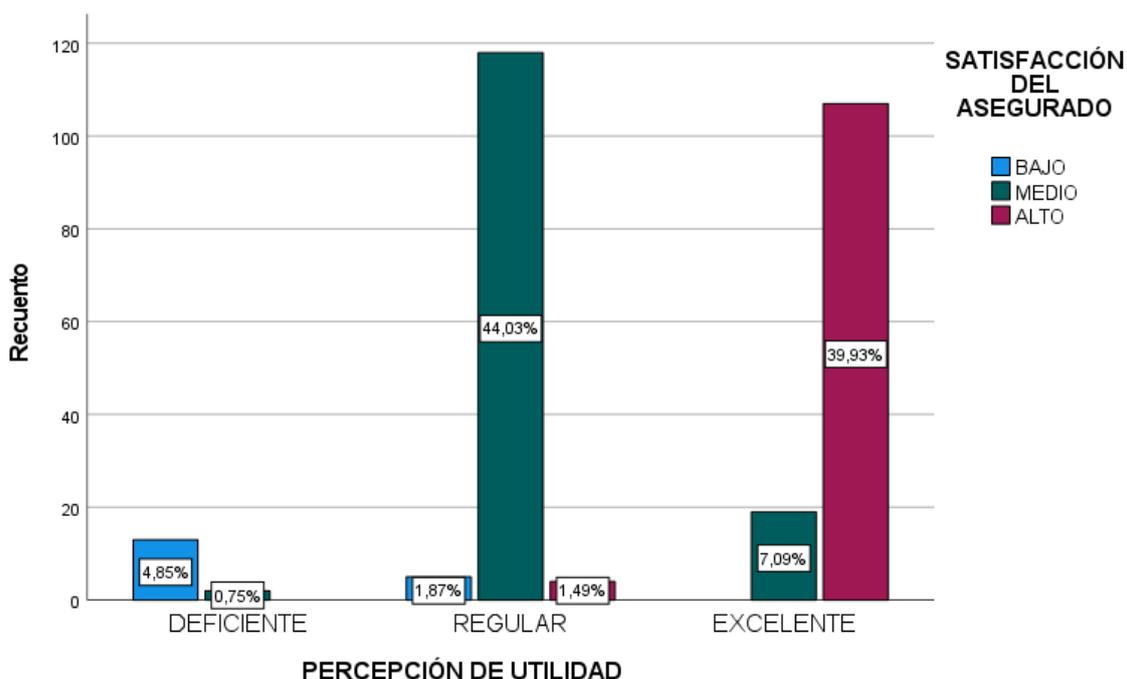
		Satisfacción del asegurado			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Percepción de utilidad	Deficiente	13 4,9%	2 0,7%	0 0,0%	15 5,6%
	Regular	5	118	4	127

		1,9%	44,0%	1,5%	47,4%
	Excelente	0	19	107	126
		0,0%	7,1%	39,9%	47,0%
Total		18	139	111	268
		6,7%	51,9%	41,4%	100,0%

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

**Figura 3**

Comparación de dimensión percepción de utilidad y satisfacción del asegurado



Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Los cálculos de la Tabla 6 y Figura 3, nos permite verificar la importante influencia en la percepción de utilidad de los canales de atención digital, reflejando una alta satisfacción del usuario, en la gestión de consultas o trámites relacionadas a su seguro de salud, como lo indica el 39,9% (107 asegurados). Del total un 4,9% (13 asegurados) perciben como deficiente la utilidad de los canales digitales, reflejando una baja influencia en su satisfacción.

### Cotejamiento de hipótesis específica 2

Ho: La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la percepción de utilidad de las TIC.

Ha: La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, no se ve significativamente influenciada por la percepción de utilidad de las TIC.

**Tabla 7**

*Prueba de correlación dimensión percepción de utilidad y satisfacción del asegurado*

			Percepción de Utilidad	Satisfacción del asegurado
Rho de Spearman	Percepción de utilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,888**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	268	268
	Satisfacción del asegurado	Coeficiente de correlación	,888**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	268	268

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Analizando la tabla 7, identificamos una fuerte correlación con valor 0,888 que confirma; correlación positiva y fuerte, de la dimensión percepción de utilidad (PU) de las TIC y la satisfacción de los asegurados. En tanto, la significancia bilateral o p-value 0,000 permite aceptar la hipótesis nula (Ho). Así pues, se ratifica una relación de significancia de la PU de las TIC, y satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023.

**Tabla 8**

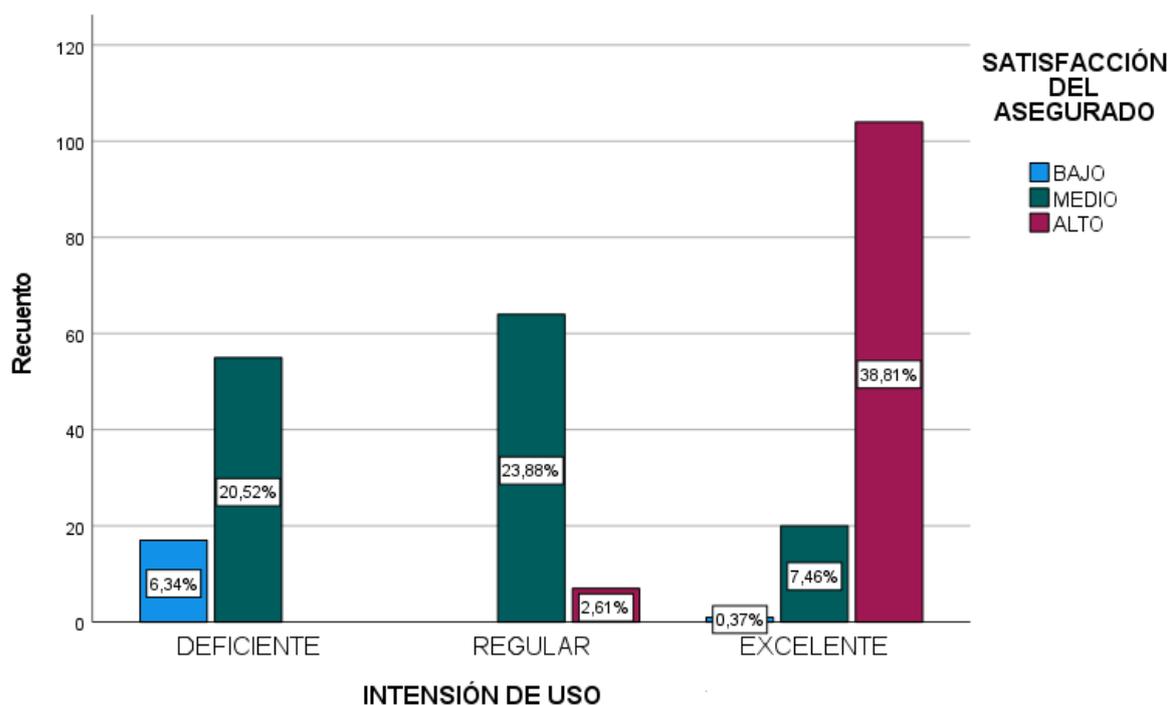
*Dimensión Intensión de uso y su influencia en la Satisfacción del asegurado*

		Satisfacción del asegurado			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Intensión de uso	Deficiente	17 6,3%	55 20,5%	0 0,0%	72 26,9%
	Regular	0 0,0%	64 23,9%	7 2,6%	71 26,5%
	Excelente	1 0,4%	20 7,5%	104 38,8%	125 46,6%
Total		18 6,7%	139 51,9%	111 41,4%	168 100,0%

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

**Figura 4**

*Comparación de dimensión Intensión de uso en la satisfacción del asegurado*



Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Los cálculos de la Tabla 8 y Figura 4, nos permite verificar la importante influencia de la intensidad de uso de los canales de atención digital, reflejando una alta satisfacción del usuario, producto de que los usuarios en mayor porcentaje perciben que el uso y la utilidad de los canales digitales, facilita la gestión de servicios relacionados a su seguro de salud, como lo indica el 38,8% (104 asegurados). Del total un 6,3% (17 asegurados) reflejan una baja intención de uso de los canales de atención digital.

### **Cotejamiento de hipótesis específica 3**

Hipótesis nula (Ho): La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente relacionada con la dimensión Intensión de uso de las TIC.

Hipótesis alterna (Ha): La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, no se ve significativamente relacionada con la dimensión Intensión de uso de las TIC.

## Tabla 9

*Prueba de correlación dimensión intención de uso de las TIC / satisfacción del asegurado*

			<b>Intención de uso</b>	<b>Satisfacción del asegurado</b>
Rho de Spearman	Intención de uso	Coefficiente de correlación	1,000	,859**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	268	268
	Satisfacción del asegurado	Coefficiente de correlación	,859**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	268	268

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

Analizando tabla 9, identificamos fuerte correlación con valor 0,859; se confirma asociación positiva y fuerte, de la dimensión intención de uso (IU) de las TIC y satisfacción del asegurado. En tanto, la significancia bilateral o p-value 0.000, permite aceptar la hipótesis nula (Ho). Así pues, se ratifica una relación de significancia de la IU de las TIC, y satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023.

## Prueba de Regresión Lineal

Se analizó los estadísticos descriptivos, las correlaciones, el resumen del modelo y el ANOVA.

## Tabla 10

*Características de los datos*

	Media	Desv. Desviación	N
Tic	47,31	13,448	268
Satisfacción del asegurado	47,67	11,562	268

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

**Tabla 11***Resumen del modelo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,914 <sup>a</sup>	,836	,835	5,457

a. Predictores: (Constante), V2 SATISFACCIÓN DEL ASEGURADO

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Analizando la tabla 11, comprobamos que el modelo es altamente determinista y válido en un 83,5%.

**Tabla 12***ANOVA*

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
	Regresión	40367,698	1	40367,698	1355,511	,000 <sup>b</sup>
1	Residuo	7921,597	266	29,780		
	Total	48289,295	267			

Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Analizando la tabla 12, comprobamos que la significancia es inferior al valor 0.05, con lo que se valida la correlación de las variables TIC y Satisfacción del asegurado.

## V. DISCUSIÓN

El objetivo general fue concluir cuánto influyen las TIC en la satisfacción del asegurado. A través de un análisis inferencial, fue posible confirmar una asociación positiva y muy alta entre las variables, con un coeficiente  $Rho=0,912$ . Por otro lado, la significancia que permitió aceptar la hipótesis nula fue de 0,000 con los que podemos inferir en que existe una correlación directa. Tras la realización del análisis descriptivo, podemos identificar que la variable TIC tiene una importancia para la variable satisfacción del asegurado con un 48,1% de los datos obtenidos calificados como excelentes, un grupo del 44,8% lo califica como regular y un porcentaje minoritario del 7,1% los califica como deficiente, estos resultados evidencia en un mayor porcentaje, la satisfacción de los usuarios con el uso de las TIC a través de los canales de atención digital, mejorando y optimizando los procesos relacionados con el aseguramiento en salud.

Los hallazgos se alinean con los datos presentados por Barreto et al. (2023), sobre relación TIC y satisfacción del cliente de una entidad financiera, concluyen que existe asociación significativa y fuerte entre las variables, como lo demuestra el coeficiente Spearman ( $R_s=0,642$ ), indicando una asociación positiva y moderada. El resultado positivo en gran parte se debe a la adopción de herramientas tecnológicas que ofrecen las TIC, las cuales afectan significativamente el acceso y calidad a los servicios financieros que ofrecen a los clientes, se determinó que para alcanzar un nivel de satisfacción en los consumidores, influyen diversos factores, dentro de los cuales resaltan el lograr posicionar la marca de la empresa, que acompañada a los avances tecnológicos implementados, permitirá conseguir la fidelidad de los clientes, concluyeron que otros factores importantes para brindar un servicio de calidad, disponible, oportuno y dinámico, debe estar acompañado de herramientas tecnológicas, que proporcionen vanguardia, seguridad y confiabilidad hacia los usuarios.

Además, se coincide con lo investigado por Arias y Valdivia (2021), sobre percepción del usuario, relacionado a la satisfacción del servicio recibido en los canales digitales, la información fue seleccionada a través de una encuesta, permitió analizar la asociación de las variables, donde 88% de encuestados expresó una elevada satisfacción con el servicio de banca electrónica, obtenido a

través de los canales digitales, especialmente durante la pandemia del COVID19, donde fue percibida como una herramienta efectiva y de gran aceptación por parte de los clientes.

Asimismo, se coincide con lo investigado por Díaz et al. (2022), cuyo análisis permitió establecer una conexión del gobierno digital con la satisfacción en el cliente, a través del análisis inferencial encontraron una alta relación entre las variables servicio e-gobierno y satisfacción en el usuario, con correlación  $Rho=,701$  y significancia de  $,000$ .

Con el fin de verificar el cumplimiento del objetivo específico 1, se empleó coeficiente de Spearman, donde la asociación  $Rho=,900$ ; muestra una relación muy alta y directa, entre percepción de facilidad de uso de los canales digitales y satisfacción del usuario, basándonos en los hallazgos podemos inferir que la dimensión Facilidad de uso percibida (FUP) basado en la teoría del modelo TAM, influye significativamente en la satisfacción del asegurado. Los hallazgos, muestran que un 39,9% valoraron que la facilidad de uso de los canales de atención digital influyó en un alto nivel en su satisfacción, finalmente, solo 9,7% percibieron que los canales de atención no son fáciles de usar, clasificándolos como deficientes, por ende, influye en una baja satisfacción del asegurado.

Los hallazgos se alinean con los datos presentados por Mousa et al. (2021), que analizo los factores de aceptación del servicio de banca electrónica, su análisis enfocado en el Modelo TAM, en comparación a nuestra investigación, el autor empleó variables externas al modelo básico del TAM (confianza, interfaz del sistema, reputación del banco), llegó a la conclusión que los factores externos al modelo están altamente influenciadas por la FUP, determinó una asociación general igual a  $0,727$ ; reflejando una relación positiva y alta; determinaron que a partir de superar estas variables extendidas al modelo básico, como por ejemplo mejorar la confianza en el uso de la banca electrónica, demostrando que su uso es amigable y fácil, permitirá mejorar la reputación de la entidad, lo cual tendrá un impacto positivo en el usuario para adoptar esta nueva forma de transacción digital.

Por otro lado, también podemos discutir con el estudio de Mangin et al. (2013), determinó la influencia de dimensión FUP sobre IU, en los usuarios ante

nuevas innovaciones tecnológicas, específicamente hacia el uso de la banca por internet para la gestión de sus transacciones financieras, de los resultados se determinó que el coeficiente de confiabilidad de la variable facilidad de uso percibida es igual a 0,764; sin embargo a través del análisis del R cuadrado, se determinó que la FUP tiene un papel secundario en la aceptación de la banca electrónica, es por ello que se incluye factores externos al modelo base del TAM, específicamente se incluye la dimensión seguridad y confianza, con el que se logra explicar la significancia de la percepción de FUP de los clientes hacia innovaciones tecnológicas, como sabemos la banca por internet ofrece ventajas en contraparte a la banca tradicional, es el entorno en donde el cliente se hace de una opinión favorable, del servicio prestado, y lo aceptará siempre que perciba que el sistema es de fácil uso y seguro.

Para confirmar el objetivo específico 2, se empleó coeficiente Rho de Spearman, mediante el cual medimos la asociación entre variables, el hallazgo de asociación fue igual a 0.888, este resultado además permite determinar asociación positiva y alta, de la dimensión percepción de utilidad (P.U) y variable satisfacción del asegurado. Asimismo, encontramos que la significancia fue de 0,000 con los que podemos inferir en que existe una correlación directa. Los hallazgos, muestran que un 44,0% de los asegurados percibieron como regular la utilidad de los canales de atención digital, reflejando un nivel regular en su satisfacción, finalmente solo un 5,6% perciben que la utilidad de los canales de atención es deficiente, lo cual se refleja en una baja satisfacción en la aceptación de esta nueva herramienta tecnológica.

Estos resultados los podemos contrastar con los datos de Carrera-Mora et al. (2019), determinan la influencia de la dimensión utilidad percibida del modelo TAM sobre la satisfacción del ciudadano, en relación a la adopción de herramientas tecnológicas, para el pago de prediales vía internet, su estudio incluye un factor externo al modelo básico TAM, denominado Eficiencia del ciudadano, y que a través de su análisis inferencial, concluye que existe grado de asociación positiva y alta, con un  $Rho=0,786$  y un coeficiente de R cuadrado 0,617 demostraron así, el 61% de la percepción de eficiencia ciudadana se encuentra influenciado por factores como la percepción de la utilidad.

Por otro lado, podemos contrastar la investigación de Ramos y Ortiz (2022), basado en el modelo TAM, mide el nivel de influencia de la dimensión utilidad percibida (UP) de estudiantes en relación a un sistema de información, y cuánto influye la idoneidad del servicio de internet, en la percepción de utilidad del mismo, determinó en su análisis inferencial una correlación de la dimensión Utilidad Percibida con una  $Rho=0,918$ , lo que refleja una relación positiva y muy alta. Se concluye que el acceso a internet de calidad, con miras en aceptar un sistema de información, influye significativamente, pero en menor proporción sobre la percepción de utilidad que percibe el alumno, en cambio para facilidad de uso percibida el efecto es amplio, ya que contar con una conexión idónea de internet, se relaciona directamente con el uso que le daremos a los sistemas de una manera más fácil.

Estos resultados los podemos contrastar, también con la investigación de Tony (2019), se evalúa el avance de la enseñanza en línea, para estudiantes y cómo estos aceptan las tecnologías, su estudio se basó en el modelo TAM, para verificar la aceptación de tecnologías de aprendizaje on-line, los hallazgos demostraron que utilidad percibida (UP), influye en la intención de uso (IU), la asociación entre las variables oscila en 0,913 para UP; 0,957 para FUP y 0,905 para IU, concluyendo que la asociación es fuerte y positiva entre las variables.

Para confirmar el objetivo específico 3, se empleó Rho de Spearman, mediante el cual medimos la asociación entre variables, el hallazgo de asociación fue igual a 0.859, este resultado además permite determinar la asociación positiva y alta, entre la dimensión intención de uso y satisfacción del asegurado, Asimismo, encontramos que la significancia no superó el valor de 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) con los que podemos inferir en que existe una correlación directa. Los hallazgos muestran que un 38,8% de los asegurados muestran un excelente nivel de intención de uso de los canales de atención digital, relacionada con el alto nivel de satisfacción en la aceptación de esta herramienta tecnológica. Finalmente, el 6,3% que valoraron como deficiente los canales de atención digital, reflejan una baja intención de uso.

Estos resultados los podemos contrastar, también con los datos de Al-Dokhny et al. (2021), que analizó la intención de uso por parte de estudiantes de una plataforma educativa a distancia, los hallazgos de su estudio evidencian que existe una asociación directa de las dimensiones FUP y UP, con la intención de uso (IU), que permitirá a los estudiantes mejorar su rendimiento académico, el nivel de asociación entre variables oscila en 0,874 para IU; 0,707 para FUP y 0,911 para UP, concluyendo que existe de variables fuerte y positiva.

Estos resultados los podemos contrastar, también con la investigación de, Meza y González (2022), que estudiaron las actitudes, valor percibido, usabilidad, fiabilidad y riesgo que involucra el empleo de redes sociales, se basó en la teoría del modelo TAM, con el que diagnosticamos la aceptación de tecnología, estudio las dimensiones UP, FUP, Actitud, Intención de uso y confianza en la redes sociales, en cuanto a la asociación de variables, se conoce que UP se correlaciona con actitud en  $Rho=0,590$ ; mientras la UP se correlaciona con I.U en  $Rho=0,65$  y por último la I.U se correlaciona con la actitud en  $Rho=0,78$ . Del análisis descriptivo se determinó una relación significativa de usuarios con mayor edad, muestran una menor percepción de usabilidad.

La técnica aplicada utilizada en este estudio me permitió fundamentar la investigación en teorías aceptadas como son el modelo TAM y SERVPERF, lo que ayudó a evaluar las variables y dimensiones del estudio.

La investigación, enfocada en un diseño no experimental, transversal correlacional simple, tiene relevancia en cuanto las variables y sus interacciones se examinan en su entorno habitual, en un intervalo de tiempo concreto sin ningún tipo de intervención. En este sentido, la selección de datos se ha realizado con el método de encuesta y con 02 cuestionarios como instrumento, los cuales fueron atendidos de forma virtual; esto ha facilitado enormemente la investigación y ha dado a los encuestados la flexibilidad de realizarla cuando lo deseen, independientemente del lugar y tiempo. Sin embargo, las respuestas que proporciona el encuestado presentan una limitación en este tipo de técnica, ya que pueden verse afectadas por la actitud del encuestado, su nivel de interés con la investigación y sus conocimientos sobre lo estudiado.

Como fortaleza he evidenciado en la investigación, el no haber hallado estudios que traten directamente la influencia que tienen las TIC sobre la satisfacción del usuario en instituciones de aseguramiento en Salud, en ese sentido, la presente investigación, podrá ser usada como punto de partida en futuras investigaciones y de esta manera ser comparada con sus resultados.

La relevancia de esta investigación está dada, en el contexto de ayuda social, siendo la misión de la institución aseguradora en salud, el garantizar el resguardo de la salud de sus asegurados, por ello, es importante las conclusiones de la investigación, que servirán en mejorar los procesos de atención al ciudadano, mediante canales de atención digital, esto ayudará a la institución a alcanzar sus metas y objetivos y a recuperar la confianza de sus asegurados, fomentando un clima de transparencia e integridad. Además, permitirá aumentar la capacidad de los asegurados para comunicarse con la institución aseguradora en salud y trabajar para recibir un servicio de alta calidad a través de canales digitales de atención.

Es importante destacar que los objetivos establecidos y respaldados por la investigación permitieron a la entidad pública comprender la conexión entre las TIC y la satisfacción del asegurado. De esta manera, la investigación aportó una contribución científica significativa para comprender la asociación de la variable TIC y la satisfacción.

## VI. CONCLUSIONES

1. **Primero:** Se concluye en función a los hallazgos obtenidos, existe una asociación significativa de las TIC y satisfacción del asegurado en una institución aseguradora en salud, Lima 2023, por lo tanto, se corrobora la hipótesis general, al haber obtenido una significancia de ,000 y un coeficiente  $R_s=,912$  en la prueba Rho de Spearman, certificando una asociación directa entre variables. Además, se puede verificar descriptivamente que un 48.1% de encuestados, considera que las TIC influyen con un nivel excelente en la alta satisfacción de los asegurados.
2. **Segundo:** Basándonos en los hallazgos, podemos afirmar que la dimensión facilidad de uso percibida de las TIC tiene una asociación significativa en satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud en Lima 2023, por lo tanto, se corrobora la hipótesis específica 1, al haber obtenido una significancia de 0,000 y un coeficiente  $R_s=,900$ ; mediante la prueba Rho de Spearman, certificando una asociación directa entre variables. Además, se puede verificar que un 39.9% valoraron que la facilidad de uso de los canales de atención digital influyó en un alto nivel en su satisfacción.
3. **Tercero:** Basándonos en los hallazgos, podemos afirmar que la dimensión percepción de utilidad de las TIC tiene una asociación significativa en satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud en Lima 2023, por lo tanto, se corrobora la hipótesis específica 2, al haber obtenido una significancia de 0,000 y un coeficiente  $R_s=,888$ ; mediante la prueba Rho de Spearman, certificando una asociación directa entre variables. Además, se puede verificar que un 44.0% de los asegurados percibieron como regular la utilidad de los canales de atención digital, reflejando un nivel regular en su satisfacción.
4. **Cuarto:** Basándonos en los hallazgos, podemos afirmar que la dimensión intención de uso de las TIC tiene una asociación significativa en la

satisfacción de los asegurados en una institución aseguradora de salud en Lima 2023, por lo tanto, se corrobora la hipótesis específica 3, al haber obtenido una significancia de 0,000 y un coeficiente  $R_s=,859$  mediante la prueba Rho de Spearman, certificando una relación directa entre las variables. Además, se puede verificar que un 38,8% de los asegurados muestran un excelente nivel de intención de uso de los canales de atención digital, relacionada con el alto nivel de satisfacción en la aceptación de esta herramienta tecnológica.

## VII. RECOMENDACIONES

**Primero:** Se sugiere a la Oficina de Tecnología de la Información (OGTI), en función a los resultados del análisis estadístico, y buscando aumentar el nivel de satisfacción del asegurado; mejorar las capacidades del aplicativo "Asegúrate e Infórmate". Con la adición de nuevas opciones, permitirá aumentar el valor percibido por los asegurados de los canales de atención digital. Además de estos ajustes y mejoras, el personal encargado de supervisar las herramientas tecnológicas y los procedimientos misionales deberá recibir capacitación continua.

**Segundo:** Se sugiere a OGTI articule, en función a los resultados, realizar capacitaciones continuas al personal, en los establecimientos de salud, para que incentiven al asegurado a usar los canales de atención digital, buscando que el asegurado adopte la percepción de que son aplicaciones amigables y de fácil uso.

**Tercero:** Se sugiere a OGTI articule, en función a los resultados, realizar capacitaciones continuas al personal, en los establecimientos de salud, para que incentiven al asegurado a usar los canales de atención digital, a fin de concientizar que su uso es de gran utilidad, ya que optimizan los procesos relacionados al aseguramiento en salud.

**Cuarto:** Se sugiere a OGTI articule, en función a los resultados, realizar capacitaciones continuas al personal, en los establecimientos de salud, buscando garantizar la fidelidad de los asegurados, en el uso de los canales de atención digital.

## REFERENCIAS

- Alami, Y., & El Idrissi, I. (2022). Students' adoption of e-learning: evidence from a Moroccan business school in the COVID-19 era. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 40(1), 54-78. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-05-2022-0052>
- Alarcón, N., Ganga Contreras, F., Ulloa, J., & Sánchez, M. (2021). Calidad percibida e impacto en el bienestar de usuarias en la unidad de parto de un hospital chileno. *Revista de Salud Pública*, 23(4), 1-6. <https://doi.org/10.15446/rsap.v23n4.94556>
- Al-Dokhny, A., Drwish, A., Alyoussef, I., & Al-Abdullatif, A. (2021). Students' Intentions to Use Distance Education Platforms: An Investigation into Expanding the Technology Acceptance Model through Social Cognitive Theory. *Electronics*, 10(23). <https://doi.org/10.3390/electronics10232992>
- Alfadda, H. A., & Mahdi, H. S. (2021). Measuring Students' Use of Zoom Application in Language Course Based on the Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Psycholinguistic Research*, 50(4), 883-900. <https://doi.org/10.1007/s10936-020-09752-1>
- Arias Gonzáles, J. L., & Valdivia Zegarra, I. M. (2021). Satisfacción de los clientes con los canales de atención en una entidad financiera de Arequipa. *Orinoco Pensamiento y Praxis*, 09, 70-81. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9119978.v7>
- Barreto Regalado, C. J., Solís Muñoz, J. B., & Tenesaca Qhizhpe, P. G. (2023). Factores asociados a la satisfacción del cliente. Entidad financiera de la Economía Popular y Solidaria Austro, Ecuador. *Religación Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 8(35), e2301039. <https://doi.org/10.46652/rgn.v8i35.1039>
- Báscolo, E., Houghton, N., & Del Riego, A. (2020). Leveraging household survey data to measure barriers to health services access in the Americas. *Pan American Journal of Public Health*, 44(100). <https://doi.org/10.26633/RPSP.2020.100>
- Bayona-Oré, S., & Leyva, L. (2020). Factores Críticos de Aceptación de la Intención de Uso del Efectivo Móvil. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, E28, 978-980. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85080993696&partnerID=40&md5=28dc02625151b88389720f059b55d112>
- Bedregal-Alpaca, N., Cornejo-Aparicio, V., Tupacyupanqui-Jaén, D., & Flores-Silva, S. (2019). Evaluación de la percepción estudiantil en relación al uso de la plataforma Moodle desde la perspectiva del TAM. *Ingeniare: Revista Chilena de Ingeniería*, 27(4), 707-718. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/evaluación-de-la-percepción-estudiantil-en/docview/2395874640/se-2>
- Camilleri, M. A., & Falzon, L. (2021). Understanding motivations to use online streaming services: integrating the technology acceptance model (TAM) and the uses and gratifications theory (UGT). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 217-238. <https://doi.org/10.1108/SJME-04-2020-0074>
- Carrera-Mora, Ó., Ovando, C., Villafuerte, L., & Parada, A. (2019). La relación de la perspectiva de eficiencia del ciudadano con su comportamiento de uso de los servicios de e-gobierno municipal. *Innovar*, 29(74), 133-146. <https://www.proquest.com/docview/2307382377?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>

- Castells, M. (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura - Manuel Castells - La Sociedad Red*. Siglo xxi editores, s.a., [https://books.google.com.ar/books?id=uADgO-fONJgC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ar/books?id=uADgO-fONJgC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.1.98>
- Cronin, J. J., & Steven, T. A. (1994). *Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality*. 58(1), 125-131. <https://doi.org/10.1177/002224299405800110>
- Dahlggaard-Park, S. M. (2015). E-Service Quality. En *The SAGE Encyclopedia of Quality and the Service Economy*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483346366.n65>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Díaz Shupingahua, M., Pizzán-Tomanguillo, N. del P., Rosales Bardalez, C. D., Reátegui Salas, J. A., & Pizzán-Tomanguillo, S. L. (2022). E-government services and user satisfaction in a municipality. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(1), 728-744. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i1.258>
- Fleischman, G. M., Johnson, E. N., & Walker, K. B. (2017). *An Exploratory Investigation of Management Accounting Service Quality Dimensions Using Servqual and Servperf* (pp. 91-125). <https://doi.org/10.1108/S1474-787120170000029001>
- Flores Torres, G. A., Flores Torres, D. A., & Romero Fernández, A. (2019). Propuesta de instrumento para evaluar la calidad de los servicios y satisfacción de los usuarios en el proceso de inscripción de una institución de educación superior. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(2), 1-18. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=134365736&site=eds-live>
- Gómez, M. (2016). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. <https://www.digitaliapublishing.com/a/44342>
- INEI. (2014). *Las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. [https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/3807016-las-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-jul-ago\\_set-2022](https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/3807016-las-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-jul-ago_set-2022)
- Jiménez-Almaguer, K. P. (2022). La intención de usar páginas de comercio electrónico en los jóvenes universitarios. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, E52, 36-51. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-intención-de-usar-páginas-comercio-electrónico/docview/2758392538/se-2>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing*.
- Landa Cavazos, M. R., & Ramírez Sánchez, M. Y. (2018). Diseño de un cuestionario de satisfacción de estudiantes para un curso de nivel profesional bajo el modelo de aprendizaje invertido. *Páginas de Educación*, 11(2), 153-175. <https://doi.org/10.22235/PE.V11I2.1632>
- Lewis, B. R. (2015). Servqual. En *Wiley Encyclopedia of Management* (pp. 1-1). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090654>

- Maldonado Pinto, J. E. (2018). *Metodología de la Investigación social Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario* (Ediciones de la U, Ed.; 1.ª ed.).  
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=8043>
- Malpartida-Meza, D., Granada-López, A., & Salas-Canales, H. J. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 23-35. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023>
- Mangin, J.-P. L., Bourgault, N., Guerrero Martínez, M., Egea Ortega, J. M., & González Román, M. V. (2013). Modelización de la confianza y seguridad en la adopción de servicios de banca por internet en Canadá banca por internet. *Revista Portuguesa De Marketing*, 16(30), 35-54.  
<https://www.proquest.com/docview/1462485767>
- Martínez-Ruiz, H. (2018). *Metodología de la investigación* (Cengage, Ed.; Vol. 1).  
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=6401>
- Medrano-Colorado, J. P., & Quiñonez-Ku, X. (2021). Calidad de servicio del soporte técnico utilizando el modelo SERVPERF y el marco ITSQM. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 33(3), 242-257. <https://doi.org/10.37815/rte.v33n3.810>
- Mendoza Cedeño, H. F., Mendoza Vega, K. M., & Mendoza Loor, J. L. (2018). INCIDENCIA DEL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN INSTITUCIONES PÚBLICAS DE MANABÍ, ECUADOR. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 22(89), 88-95.  
<https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/36>
- Meza Cano, J. M., & González Santiago, E. (2022). Evaluación de la percepción de redes sociales desde el Modelo de Aceptación Tecnológica en estudiantes en línea de psicología mexicanos. *Praxis Educativa*, 26(1), 1-16. <https://doi.org/10.19137/praxiseducativa-2022-260106>
- Morales-Morales, J. J., González-Rosales, V. M., & Arango-Ramírez, P. M. (2023). Análisis de validez de contenido y constructo para un instrumento que mide la calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector hotelero. *Contaduría y Administración*, 68(2), 386.  
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.4522>
- Moreno Duran & Velásquez Jácome, A. & D. (2016). Aspects of ICT regulation in Colombia. *IUSTA*, 2(43), 139-157. <https://doi.org/10.15332/s1900-0448.2015.0043.01>
- Mousa, A. H., Mousa, S. H., Aljshamee, M., & Nasir, I. S. (2021). Determinants of customer acceptance of e-banking in Iraq using technology acceptance model. *TELKOMNIKA (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 19(2).  
<https://doi.org/10.12928/telkomnika.v19i2.16068>
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), 25-38. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>
- Murciano Hueso, A., Martín García, A. V., & Torrijos Fincias, P. (2022). Revisión sistemática de aceptación de la tecnología digital en personas mayores. Perspectiva de los modelos TAM. *Revista Española de Geriátría y Gerontología*, 57(2), 105-117.  
<https://doi.org/10.1016/j.regg.2022.01.004>

- Navarro, M. M., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Nadlifatin, R., & Redi, A. A. N. P. (2021). The Perceived Satisfaction in Utilizing Learning Management System among Engineering Students during the COVID-19 Pandemic: Integrating Task Technology Fit and Extended Technology Acceptance Model. *Sustainability*, 13(19). <https://doi.org/10.3390/su131910669>
- Niño Rojas, V. M. (2019). Metodología de la Investigación. Diseño, ejecución e informe. *Ediciones de la U*, 1-165. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9546>
- Ograjenšek, I. (2016). SERVQUAL Surveys. En *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online* (pp. 1-6). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118445112.stat03986.pub2>
- Ramirez-Anormaliza, R., Sabaté, F., Llinàs-Audet, X., & Lordan, O. (2017). Aceptación y uso de los sistemas e-learning por estudiantes de Grado de Ecuador: El caso de una universidad estatal. *Intangible Capital*, 13(3), 548. <https://doi.org/10.3926/ic.820>
- Ramos Machorro, F., & Ortiz Romero, M. V. (2022). Efecto de la calidad de acceso a internet en la aceptación de un sistema de información en estudiantes universitarios. *Revista Ibérica De Sistemas e Tecnologías de Información*, 404-413. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/efecto-de-la-calidad-acceso-internet-en/docview/2648272049/se-2>
- Reyes, M., & Castañeda, P. (2020). Aplicación del Modelo de Aceptación Tecnológica en Sistemas de Información de la Administración Pública del Perú. *Revista peruana de computación y sistemas*, 3(1), 15-22. <https://doi.org/10.15381/rpcs.v3i1.18350>
- Rodríguez-Rodríguez, J., & Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació I Recerca En Educació*, 13(2). <https://doi.org/10.1344/REIRE2020.13.230048>
- Rojas, R., & Mostacero, J. (2021). Factores que Influyen en la Gestión de Calidad de la Consulta Médica Privada de la Ciudad de Trujillo. *Revista Ciencia y Tecnología*, 17(3), 45-57. <https://doi.org/10.17268/rev.cyt.2021.03.04>
- Ronyastra, I. M., Gunawan, & Muhammad, E. K. (2019). Measuring Acceptance Level of Online Service for Business Permit in Surabaya using Technology Acceptance Model. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 528(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/528/1/012077>
- Srivastava, C. (2015). *Determinants of Service Quality in Cross Cultural Research: A Meta- Analytic Perspective* (pp. 14-14). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-18687-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-319-18687-0_6)
- Tawafak, R. M., Romli, A., Malik, S. I., Alfarsi, G., & Jabbar, J. (2021). Examining continuous integrating of technology acceptance model with task-technology fit. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1088(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1088/1/012061>
- Tony, R. (2019). Using the Technology Acceptance Model to Examine Technology Acceptance of Online Learning Technologies by Non-Traditional Students. *i-manager's Journal of Educational Technology*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.26634/jet.16.1.15826>
- Torres Albero, C., Robles, J. M., De Marco, S., & Antino, M. (2017). *Revisión analítica del modelo de aceptación de la tecnología. El cambio tecnológico*. Papers: revista de sociología. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2233>

# **ANEXOS**

## Anexo 01: Matriz de consistencia

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos											
<p><b>Problema Principal:</b> ¿Las TIC influyen en la satisfacción del asegurado en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b> PE1: ¿La facilidad de uso percibida de las TIC influyen a la satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud, Lima 2023? PE2: ¿La percepción de utilidad de las TIC influyen a la satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud, Lima 2023? PE3: ¿La intención de uso de las TIC influye a la satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud, Lima 2023?</p>	<p><b>Objetivo Principal:</b> Determinar cuánto influyen las TIC en la satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud de Lima - 2023.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b> OE1: Determinar cuánto influye la facilidad de uso percibida de las TIC en la satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud, Lima - 2023. OE2: Determinar cuánto influye la percepción de utilidad de las TIC en la satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud, Lima - 2023. OE3: Determinar cuánto influye la intención de uso de las TIC en la satisfacción del asegurado en institución aseguradora en salud, Lima - 2023.</p>	<p><b>Hipótesis Principal:</b> Las TIC influyen significativamente en la satisfacción del asegurado, en institución aseguradora en salud, Lima 2023.</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b> HE1: La satisfacción del asegurado en institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la facilidad de uso percibida de las TIC. HE2: La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la percepción de utilidad de las TIC. HE2: La satisfacción del asegurado en una institución aseguradora de salud, Lima 2023, se ve significativamente influenciada por la intención de uso de las TIC.</p>	<p><b>Técnica:</b> Utilizaremos la técnica de la encuesta para recolectar información</p> <p><b>Instrumentos:</b> Utilizaremos dos cuestionarios como instrumentos de recopilación de datos.</p>											
Diseño	Población	Variables												
<p>Aplicada, no experimental, transversal, descriptiva y correlacional.</p> <p>Donde: M : Muestra V1: Tecnologías de la información V2 : Satisfacción</p>	<p>Población: 1000 asegurados de una institución aseguradora de salud.</p> <p>Tamaño de muestra: 268 encuestas realizadas a los asegurados de una institución aseguradora de salud.</p> <p>Muestreo: Tipo Probabilístico aleatorio simple</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">TIC</td> <td>Facilidad de uso percibida</td> </tr> <tr> <td>Percepción de utilidad</td> </tr> <tr> <td>Intención de uso</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">Satisfacción</td> <td>Fiabilidad</td> </tr> <tr> <td>Capacidad de respuesta</td> </tr> <tr> <td>Empatía</td> </tr> <tr> <td>Tangibles</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	TIC	Facilidad de uso percibida	Percepción de utilidad	Intención de uso	Satisfacción	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Empatía	Tangibles	
Variables	Dimensiones													
TIC	Facilidad de uso percibida													
	Percepción de utilidad													
	Intención de uso													
Satisfacción	Fiabilidad													
	Capacidad de respuesta													
	Empatía													
	Tangibles													

## Anexo 02

### Tabla de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
TIC	Conjunto de tecnologías y dispositivos informáticos, de comunicación, que posibilitan creación, producir, almacenar, difundir y recepcionar la información. (Castells, 2001),	Se consideró operacionalizar en dos dimensiones: Percibida Utilidad (PU) y Facilidad de uso percibida (FUP) e intención de uso (IU); asimismo, para examinar los datos también se utilizará una escala de Likert con cinco respuestas posibles, en donde los encuestados deberán señalar su aceptación o rechazo con las afirmaciones planteadas.	FUP	Navegación Intuitiva	1-2	Ordinal
				Claridad de la Información	3	
				Proceso de autogestión	4-5	
				Adaptabilidad	6	
			PU	Cumplimiento de necesidades	7-8	
				Valor Agregado	9	
				Eficiencia en el proceso	10	
			IU	Preferencia de uso	11	
				Intención de recomendación	12	
				Retención y lealtad	13	
SATISFACCIÓN	Se define como el valor real, sobre el valor esperado, que da origen a una brecha de satisfacción (Kotler & Keller, 2012).	Se consideró operacionalizar en cinco dimensiones: Fiabilidad-Capacidad de respuesta-Seguridad Empatía-Tangibles; asimismo, además para analizar los datos se usará la escala de Likert, la cual está conformada por 5 opciones de respuesta.	Fiabilidad	Disponibilidad del Servicio	14	Ordinal
				Tiempo de respuesta	15	
				Consistencia en la calidad del servicio	16	
				Cumplimiento de compromisos	17	
				Tiempos de espera	18	
			Capacidad de respuesta	Velocidad de resolución	19	
				Seguimiento de consultas	20	
			Empatía	Atención personalizada	21-22	
				Comprensión	23	
			Seguridad	Privacidad de datos	24-25	
Comunicación segura	26					

## Anexo 03: Instrumento de Recolección de Datos

Cuestionario virtual enfocado en los usuarios de una institución aseguradora en salud.

### Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación en la satisfacción del asegurado, en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023

No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

#### Identificación del encuestado(a)

**Nombre(s) y Apellidos \***  
Por favor ingrese sus nombre(s) y ambos apellidos

Tu respuesta

**Genero \***

Femenino

Masculino

**Edad \***  
Por favor, elija su grupo de edad.

18 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 a 65 años

**Fecha de Encuesta \***  
Por favor, elija la fecha en que realiza su encuesta.

Fecha

dd/mm/aaaa

**Correo Electrónico \***  
Por favor ingresa tu correo electrónico.

Tu respuesta

[Atrás](#) [Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Cesar Vallejo. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios

## Cuestionario

1.- ¿Cuándo accedes a los canales de atención digital, como son el aplicativo móvil "Asegúrate e infórmate", la central Telefónica 113, el WhatsApp y correo electrónico del SIS, encuentras fácilmente lo que buscas? \*

- Siempre
- A veces
- Casi siempre
- Nunca
- Casi Nunca

2.- ¿Puedes acceder rápidamente a la información y servicios que necesitas mediante los canales de atención digital como son el aplicativo móvil "Asegúrate e infórmate", la central Telefónica 113, el WhatsApp y correo electrónico del SIS? \*

- Nunca
- Casi siempre
- Siempre
- A veces
- Casi Nunca

3.- ¿Entiendes con facilidad, la información proporcionada mediante los canales de atención digital como son el aplicativo móvil "Asegúrate e infórmate", la central Telefónica 113, el WhatsApp y correo electrónico del SIS o del personal del canal de atención presencial? \*

- Casi siempre
- Casi Nunca
- Siempre
- Nunca
- A veces

4.- ¿Las soluciones de los canales de atención digital (App móvil "Asegúrate e infórmate", central Telefónica 113, el WhatsApp y correo electrónico), te permiten autogestionar tus datos, como por ejemplo actualizar tus datos de afiliación, cambiar el establecimiento de salud donde te atiendes, entre otros? \*

- Nunca
- A veces
- Siempre
- Casi siempre
- Casi Nunca

5.- ¿Encuentras que es sencillo actualizar tus datos a través de los canales de atención digital? \*

- Casi siempre
- A veces
- Siempre
- Nunca
- Casi Nunca

6.- ¿Considera que los canales de atención digital se adaptan de forma correcta a diferentes dispositivos tecnológicos, como por ejemplo a través de computadoras, teléfonos móviles y tabletas? \*

- Casi Nunca
- Nunca
- Siempre
- Casi siempre
- A veces

7.- ¿Consideras que los canales de atención digital satisfacen tus necesidades relacionadas a los procesos de afiliación, consultas y reclamos en línea? \*

- Nunca
- Siempre
- Casi siempre
- Casi Nunca
- A veces

8.- ¿Sientes que los canales de atención digital te brindan la información que necesitas? \*

- Siempre
- A veces
- Casi Nunca
- Casi siempre
- Nunca

9.- ¿Consideras que los canales de atención digital te ofrecen un valor agregado en comparación a canales tradicionales, como es el canal de atención presencial? \*

- A veces
- Siempre
- Casi Nunca
- Nunca
- Casi siempre

10.- ¿Encuentras que los canales de atención digital optimizan (mejoran) y facilitan el proceso de afiliación al SIS? \*

- Casi Nunca
- Nunca
- Siempre
- Casi siempre
- A veces

11.- En función a tu experiencia, ¿prefieres usar los canales de atención digital sobre el canal de atención tradicional (presencial)? \*

- Nunca
- Siempre
- A veces
- Casi Nunca
- Casi siempre

12.- ¿Cuentas con la intención de compartir con otros asegurados, tu experiencia en el uso del canal de atención digital? \*

- Nunca
- Casi siempre
- Siempre
- Casi Nunca
- A veces

13.- En función a tu experiencia, ¿Tienes la intención de seguir usando los canales de atención digital? \*

- Casi siempre
- Nunca
- Casi Nunca
- A veces
- Siempre

14.- ¿Los canales de atención digital, se encuentran disponibles con frecuencia, es decir están operativos en todo momento? \*

- A veces
- Siempre
- Nunca
- Casi Nunca
- Casi siempre

15.- ¿Considera que los tiempos de respuesta que se le brinda a través de los canales de atención digital es el adecuado? \*

- Casi siempre
- Casi Nunca
- Siempre
- Nunca
- A veces

16.- ¿Usted considera, que se encuentra satisfecho con la consistencia de las soluciones brindadas a través de los canales de atención digital? \*

- Casi Nunca
- Siempre
- A veces
- Casi siempre
- Nunca

17.- ¿Usted cree, que las soluciones ofrecidas a través de los canales de atención digital cumplen con la funcionalidad prometida? \*

- Casi Nunca
- Casi siempre
- A veces
- Siempre
- Nunca

18.- ¿Usted experimenta tiempos de espera excesivos de los canales de atención digital, al contactarlos? \*

- A veces
- Nunca
- Siempre
- Casi siempre
- Casi nunca

19.- ¿Usted experimenta demoras importantes, en la atención de sus consultas, reclamos y quejas, a través del canal de atención digital? \*

- Casi nunca
- Nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

20.- ¿Los canales de atención digital, te han proporcionado una atención fluida y satisfactoria para resolver tus consultas o requerimientos? \*

- Nunca
- Casi siempre
- Casi Nunca
- A veces
- Siempre

21.- ¿La comunicación que recibes desde los canales de atención digital, se adaptan a tus necesidades? \*

- Casi Nunca
- Siempre
- Nunca
- A veces
- Casi siempre

22.- ¿Has percibido un nivel de comunicación personalizado, que te haya hecho sentir totalmente satisfecho de manera individualizada? \*

- Siempre
- Casi siempre
- Casi Nunca
- A veces
- Nunca

23.- ¿Consideras que la comprensión de tus inquietudes y necesidades, son resueltas a través de mensajes personalizados? \*

- Siempre
- Casi Nunca
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

24.- ¿Experimentas algún tipo de pérdida de información, al utilizar las soluciones del canal de atención digital? \*

- Siempre
- Casi siempre
- Casi Nunca
- Nunca
- A veces

25.- ¿Consideras que los canales de atención digital, cumplen con las normas de privacidad de información? \*

- Casi siempre
- Siempre
- Casi Nunca
- Nunca
- A veces

26.- ¿Consideras que la comunicación mediante los canales de atención digital, son seguros y confidenciales? \*

- Siempre
- Casi Nunca
- Casi siempre
- Nunca
- A veces

[Atrás](#)

[Enviar](#)

[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Cesar Vallejo. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios

## Anexo 04: Evaluación por juicio de expertos

### Juicio de Experto N° 01

#### Dimensiones del instrumento: Cuestionario de las TIC

Indicadores	Dimensiones/ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
<b>Facilidad de uso percibida</b>					
Navegación Intuitiva	¿Cuándo accedes a los canales de atención digital encuentras fácilmente lo que buscas?	4	4	4	
	¿Puedes acceder rápidamente a la información y servicios que necesitas mediante los canales de atención digital?	4	4	4	
Claridad de la Información	¿Entiendes con facilidad, la información proporcionada mediante los canales de atención digital?	4	4	4	
	¿Las soluciones de los canales de atención digital, te permiten autogestionar tus datos?	4	4	4	
Proceso de autogestión	¿Encuentras que es sencillo actualizar tus datos a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
	¿Encuentras que es sencillo actualizar tus datos a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
Adaptabilidad	¿Considera que los canales de atención digital se adaptan de forma correcta a diferentes dispositivos, como computadoras, teléfonos móviles, tabletas?	4	4	4	
<b>Percepción de utilidad</b>					
Cumplimiento de necesidades	¿Consideras que los canales de atención digital satisfacen tus necesidades relacionadas a los procesos de afiliación, consultas y reclamos?	4	4	4	
	¿Sientes que los canales de atención digital te brindan la información que necesitas?	4	4	4	
Valor Agregado	¿Consideras que los canales de atención digital te ofrecen un valor agregado en comparación a canales tradicionales, como el presencial?	4	4	4	
Eficiencia en el proceso	¿Encuentras que los canales de atención digital optimizan y facilitan el proceso de afiliación en línea?	4	4	4	
<b>Intención de Uso</b>					
Preferencia de uso	En función a tu experiencia, ¿prefieres usar los canales de atención digital sobre el canal tradicional?	4	4	4	
Intención de recomendación	¿Cuentas con la intención de compartir con otros asegurados, tu experiencia positiva en el uso del canal de atención digital?	4	4	4	
Retención y lealtad	En función a tu experiencia, ¿Tienes la intención de seguir usando los canales de atención digital?	4	4	4	

## Dimensiones del instrumento: Cuestionario Satisfacción de los asegurados

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
<b>Fiabilidad</b>					
Disponibilidad del Servicio	¿Los canales de atención digital, se encuentran disponibles con frecuencia?	4	4	4	
Tiempo de respuesta	¿Considera que los tiempos de respuesta a través de los canales de atención digital es el adecuado?	4	4	4	
Consistencia en la calidad del servicio	¿Usted considera, que se encuentra satisfecho con la consistencia de las soluciones brindadas a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
Cumplimiento de compromisos	¿Usted cree, que las soluciones ofrecidas a través de los canales de atención digital cumplen con la funcionalidad prometida?	4	4	4	
<b>Capacidad de respuesta</b>					
Tiempos de espera	¿Usted experimenta tiempos de espera excesivos de los canales de atención digital, al contactarlos?	4	4	4	
Velocidad de resolución	¿Usted experimenta demoras importantes, en la atención de sus consultas, reclamos y quejas, a través del canal de atención digital?	4	4	4	
Seguimiento de consultas	¿Los canales de atención digital, te han proporcionado una atención fluida y satisfactoria para resolver tus consultas o requerimientos?	4	4	4	
<b>Empatía</b>					
Atención personalizada	¿La comunicación que recibes desde los canales de atención digital, se adaptan a tus necesidades?	4	4	4	
	¿Has percibido un nivel de comunicación personalizado, que te haya hecho sentir totalmente satisfecho de manera individualizada?	4	4	4	
Comprensión	¿Consideras que la comprensión de tus inquietudes y necesidades, son resueltas a través de mensajes personalizados?	4	4	4	
<b>Seguridad</b>					
Privacidad de datos	¿Experimentas algún tipo de pérdida de información, al utilizar las soluciones del canal de atención digital?	4	4	4	
	¿Consideras que los canales de atención digital cumplen con las normas de privacidad de información?	4	4	4	
Comunicación segura	¿Consideras que la comunicación mediante los canales de atención digital, son seguros y confidenciales?	4	4	4	

  
 Dr. Marlon Acuña Benites  
 DNI: 42097456  
 Ing. de Sistemas / Investigador

**Docente de la UCV**  
**Firma del Experto**

## Juicio de Experto N° 02

### Dimensiones del instrumento: Cuestionario de las TIC

<b>Facilidad de uso percibida</b>					
<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones/Recomendaciones</b>
<b>Facilidad de uso percibida</b>					
Navegación Intuitiva	¿Cuándo accedes a los canales de atención digital encuentras fácilmente lo que buscas?	4	4	4	
	¿Puedes acceder rápidamente a la información y servicios que necesitas mediante los canales de atención digital?	4	4	4	
Claridad de la Información	¿Entiendes con facilidad, la información proporcionada mediante los canales de atención digital?	4	4	4	
	¿Las soluciones de los canales de atención digital, te permiten autogestionar tus datos?	4	4	4	
Proceso de autogestión	¿Encuentras que es sencillo actualizar tus datos a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
	¿Encuentras que es sencillo actualizar tus datos a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
Adaptabilidad	¿Considera que los canales de atención digital se adaptan de forma correcta a diferentes dispositivos, como computadoras, teléfonos móviles, tabletas?	4	4	4	
<b>Percepción de utilidad</b>					
Cumplimiento de necesidades	¿Consideras que los canales de atención digital satisfacen tus necesidades relacionadas a los procesos de afiliación, consultas y reclamos?	4	4	4	
	¿Sientes que los canales de atención digital te brindan la información que necesitas?	4	4	4	
Valor Agregado	¿Consideras que los canales de atención digital te ofrecen un valor agregado en comparación a canales tradicionales, como el presencial?	4	4	4	
Eficiencia en el proceso	¿Encuentras que los canales de atención digital optimizan y facilitan el proceso de afiliación en línea?	4	4	4	
<b>Intensión de Uso</b>					
Preferencia de uso	En función a tu experiencia, ¿prefieres usar los canales de atención digital sobre el canal tradicional?	4	4	4	
Intención de recomendación	¿Cuentas con la intención de compartir con otros asegurados, tu experiencia positiva en el uso del canal de atención digital?	4	4	4	
Retención y lealtad	En función a tu experiencia, ¿Tienes la intención de seguir usando los canales de atención digital?	4	4	4	

## Dimensiones del instrumento: Cuestionario Satisfacción de los asegurados

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
<b>Fiabilidad</b>					
Disponibilidad del Servicio	¿Los canales de atención digital, se encuentran disponibles con frecuencia?	4	4	4	
Tiempo de respuesta	¿Considera que los tiempos de respuesta a través de los canales de atención digital es el adecuado?	4	4	4	
Consistencia en la calidad del servicio	¿Usted considera, que se encuentra satisfecho con la consistencia de las soluciones brindadas a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
Cumplimiento de compromisos	¿Usted cree, que las soluciones ofrecidas a través de los canales de atención digital cumplen con la funcionalidad prometida?	4	4	4	
<b>Capacidad de respuesta</b>					
Tiempos de espera	¿Usted experimenta tiempos de espera excesivos de los canales de atención digital, al contactarlos?	4	4	4	
Velocidad de resolución	¿Usted experimenta demoras importantes, en la atención de sus consultas, reclamos y quejas, a través del canal de atención digital?	4	4	4	
Seguimiento de consultas	¿Los canales de atención digital, te han proporcionado una atención fluida y satisfactoria para resolver tus consultas o requerimientos?	4	4	4	
<b>Empatía</b>					
Atención personalizada	¿La comunicación que recibes desde los canales de atención digital, se adaptan a tus necesidades?	4	4	4	
	¿Has percibido un nivel de comunicación personalizado, que te haya hecho sentir totalmente satisfecho de manera individualizada?	4	4	4	
Comprensión	¿Consideras que la comprensión de tus inquietudes y necesidades, son resueltas a través de mensajes personalizados?	4	4	4	
<b>Seguridad</b>					
Privacidad de datos	¿Experimentas algún tipo de pérdida de información, al utilizar las soluciones del canal de atención digital?	4	4	4	
	¿Consideras que los canales de atención digital cumplen con las normas de privacidad de información?	4	4	4	
Comunicación segura	¿Consideras que la comunicación mediante los canales de atención digital, son seguros y confidenciales?	4	4	4	



Firma del Experto  
DNI: 18167212

Dr. Juan Francisco Pacheco Torres  
Jefe de la Escuela de Sistemas UCV Trujillo

## Juicio de Experto N° 03

### Dimensiones del instrumento: Cuestionario de las TIC

<b>Facilidad de uso percibida</b>					
Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
<b>Facilidad de uso percibida</b>					
Navegación Intuitiva	¿Cuándo accedes a los canales de atención digital encuentras fácilmente lo que buscas?	4	4	4	
	¿Puedes acceder rápidamente a la información y servicios que necesitas mediante los canales de atención digital?	4	4	4	
Claridad de la Información	¿Entiendes con facilidad, la información proporcionada mediante los canales de atención digital?	4	4	4	
	¿Las soluciones de los canales de atención digital, te permiten autogestionar tus datos?	4	4	4	
Proceso de autogestión	¿Encuentras que es sencillo actualizar tus datos a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
	¿Encuentras que es sencillo actualizar tus datos a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
Adaptabilidad	¿Considera que los canales de atención digital se adaptan de forma correcta a diferentes dispositivos, como computadoras, teléfonos móviles, tabletas?	4	4	4	
<b>Percepción de utilidad</b>					
Cumplimiento de necesidades	¿Consideras que los canales de atención digital satisfacen tus necesidades relacionadas a los procesos de afiliación, consultas y reclamos?	4	4	4	
	¿Sientes que los canales de atención digital te brindan la información que necesitas?	4	4	4	
Valor Agregado	¿Consideras que los canales de atención digital te ofrecen un valor agregado en comparación a canales tradicionales, como el presencial?	4	4	4	
Eficiencia en el proceso	¿Encuentras que los canales de atención digital optimizan y facilitan el proceso de afiliación en línea?	4	4	4	
<b>Intención de Uso</b>					
Preferencia de uso	En función a tu experiencia, ¿prefieres usar los canales de atención digital sobre el canal tradicional?	4	4	4	
Intención de recomendación	¿Cuentas con la intención de compartir con otros asegurados, tu experiencia positiva en el uso del canal de atención digital?	4	4	4	
Retención y lealtad	En función a tu experiencia, ¿Tienes la intención de seguir usando los canales de atención digital?	4	4	4	

## Dimensiones del instrumento: Cuestionario Satisfacción de los asegurados

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
<b>Fiabilidad</b>					
Disponibilidad del Servicio	¿Los canales de atención digital, se encuentran disponibles con frecuencia?	4	4	4	
Tiempo de respuesta	¿Considera que los tiempos de respuesta a través de los canales de atención digital es el adecuado?	4	4	4	
Consistencia en la calidad del servicio	¿Usted considera, que se encuentra satisfecho con la consistencia de las soluciones brindadas a través de los canales de atención digital?	4	4	4	
Cumplimiento de compromisos	¿Usted cree, que las soluciones ofrecidas a través de los canales de atención digital cumplen con la funcionalidad prometida?	4	4	4	
<b>Capacidad de respuesta</b>					
Tiempos de espera	¿Usted experimenta tiempos de espera excesivos de los canales de atención digital, al contactarlos?	4	4	4	
Velocidad de resolución	¿Usted experimenta demoras importantes, en la atención de sus consultas, reclamos y quejas, a través del canal de atención digital?	4	4	4	
Seguimiento de consultas	¿Los canales de atención digital, te han proporcionado una atención fluida y satisfactoria para resolver tus consultas o requerimientos?	4	4	4	
<b>Empatía</b>					
Atención personalizada	¿La comunicación que recibes desde los canales de atención digital, se adaptan a tus necesidades?	4	4	4	
	¿Has percibido un nivel de comunicación personalizado, que te haya hecho sentir totalmente satisfecho de manera individualizada?	4	4	4	
Comprensión	¿Consideras que la comprensión de tus inquietudes y necesidades, son resueltas a través de mensajes personalizados?	4	4	4	
<b>Seguridad</b>					
Privacidad de datos	¿Experimentas algún tipo de pérdida de información, al utilizar las soluciones del canal de atención digital?	4	4	4	
	¿Consideras que los canales de atención digital cumplen con las normas de privacidad de información?	4	4	4	
Comunicación segura	¿Consideras que la comunicación mediante los canales de atención digital, son seguros y confidenciales?	4	4	4	



Firma del Experto

**Dr. Pedro Martin Lezama Gonzales**  
**Docente UCV / DNI: 09656793**

# Anexo 06

## Consentimiento Informado

Preguntas Respuestas **268** Configuración Puntos totales: 0

Sección 1 de 3

### Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación en la satisfacción del asegurado, en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023

**Propósito del estudio**  
Le invitamos a participar en la investigación, cuyo objetivo es examinar cómo el uso de las TIC se relaciona con la satisfacción de los asegurados en una Institución Aseguradora en Salud de Lima – 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de la Escuela de Posgrado del Programa Académico de Maestría en Ingeniería de Sistemas con mención en Tecnologías de la Información, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.  
Realizar este estudio permitirá conocer los problemas relacionados a altos tiempos de espera, así como respuestas imprecisas a sus consultas, en los canales de atención digital, que ofrece la institución, abordar esta problemática, permitirá a la Institución, determinar las causas que originan esta debilidad en su proceso de atención al ciudadano para así encontrar estrategias y mejora en la toma de decisiones.

**Procedimiento**  
Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación en la satisfacción del usuario, en Institución Aseguradora en Salud, Lima 2023".
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 25 minutos y se realizará en el ambiente virtual. Las respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Usted participa de forma voluntaria, además puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación, si no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.  
NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.  
Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.  
Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**  
Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Ing. Raúl Yvan Santisteban Rodríguez, email: rsantisteban@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor: Mg. Eduardo Poletti Gaitán, email: epolettig@ucvvirtual.edu.pe

**Consentimiento**  
Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Sí

Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación en la satisfi

Preguntas Respuestas **268** Configuración Puntos totales: 0 Copiar

### Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

268 respuestas

Opción	Porcentaje
Sí	100%





## Anexo 07: Base de Datos

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
1	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	5	3	3
3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4
4	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
5	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
6	2	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
8	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
9	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
10	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
11	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
12	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5
13	3	4	4	2	2	4	3	3	4	5	3	5	4	3	4	3	5	2	3	3	2	4	3	4	3	5
14	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
15	5	5	5	5	4	4	4	4	1	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	5
16	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
18	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
19	5	4	4	5	5	4	2	5	4	5	5	5	5	2	5	5	4	4	4	3	5	2	5	4	5	5
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
21	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
24	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
26	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	3	3	4	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	3	5	1	3	3
29	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
30	5	5	4	5	5	4	2	5	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	1

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	
31	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
32	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
33	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35	3	3	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	
36	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
38	5	5	5	3	3	5	5	3	3	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	
39	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
41	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	
42	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
43	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
45	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	
46	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
47	1	2	5	3	4	2	5	3	3	5	3	2	5	4	2	3	2	3	1	3	3	1	1	2	3	3	
48	5	5	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	5	
49	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	
50	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
51	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
52	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	
53	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
54	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	
55	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	
56	5	4	5	3	3	5	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	1	1	
57	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
58	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
59	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
61	3	3	5	2	3	3	2	3	4	5	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	3	3	4	
62	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	5	4
64	2	2	4	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	5	4	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	3
65	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
68	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4
70	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	5	5	3	4	5	3	3	4	5	3	3	1	5	3
73	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
74	3	3	3	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3
75	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
76	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4
77	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	5
78	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
79	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
84	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
85	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
86	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
87	1	1	1	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
88	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
89	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	2	4	4
90	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3
91	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4
92	1	1	1	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
93	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5
94	4	4	5	3	3	4	2	4	2	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	2	3	3	1	1	3	1	3	1	3	3	3	3	4	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3
97	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
98	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4
99	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
100	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
101	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
102	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	3
103	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	4	5
104	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
105	1	1	1	1	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	5	2	5	5	1	2	4
106	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
107	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3
108	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3
109	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
110	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
112	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
113	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
114	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
116	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
118	5	5	5	5	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	3	3	1	1	2	2	2	1	1	3	5	3	5	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1	4	1	1
120	2	3	3	1	1	3	1	3	1	3	3	3	3	4	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3
121	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
122	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
123	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
124	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
125	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
126	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
127	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
128	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
129	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3
130	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
133	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1	5	5
134	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
135	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
136	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
137	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
138	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
139	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
140	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
141	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
142	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
143	3	3	4	4	3	3	3	5	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
144	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
145	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
146	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
149	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
150	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
152	5	4	4	5	5	4	2	5	4	5	5	5	5	2	5	5	4	4	4	3	5	2	5	4	5	5
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
155	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
156	1	3	2	1	2	3	2	1	2	2	1	1	1	3	3	2	1	3	1	3	2	2	2	1	3	3
157	3	3	3	5	4	5	3	5	5	5	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	5	5	3	5	3
158	3	3	3	1	1	5	3	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3



N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
192	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
195	1	1	1	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
196	1	1	1	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
197	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
198	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
199	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
200	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
201	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
202	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
203	3	3	5	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4
204	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
205	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
206	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4
207	1	1	1	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
209	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
210	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
211	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	3	3	4	4	5	3	3	4	5
212	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	5	1	3
213	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
214	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
215	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
217	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
218	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
219	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
220	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
221	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4
222	3	3	3	5	4	3	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	5	5	5

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
223	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
224	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
225	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
226	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
227	3	4	4	1	1	4	3	3	3	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
228	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
229	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
230	4	4	4	4	5	5	4	2	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4
231	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
232	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
233	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
234	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	1	3	4	5	4	3	3	5	5
235	2	2	4	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	5	4	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	3
236	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
238	5	2	4	4	5	4	3	5	2	4	2	5	5	5	4	2	2	2	1	4	5	5	4	4	5	4
239	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
240	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
241	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	5	3	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	3
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
243	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3
244	4	4	5	3	3	4	2	4	2	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5
245	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
246	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
247	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
248	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
249	2	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	3	4
250	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
251	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	3	3
252	3	5	3	5	3	4	3	4	4	1	4	1	2	1	4	3	1	1	3	5	3	5	1	5	1	1
253	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
254	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
255	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
256	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
257	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2
258	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
259	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
260	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
261	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
262	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
263	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
264	5	5	5	3	3	5	5	3	3	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
265	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3
266	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
267	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
268	5	5	5	5	4	4	4	4	1	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	5

## Anexo 08: Muestra

Se empleo la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * \sigma^2 * N}{Z^2 * \sigma^2 + (N - 1)e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)^2 * 1000}{(1.96)^2 * (0.5)^2 + (1000 - 1) * (0.05)^2}$$

$$n = 268$$

Donde:

*Componentes de la muestra*

Unidad	Detalle	Valor
N	Indica el tamaño de población	1000
Z	Indica tu grado de seguridad (95%)	1,96
$\sigma$	Desvió Típico	0,5
e	Error aceptable (5%)	0,05
n	Especifica la cantidad de datos recopilados	268

Nota. Elaboración propia

## Anexo 09: Confiabilidad del Instrumento

**Tabla 13**

*Test de confiabilidad.*

Tipo Prueba	Encuestas	Cantidad de Ítems	Alfa de Cronbach
Piloto	55	26	,915
General	268	26	,983

Nota: Propia Elaboración.

## Anexo 10: Pruebas de frecuencia

Tabla 14

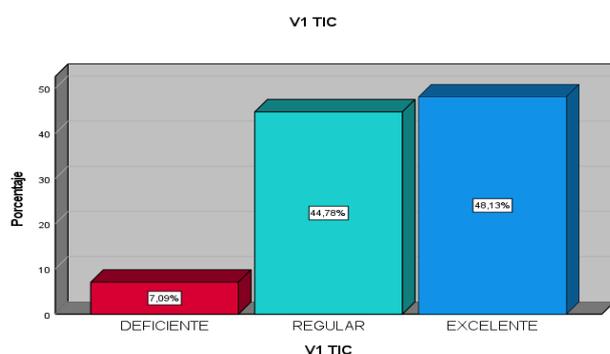
*Frecuencia de la variable TIC.*

	Intervalo	Frecuencia	% acumulado
DEFICIENTE	13-30	19	7,1
REGULAR	31-48	120	44,78
EXCELENTE	49-65	129	48.12
Total		268	100,0

Nota. Encuesta a los asegurados de una institución Aseguradora en Salud, Lima 2023.

Figura 5

*Niveles de la variable TIC*



Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

Los cálculos de la Tabla 14 y Figura 5, se revela un número mayoritario de 249 asegurados (92,9%), que califican las TIC como excelente y regular, lo que demuestra que el mayor número de asegurados se encuentra satisfecho con las TIC y solo 19 encuestados (7,1%) las perciben como deficientes. En conclusión, un gran número de los encuestados tiene una buena opinión de las TIC.

**Tabla 15**

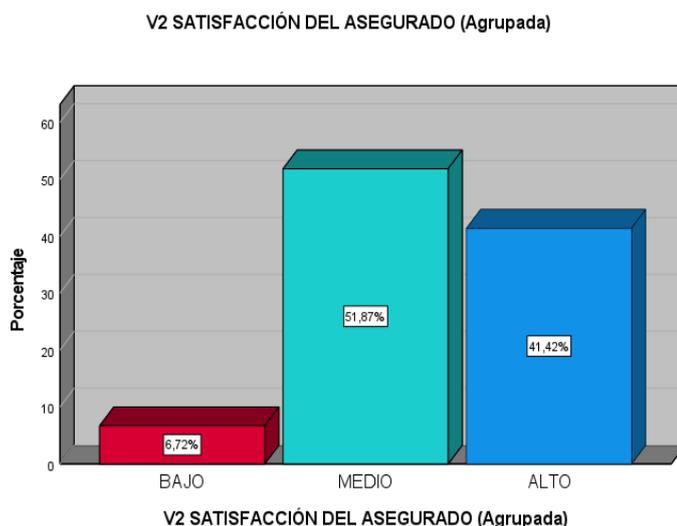
*Frecuencia de Satisfacción del Asegurado*

	Intervalo	Frecuencia	%
BAJO	13-30	18	6,7
MEDIO	31-48	139	51,9
ALTO	49-65	111	41,4
Total		268	100,0

Nota: Encuesta a los asegurados de una institución Aseguradora en Salud, Lima 2023.

**Figura 6**

*Niveles de la variable Satisfacción del Asegurado.*



Nota. Elaborado por el investigador, asistido por el programa SPSS v27

El análisis de la Tabla 15 nos permite observar un número mayoritario de 250 asegurados encuestados (93,3 %) valoran a la satisfacción del asegurado entre alto y medio. Asimismo, y tan solo 18 asegurados (6,7%) la perciben como “baja”. En conclusión, la gran mayoría de los encuestados califica positivamente la satisfacción de los asegurados.

En una primera instancia, se emplearon pruebas de verificación de normalidad, a través de la cual concluimos si los datos recogidos tenían una distribución de frecuencia normal. Se formaron teorías:

Hipótesis nula (Ho): Datos con una distribución normal.

Hipótesis alterna (Ha): Datos sin una distribución normal.

En ese sentido, si  $p < 0.05$ , descartamos Ho para aceptar Ha. En tanto, si  $p \geq 0.05$ , aceptamos Ho para descartar Ha.

## Tabla 16

### *Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
TIC	,176	268	,000	,878	268	,000
Satisfacción del Asegurado	,181	268	,000	,911	268	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Reporte SPSS v27.

Muestra supera el mínimo de 50 encuestados, es por ello que utilizaremos Kolmogorov-Smirnov, con el que analizaremos la significancia de las variables. La significancia en las variables TIC y satisfacción del asegurado es igual a 0,00. En esta tesis se utilizará estadística no paramétrica, aceptamos la Ho y rechazamos Ha. Se comprobó la fiabilidad de las variables de estudio de forma concurrente. Considerando que, el instrumento es fiable si el valor es  $> 0,7$  y no fiable si el valor es  $< 0,7$ .

## Anexo 11: Resumen de Referencias

Criterios de Aceptación	Porcentaje	
Total de referencias	50	
Referencias menores a 7 años	70%	80%
Referencias de artículos científicos	70%	70%
Referencias de libros o tesis	30%	30%
Referencias en otro idioma	40%	42%

Nota. Elaboración Propia.