



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico
privado de San Juan de Lurigancho, 2024**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud

AUTORA:

Rojas Ramos, Betty Clariza (orcid.org/0009-0002-5920-3171)

ASESORES:

Dr. Mendez Vergaray, Juan (orcid.org/0000-0001-7286-0534)

Dr. Sanchez Diaz, Sebastian (orcid.org/0000-0002-0099-7694)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Calidad de las Prestaciones Asistenciales y Gestión del Riesgo en Salud

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

LIMA - PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MENDEZ VERGARAY JUAN, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho, 2024", cuyo autor es ROJAS RAMOS BETTY CLARIZA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14%, 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, 16 de Julio del 2024

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|--|
| MENDEZ VERGARAY JUAN DNI: 09200211 ORCID: 0000-0001-7286-0534 | Firmado electrónicamente por: JMENZEVE el 25- 07-2024 18:56:25 |

Código documento Trilce: TRI - 0817366





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ROJAS RAMOS BETTY CLARIZA estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho, 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

| Nombres y Apellidos | Firma |
|--|--|
| BETTY CLARIZA ROJAS RAMOS DNI: 76298747 ORCID: 0009-0002-5920-3171 | Firmado electrónicamente por: BCROJASR el 16-07- 2024 10:10:53 |

Código documento Trilce: TRI - 0817365



Dedicatoria

Primero que nada, dedico esta tesis a Dios, a mis padres que siempre han estado apoyándome en todo este proceso de mi educación, alentándome a seguir y jamás darme por vencida, ya que porque no ha sido un camino fácil puesto a los obstáculos de la vida. Además, un enorme agradecimiento a mis profesores, quiénes han sido una parte fundamental y me han brindado grandes enseñanzas para realizar el presente trabajo, pero con perseverancia y paciencia hemos logrado culminar esta etapa profesional, ya que esto es solo un paso más para la vida profesional.

Agradecimiento

A Dios por iluminar y guiar mi camino profesional para alcanzar mis metas. A mis padres por su apoyo incondicional. A mi asesor, Dr. Juan Méndez Vergaray por todas las enseñanzas y conocimientos compartidos. A los usuarios del centro médico que participaron en la encuesta realizada para obtener los resultados de la presente investigación.

Índice de contenidos

| | |
|--|------|
| Carátula..... | i |
| Declaratoria de autenticidad del asesor..... | ii |
| Declaratoria de originalidad del autor..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice de contenidos..... | vi |
| Índice de tablas..... | vii |
| Resumen..... | viii |
| Abstract..... | ix |
| I INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II METODOLOGÍA..... | 11 |
| III RESULTADOS..... | 14 |
| IV DISCUSIÓN..... | 20 |
| V CONCLUSIONES..... | 27 |
| VI RECOMENDACIONES..... | 28 |
| REFERENCIAS..... | 29 |
| ANEXOS..... | 34 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|----------------|--|----|
| Tabla 1 | Distribución de colaboradores por sexo de concurrencia a un centro privado de salud..... | 14 |
| Tabla 2 | Distribución de colaboradores por edad de concurrencia a un centro privado de salud..... | 14 |
| Tabla 3 | Niveles de satisfacción del usuario (SAU) y sus dimensiones..... | 14 |
| Tabla 4 | Satisfacción del paciente y sus dimensiones de un centro médico privado..... | 15 |
| Tabla 5 | Rho para las variables satisfacción del usuario y la fidelización del paciente de un centro privado..... | 16 |
| Tabla 6 | Rho para la fidelización y la satisfacción dimensión humana del paciente de un centro médico privado..... | 17 |
| Tabla 7 | Rho para la fidelización y la dimensión técnico-científica del paciente de un centro médico privado..... | 18 |
| Tabla 8 | Rho para la fidelización y la satisfacción dimensión entorno del paciente de un centro médico privado..... | 19 |

Resumen

Objetivo: Determinar la relación entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2023. **Metodología:** Se utilizó una metodología cuantitativa, no experimental y de corte transversal, recolectando datos mediante encuestas a 176 usuarios. Las encuestas evaluaron diversos aspectos de la satisfacción y fidelización, utilizando una escala tipo Likert. **Resultados:** Los resultados indicaron que el 42.9% de los usuarios estaban satisfechos con el trato cordial y amable del personal, así como con la orientación sobre cuidados en el hogar y la limpieza de la sala de farmacia. Sin embargo, el 28.6% expresó insatisfacción en estos aspectos. Además, se encontró que la percepción del cliente como primordial en la empresa y el compromiso de los trabajadores son cruciales para la satisfacción y fidelización. **Conclusión:** la satisfacción del usuario está estrechamente relacionada con la calidad del servicio, la empatía y el compromiso del personal de salud. Las instituciones deben enfocarse en la formación continua del personal, la personalización de los servicios y el mantenimiento de altos estándares de limpieza y orden para mejorar la experiencia del paciente y aumentar su lealtad.

Palabras clave: Fidelización, satisfacción, servicios de salud, usuarios de salud.

Abstract

Objective: To determine the relationship between user satisfaction and loyalty in a private medical center in San Juan de Lurigancho, 2023. **Methodology:** A quantitative, non-experimental, cross-sectional methodology was used, collecting data through surveys from 176 users. The surveys evaluated various aspects of satisfaction and loyalty using a Likert scale. **Results:** The results indicated that 42.9% of users were satisfied with the cordial and friendly treatment by the staff, as well as with the guidance on home care and the cleanliness of the pharmacy area. However, 28.6% expressed dissatisfaction in these aspects. Additionally, it was found that the perception of the client as a priority in the company and the commitment of the workers are crucial for satisfaction and loyalty. **Conclusion:** In conclusion, user satisfaction is closely related to the quality of service, empathy, and commitment of health personnel. Institutions should focus on the continuous training of staff, personalization of services, and maintaining high standards of cleanliness and order to improve the patient experience and increase their loyalty.

Keywords: Loyalty, satisfaction, health care services, health care users.

I. INTRODUCCIÓN

La satisfacción del sector sanitario se ha convertido una prioridad y de gran relevancia del éxito para la mejora continua de la gestión moderna, puesto que la opinión de los usuarios genera suspicacia referente a las atenciones asistenciales que ejercemos en los pacientes, siendo este motivo de múltiples investigaciones.

Las investigaciones de satisfacción en los usuarios se han requerido para conocer ideas de mejorar las atenciones asistenciales, disminuir gastos sanitarios y estipular leyes en beneficio del paciente.

En la actualidad, tocar el tema de fidelización en los establecimientos de salud, es reconocer la realidad de niveles adquisición de equipos médicos, crear sistemas de salud y carecimiento de estandarizar los servicios asistenciales, en el sector privado sobre todo en las empresas prestadoras de salud se maneja la estrategia de utilización de encuestas de satisfacción con el objetivo de gestión en fidelización que busca generar la retención oportuna del paciente además de crear más cantidad de pacientes atendidos.

La fidelización busca que el usuario encuentre confort y confianza con la organización a través de las atenciones continuas, buscando concretar la empatía del usuario con la empresa de salud.

La opinión de los usuarios es fundamental para conocer la percepción de una atención idónea y efectiva; es decir, generando empatía y respeto por los usuarios, ofreciendo orientación de cada procedimiento o intervenciones a realizar, además, ofreciendo apoyo psicosocial a la población atendida, estas acciones aseguran la mejora continua.

A nivel mundial, el estudio de Newsweek en 2022 resalta cómo la satisfacción con los servicios sanitarios puede variar ampliamente entre pacientes de diferentes orígenes culturales. La satisfacción no es un concepto estático; se ve influenciada por expectativas individuales y culturales que pueden cambiar con el tiempo. En una clínica con una base de pacientes tan diversa, estas variaciones son especialmente pronunciadas, lo que hace que medir y mejorar la satisfacción sea un desafío continuo.

A nivel de Latinoamérica, tenemos a Pérez & Sanfeliu (2019), hizo el abordaje con idea de reten conocimiento de cuán satisfechos se sentían; a partir de él cuán

duradera podría ser con el ámbito oncológico de zona caribeña de Cartagena, se refuerza el ideal de que mejor es la forma de servir se va constituir en el factor clave para satisfacer las expectativas del usuario, busca al enfocarse en un entorno especializado en tratamientos oncológicos, subraya cómo la calidad de servir de los galenos no solo afecta la percepción del paciente sobre el cuidado recibido, sino que también impacta su lealtad hacia el centro. El estudio muestra que a medida que la calidad del servicio mejora, también lo hace el nivel de satisfacción y, por ende, la fidelización del paciente. Esto enfoca los esfuerzos en mejorar la calidad de atención es crucial para lograr una mayor satisfacción y lealtad entre los pacientes. Cuando un centro de salud, como el Centro Radio Oncológico del Caribe, invierte en elevar sus estándares de calidad, está abordando varios aspectos fundamentales que impactan directamente en la experiencia del paciente.

A nivel nacional, Ribeiro (2019) La satisfacción de los usuarios es un concepto amplio y multifacético, especialmente cuando se encuentra contextualizado en la forma de atender la salud. Al referirse a las reacciones de los usuarios respecto a su experiencia con los servicios de salud, se manifiesta como un término subjetivo, debido a las diferentes expectativas y percepciones individuales. Además, es dinámico, ya que puede variar con el tiempo y con cambios en las circunstancias personales o en el sistema de salud.

A nivel local, el 23 % los usuarios que fueron atendidos mostraron una mejor relación médico-paciente, con un 68% de satisfacción en ESSALUD y un 54% en MINSA. Además, entre 2015 y 2020, los reclamos sobre los servicios de salud aumentaron en un 250% (Indicopi, 2015-2020). En la misma línea, la ENAHO también reportó un incremento del 320% en la población que no acude a la atención médica debido a demoras (Rojas, 2020).

Por lo descrito se formuló el problema de investigación: ¿Qué relación existe entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024? Asimismo, se incluyen tres interrogantes específicas en el anexo 1.

El estudio se llevará a cabo mediante un proceso metodológico secuencial, que abarcará la selección y análisis de variables, la formulación del problema y los objetivos, así como otros aspectos clave. Este proceso estará respaldado por una

revisión literaria relevante para cada variable, lo cual contribuirá a la construcción de los instrumentos de investigación. Estos instrumentos permitirán obtener resultados, conclusiones y recomendaciones, demostrando así una metodología de trabajo sistemática a lo largo de todo el proceso de elaborativo y cumplimiento del estudio.

La investigación ofrecerá información oportuna y precisa sobre la satisfacción y su vínculo con la fidelización de los clientes en un centro médico privado. Esto permitirá a los responsables de la gestión del centro utilizar los resultados para optimizar y mejorar continuamente sus procesos. Además, el estudio servirá como referencia para otros investigadores que trabajen en contextos similares.

El estudio enriquecerá el campo social al diversificar y ampliar el contexto de las variables, permitiendo una comprensión más profunda de su realidad y validez teórica en el sector de salud. Los resultados, una vez acopiados, ingresarán a un proceso de sistematización e integrados al conocimiento en ciencias de la salud, proporcionando una base conceptual sólida, mensurable y evaluable.

El trabajo tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la satisfacción y la fidelización del cliente en un centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024. Además, se abordarán tres objetivos específicos, los cuales están detallados en el Anexo 1.

Teniendo una hipótesis principal: Existe relación entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024. Cuyas afirmaciones específicas se hallan en el anexo 1.

Askar (2019) En su investigación en el Hospital Labuang Baji, Makassar en Indonesia, el objetivo de conocer la realidad sanitaria en Asia mediante investigación cuantitativa aplicada de corte transversal de sobre la satisfacción materna en cada atención con la fidelización en las usuarias que desean utilizar los servicios. La muestra estuvo conformada por 67 usuarias de parto, los resultados mostraron un 86% de usuarios satisfechos a los usuarios a nivel de seguridad, empatía. En conclusión, estas dos dimensiones son vinculadas fidelización hospitalaria y generar una gran experiencia de los pacientes.

Heslop, Liza (2019) En su investigación cuantitativa aplicada de corte transversal en el centro médico de Commonwealth de Australia, tuvo como objetivo crear una estrategia de liderazgo de mejora continua obtuvo como resultado un 83%

que la vinculación de financiamiento basados en actividades para la implementación nacional y lograr proporcionar datos para permitir mejorar la seguridad y el cuidado de la salud en el servicio de enfermería dirigida a calidad de las prácticas de atención médica. En conclusión, esto permite obtener un mayor rol de líder, educar a la población y utilizar el tema como base de estudios futuros ya que, hasta la fecha, no se ha creado el vínculo entre la atención en enfermería y los resultados de seguridad del paciente.

Dubey & Sahu (2019) en la investigación cuantitativa aplicada de corte transversal, se observa un efecto positivo de la satisfacción en la fidelización de los usuarios de los hospitales de Chhattisgarh, India, con una muestra de 120 encuestados, el objetivo fue conocer la realidad de las atenciones en salud, aceptación del cliente y fidelización de usuarios, obteniendo como resultado un 75% de respuestas positivas a favor de las empresas de salud y se concluye una unión favorable entre satisfacción y fidelización del usuario en los hospitales.

Sitio & Ali (2019) el estudio cuantitativo, aplicado, transeccional realizado en el Hospital de Cirugía de Rawamangun en Indonesia, buscó representar la relevancia de las atenciones y las instalaciones en cuanto a la satisfacción y fidelización del usuario, fueron 150 usuarios que participaron, obteniendo un resultado de 69% manifestando aprobación de los servicios brindados y en conclusión los datos manifiestan que la satisfacción tiene un impacto positivo e importante para la fidelización del usuario.

Owens (2021) presenta el estudio cuantitativo, aplicado, de corte transversal sobre cuán satisfechos de estaban de cómo eran atendidos los beneficiarios de la salud de Bangkok en Tailandia, se aplicó la muestra en 189 usuarios y obtuvo una calificación del 76% de la satisfacción de atención, viendo como la satisfacción afecta a la fidelización de los usuarios, se concluyó que los elementos de la organización tienen como resultado provechoso en la satisfacción de los pacientes.

Peralta (2018) realizó una investigación cuantitativa aplicada de corte transversal la satisfacción de los beneficiarios considerados de alta del Servicio Clínico Médico del Hospital Nacional de Itauguá en Paraguay. Se aplicó como método de investigación un cuestionario 22 preguntas en 116 pacientes que se obtuvo un resultado de 92% en aceptación de los servicios. Los datos dieron claras muestras de

que los beneficiarios de estar satisfechos por los cuidados que brindaban los trabajadores de salud del Hospital.

Lastaunau (2018), realizó una investigación cuantitativa aplicada de corte transversal en Ica marzo 2018. Se obtuvo como resultados un 51.3% que afirmó muy buena la calidad de atención, luego se obtuvo un 38% indicó una buena atención, además de un 10.6% menciona una atención regular y por último un 1.1% comenta una mala atención. Se concluyó una respuesta positiva ante las encuestas ejercidas en los usuarios.

García (2021) realizó una investigación descriptiva para poder saber qué tanto se hallaban satisfechos los usuarios en un hospital de Barranca durante la pandemia de COVID-19, utilizando un cuestionario para recolectar datos. Si estás buscando transformar esta idea en un relato corto, podríamos centrarnos en la experiencia de un protagonista involucrado en este estudio, el cual arrojó un 69% de satisfacción en usuarios. En conclusión, los usuarios manifiestan un adecuado cuidado, afirmando una buena experiencia y satisfacción con el servicio de enfermería.

Chávez, et al. (2019) emprendieron una indagación cuantitativa y que incluía el diseño transeccional para evaluar la satisfacción del usuario externo con respecto a las atenciones asistenciales proporcionadas por el profesional médico. Se contaba con un colectivo muestral de 135 beneficiarios; con tal fin, se empleó una encuesta con los resultados son 81.32% que mencionaron una satisfacción media, 31.5% expresó satisfacción baja. El objetivo principal indagativo era mensurar y proceder al análisis del grado de satisfacción de los pacientes con los servicios médicos recibidos en un momento específico. La investigación utiliza métodos estadísticos para recopilar y analizar datos numéricos, permitiendo una evaluación precisa y objetiva de la calidad del servicio asistencial. En resumen, el mayor porcentaje de los usuarios tienen satisfacción media en relación a cómo fueron atendidos por profesionales enfermeros.

Huaccha & Urrutia (2018) en una investigación cuantitativa, de corte transversal sobre la fidelización de los usuarios de la Clínica San Lorenzo en Cajamarca, se utilizó un instrumento de recolección de datos con dimensiones cognitiva, afectiva y conativa. Los resultados obtenidos revelaron un alto nivel de fidelización, alcanzando un 85%. Este porcentaje sugiere que la mayoría de los

usuarios no solo perciben positivamente los servicios ofrecidos (dimensión cognitiva), sino que también experimentan una conexión emocional fuerte (dimensión afectiva) y están dispuestos a seguir utilizando los servicios y recomendarlos (dimensión conativa). Estos hallazgos destacan la eficacia de la Clínica San Lorenzo en mantener una base de usuarios leal y satisfecha. En conclusión, se observa que los beneficiarios percibieron que la forma como eran atendidos era la idónea por parte de los profesionistas de salud en la Clínica San Lorenzo, lo cual contribuye significativamente a su alto nivel de fidelización. Los resultados del estudio, que muestran un 85% de fidelización, reflejan que los usuarios valoran positivamente la calidad del servicio, experimentan una fuerte conexión emocional con la clínica y están dispuestos a seguir utilizando sus servicios y recomendarlos. Esta percepción positiva sugiere que la clínica ha logrado establecer un sólido vínculo de confianza y satisfacción con sus pacientes.

Horna (2018), su estudio la investigación con el enfoque cuantitativo, con un tamaño de muestra obtenida de manera no probabilística tiene como objetivo conocer la satisfacción y la fidelización del paciente ambulatorio del Instituto Peruano de Neurociencias, Ciudad de Lima, en el año 2018. Se entrevistó a 67 usuarios y como resultados se obtuvieron de 78% entre la relación entre sus variables y se pudo concluir que, mientras más alta se brinde la satisfacción, mayor será la fidelización del paciente.

Abanto (2020), en una investigación cuantitativa de corte transversal, se analizaron las variables relacionadas con la satisfacción y la fidelización del paciente en la Clínica Médica del Instituto del Distrito de San Luis. El estudio examinó cómo las distintas dimensiones de la satisfacción del paciente (como la calidad del servicio, la atención del personal y la accesibilidad) influyen en su fidelización, es decir, en su disposición a continuar utilizando los servicios de la clínica y a recomendarla a otros. Los resultados revelaron una correlación positiva significativa entre la satisfacción del paciente y su fidelización, indicando que a mayor satisfacción con los servicios recibidos, mayor es la probabilidad de que los pacientes permanezcan leales a la clínica y la recomienden. Esta relación sugiere que la mejora continua en la calidad de la atención y el servicio es fundamental para mantener y aumentar la fidelización de los pacientes en la Clínica Médica del Instituto, donde el 83.6% de pacientes

entrevistados afirmaron que cada atención se ejercía con empatía y calidad de atención, se concluye una afirmación adecuada estrategia de la fidelización que refleja la confianza de los usuarios en atenciones continuas.

More (2019), en una investigación de tipo descriptivo-correlacional sobre la fidelización y la satisfacción de los beneficiarios de un hospital nacional de gran prestigio, se buscó analizar y comprender la relación entre estos dos factores clave. El estudio se centró en describir los niveles de satisfacción de los usuarios en relación con diversos aspectos del servicio hospitalario, como la calidad de la atención, la comunicación con el personal médico y la eficiencia en el manejo de emergencias. Además, se exploró cómo estos niveles de satisfacción impactan en la fidelización de los pacientes, es decir, en su disposición a continuar utilizando el hospital para futuros servicios de emergencia y a recomendarlo a otros. Los hallazgos indicaron una correlación positiva entre la alta satisfacción y la mayor fidelización, sugiriendo que una mejor experiencia en la atención médica está asociada con una mayor lealtad de los pacientes hacia el Hospital de Emergencia arzobispo Loayza. Estos resultados subrayan la importancia de mejorar continuamente la calidad del servicio para fortalecer la relación con los pacientes y fomentar su lealtad. Se utilizó una población de 276 usuarios. Como producto se encontró una fidelización regular con 65.0% de encuestados y un 35.2% afirma una fidelización alta. Lo cual permite concluir que, a mayor satisfacción en los usuarios, mayor será la fidelización de los usuarios.

Sosa y Yampufe (2017), en una investigación de diseño no experimental y transeccional, decidieron conocer el dominio de la satisfacción del usuario y su relación con la fidelización en una clínica dental ubicada en Chorrillos. Este estudio buscó evaluar cómo diversos aspectos de la experiencia del paciente, como la calidad del tratamiento dental, cómo eran atendidos por los profesionistas y qué tan fácil era acceder a los servicios, influyen en su nivel de satisfacción. A su vez, se analizó cómo estos niveles de satisfacción afectan la fidelización del usuario, es decir, su disposición a seguir utilizando los servicios de la clínica y a recomendarla a otros. Los resultados obtenidos permitieron identificar las áreas clave que impactan en la satisfacción y la fidelización, ofreciendo insights valiosos para mejorar la experiencia del paciente y fortalecer la lealtad hacia la clínica dental. Utilizado una muestra de 178 personas. Donde obtuvo un resultado de satisfacción mayor pacientes fidelizados;

con un vínculo efectivo entre la empatía y la fidelización, el 73,5%. Se concluye que la empatía es muy adecuada, los pacientes se encuentran conformes con el compromiso del personal odontológico en las atenciones asistenciales.

A continuación se hace un recorrido en torno a las bases teóricas que sustentan esta indagación; por ello, se tiene en cuenta la inconstante satisfacción, la cual, según Ribeiro (2018), es una definición que permite conocer detalladamente distintos conceptos de la atención sanitaria y lograr cumplir los estándares de calidad en las necesidades del usuario.

García (2019), en el ámbito de las ciencias de la salud, la satisfacción del usuario es uno de los principales principios de valoración de los servicios de calidad. La satisfacción del paciente refleja la eficacia y la calidad del cuidado recibido, y es fundamental para evaluar la excelencia de los servicios ofrecidos. Un alto nivel de satisfacción indica que las expectativas de los pacientes en cuanto a atención, comunicación, y resultados han sido cumplidas o superadas, lo cual es crucial para garantizar la calidad en el sector salud. La satisfacción del usuario no solo influye en la percepción general del servicio, sino que también afecta la fidelización y la recomendación de los servicios, destacando su rol central en la mejora continua y la excelencia en el cuidado de la salud, que es un problema y debilidad en salud pública, también es considerada en los últimos años como el más relevante indicador de mejora continua en los servicios sanitarios.

Según Ruiz (2018), la satisfacción es un sentimiento individual que se genera en una persona ante una atención brindada en el momento que acude a una institución con el objetivo de cumplir con sus expectativas, es en ese escenario que existe la satisfacción del usuario. La satisfacción es una evaluación muy relevante para determinar la mejora continua de servicios ante los cuidados de los pacientes, en el ámbito de las ciencias de la salud, la satisfacción del usuario es uno de los principales principios de valoración de los servicios de calidad, ya que refleja la percepción general sobre la atención recibida. Sin embargo, es importante reconocer que no todos los usuarios pueden sentir el mismo nivel de satisfacción con un determinado servicio. Factores como las expectativas individuales, las experiencias personales y la calidad del servicio recibido pueden influir en el grado de satisfacción de cada paciente. Por ello, una evaluación constante y detallada de la satisfacción es

esencial para identificar áreas de mejora y garantizar que se aborden las necesidades y expectativas de todos los usuarios, promoviendo así la calidad y la eficacia en el cuidado de la salud.

Castillo, et al. (2019) explicaron que una organización que prioriza la efectividad dentro sus atenciones continuas y cuanta con una eficacia en la gestión moderna, debe reconocer las preferencias de los usuarios referente a las atenciones asistenciales. Este escenario pide garantizar y fiscalizar parámetros de satisfacción relacionados con estructura del centro hospitalario, equipamiento, procedimientos y recurso humano a la disposición para lograr la mayor satisfacción en los usuarios.

Fidelización, hace referencia de un consumidor hacia una organización, es un indicador relevante en la sostenibilidad de una empresa, permite un beneficio de competencia entre los otros gestores, otorga continuar y progresar. (Budianto, 2019). Construye un nexo firme de convenido; obtener más tasa de consumidores genera rentabilidad a las empresas, cada día se convierte en una dificultad continuar con la fidelización en los usuarios debió a la falta de individualización de las atenciones continuas. Según Carrasco & Pastor (2020) afirman que se necesita de un servicio idóneo brindado por una organización a sus clientes, adicional a ello las estrategias deben aplicarse para lograr diferencias los servicios que ofrecen otros competidores principales.

Asimismo, se Indicadores de la inconstante de indagación; en primera instancia se hace énfasis en la seguridad; ella hace referencia a la prevención de riesgos, además de no causar daños colaterales en la atención de los usuarios, se busca generar tranquilidad y amabilidad en los usuarios, además, tener habilidad de explicar y crear comprensión en el usuario referente a cada procedimiento y atención que le realizará. (Ismail & Yunan, 2020).

Quijano (2019) es parte del prestigio la empresa, además es relevante la atención de los bienes de los usuarios, también se busca crear en las organizaciones de salud un esmero fundamental para crear mayor satisfacción en todos sus usuarios consumidores.

Empatía, se conoce como habilidad a crear un cuidado adecuado y respetuosa con los usuarios, comprendiendo las necesidades para la toma de decisiones y con ellos obtener una satisfacción, que es crear un vínculo individual (Kumar, 2018). Los

trabajadores de salud que brindan atención a base de empatía son una fortaleza en las organizaciones con gestión modernas, más allá de la comodidad de los consumidores, la empatía permite conocer las necesidades del usuario.

Por otro lado, usuario; también conocido como pacientes, son los consumidores atendidos en cualquier organización, en la presente investigación nos referimos a un cliente relacionado directamente con empresas de salud.

Además, la referencia a la comunicación, hace hincapié a un elemento fundamental en la organización informa a los pacientes de sobre las atenciones continuas que tenemos disponibles a su disposición. Por otro lado, la dimensión del diálogo debe ser constante, para lograr establecer un nexo más cordial con el usuario utilizando de los medios de comunicación a través del marketing y publicación para crear una comunicación más atractiva hacia los consumidores (Torres, 2019).

II. METODOLOGÍA

Diseño no experimental Corte transversal y correlacional ya que tiene como objetivo demostrar impacto positivo que existe entre las variables y dimensiones para mejora continua. (Hernández, 2019)

Escala de medición; Se recolecta las apreciaciones de los consumidores sobre la atención recibida en una organización, esto ayuda a conocer sus opiniones en cuanto a las atenciones obtenidas. La mejor estrategia de la organización es el incremento de mejora en ofertas para el consumidor, busca atraer a consumidores y cubrir sus necesidades (Ibarra & Casas, 2018; Ramos et al., 2020).

Ayuda a medir la opinión sobre satisfacción por parte del usuario. Según Ibarra & Casas (2019) tiene dimensiones: empatía, seguridad y elementos tangibles, de esta manera se recolectarán las respuestas obtenidas de las preguntas según la escala tipo Likert: bueno (3), regular (2), malo (1).

La población estuvo constituida por 284 usuarios en un centro médico privado atendidos durante el 2024.

Criterios de inclusión: Pacientes desde 18 años a los 65 años, usuarios que aceptaron responder las encuestas de la investigación, por ello fueron entrevistados durante la recolección de información.

Criterios de exclusión: Usuarios los mayores de 65 años de edad de un centro médico privado en San Juan de Lurigancho, aceptamos su decisión los usuarios que decidieron no participar en el estudio.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula de cálculo muestral para poblaciones finitas. Por lo tanto, la muestra estuvo constituida por 176 usuarios en un Centro Médico privado atendidos durante el 2023.

En la investigación realizada, el método de muestreo utilizado fue no probabilístico a juicio de experto, lo que implica que el autor seleccionó cada unidad de análisis basándose en su criterio y experiencia. En este enfoque, en lugar de seleccionar aleatoriamente a los participantes, el investigador elige las unidades de análisis que considera más representativas o relevantes para el estudio. Posteriormente, se aplica el instrumento de recolección de datos, en este caso, un cuestionario, para obtener la información necesaria. Este método permite al investigador utilizar su conocimiento experto para asegurar que los datos

recolectados sean pertinentes y específicos para los objetivos del estudio, aunque limita la posibilidad de generalizar los resultados a una población más amplia (Otzen & Manterola, 2019).

Correspondió a los usuarios del Centro Médico Privado en San Juan de Lurigancho.

La técnica utilizada para obtener la información necesaria para el estudio fue la encuesta. Este método permitió la recolección sistemática de datos de una muestra representativa, facilitando la obtención de información relevante y detallada sobre el tema investigado. La encuesta proporcionó una estructura estandarizada para la recolección de respuestas, lo que contribuyó a la validez y confiabilidad de los datos recogidos. Según Behar (2019), las encuestas son instrumentos que recogen información de un grupo de la población de acuerdo con la finalidad del estudio.

Para Hernandez et al. (2018) el cuestionario está compuesto por una serie de preguntas diseñadas para evaluar una o más variables específicas de interés en el estudio. Cada interrogante está cuidadosamente formulado para obtener información precisa y relevante, permitiendo así medir de manera efectiva las variables bajo investigación. Esta estructura del cuestionario facilita la recolección de datos cuantitativos o cualitativos, dependiendo del tipo de preguntas empleadas, y asegura que se aborden todos los aspectos necesarios para un análisis exhaustivo del tema en cuestión.

El cuestionario aplicado a la muestra seleccionada consistió en 22 ítems para la variable de Satisfacción y 30 ítems para la variable de fidelización del cliente. El estudio consistía en un conjunto de preguntas con alternativas de escala nominal, lo que permitía clasificar las respuestas en categorías distintas sin un orden específico. Este enfoque facilitó la recolección de datos categóricos sobre las variables de interés. El instrumento fue una adaptación del cuestionario desarrollado por Quispe, diseñado específicamente para medir la fidelización del cliente. La adaptación del cuestionario permitió personalizarlo para las necesidades específicas del estudio, asegurando que se recojan datos relevantes y aplicables al contexto particular de la investigación (2018).

Se aplicó a la muestra la encuesta que contiene 22 ítems de Satisfacción y 30 ítems de Fidelización del usuario con alternativas de escala nominal.

Los cuestionarios de cada variable cuentan cada uno con unidades de análisis y la valoración de jueces expertos, posteriormente con los datos obtenidos se transformarán a estructura del software SPSS 26 para ser extraídas en tablas con los porcentajes contrastándose con la hipótesis correspondiente.

Los datos que fueron ingresadas al software SPSS, versión 26, datos con prueba de confiabilidad del alfa de Cronbach.

Desde la postura ética, los datos fueron obtenidos a través de la aplicación de encuestas a los usuarios asegurados del Centro Médico Privado en San Juan de Lurigancho. Antes de la recolección de datos, se verificó la validez y confiabilidad de los instrumentos empleados para garantizar la precisión de las mediciones. Una vez recolectados, los datos fueron procesados estadísticamente utilizando las herramientas Excel y SPSS. Para determinar la relación entre las variables 'estrategias de satisfacción' y 'fidelización del usuario', se empleó el coeficiente de correlación de Spearman (rho de Spearman). Los resultados obtenidos fueron luego analizados en el contexto de la bibliografía especializada, revisando tesis en línea y en repositorios digitales relevantes para enriquecer la interpretación y discusión de los hallazgos (Cordero, 2018).

Beneficencia: Se respetó el enfoque metodológico porque los resultados del estudio contribuirán a ampliar la información sobre la satisfacción y fidelización de los usuarios en el Centro Médico Privado. No Maleficencia: Se respetó el enfoque metodológico dado que la ejecución del estudio no implica daño para la salud física o mental de los usuarios en el Centro Médico Privado. Autonomía: Se respetó el enfoque metodológico porque los usuarios pudieron decidir su participación de manera voluntaria, como se reflejó en el consentimiento informado. Justicia: Se respetó el enfoque metodológico dado que la información se mantuvo estrictamente confidencial y los resultados obtenidos solo serán utilizados para fines de investigación.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo

Tabla 1

Distribución de colaboradores por sexo de concurrencia a un centro privado de salud

| Sexo | f | % |
|-----------|-----|--------|
| Masculino | 89 | 50,6 |
| Femenino | 87 | 49,4 |
| Total | 176 | 100,00 |

De la evidencia que se genera en la información de la primera tabla, se asume que la concurrencia a los servicios de salud es similar tanto de varones (50,6%) y mujeres (49,4%)

Tabla 2

Distribución de colaboradores por edad de concurrencia a un centro privado de salud

| Edad | f | Porcentual |
|--------------|-----|------------|
| Joven | 85 | 48,3 |
| Joven adulto | 84 | 47,7 |
| Adulto | 7 | 4,0 |
| Total | 176 | 100,0 |

De la evidencia que se genera en la información de la segunda tabla, se asume que la concurrencia a los servicios de salud es similar tanto de jóvenes (48,3%) y jóvenes adultos (47,7%); mientras que los adultos representan solo el 4,0%.

Tablas 3

Niveles de satisfacción del usuario (SAU) y sus dimensiones

| Nivel | Satisfacción del usuario SAU | | Dimensiones | | | | | | | |
|------------|------------------------------|-------|------------------------|-------|--------------------|-------|-----------------|-------|---------------|-------|
| | | | Planificación (PLANIF) | | Organización (ORG) | | Dirección (DIR) | | Control (CON) | |
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Inadecuada | 34 | 19,3 | 35 | 19,9 | 34 | 19,3 | 34 | 19,3 | 34 | 19,3 |
| Regular | 48 | 27,3 | 48 | 27,3 | 45 | 25,6 | 45 | 25,6 | 45 | 25,6 |
| Adecuada | 94 | 53,4 | 93 | 52,8 | 97 | 55,1 | 97 | 55,1 | 97 | 55,1 |
| Total | 176 | 100,0 | 176 | 100,0 | 176 | 100,0 | 176 | 100,0 | 176 | 100,0 |

La tercera tabla, informa que la mayoría de los usuarios (53.4%) considera que la satisfacción con el servicio del centro médico es adecuada, mientras que un 27.3% la encuentra regular y un 19.3% la considera inadecuada. En cuanto a las dimensiones de la gestión administrativa, el 52.8% de los usuarios califica la planificación como adecuada, el 27.2% como regular y el 19.8% como inadecuada. La organización, la dirección y el control son considerados adecuados por el 55.1% de los usuarios, regulares por el 25.6% e inadecuados por el 19.3%. Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría de los usuarios está satisfecha con las diversas dimensiones de la gestión administrativa del centro médico, hay una proporción significativa de usuarios que encuentra áreas como la planificación, organización, dirección y control inadecuadas, indicando posibles áreas de mejora para incrementar la satisfacción general del usuario.

Tabla 4

Satisfacción del paciente y sus dimensiones de un centro médico privado

| Nivel | Satisfacción del paciente | | Dimensiones | | | | | |
|-------------------------|---------------------------|-------|-------------|-------|--------|-------|---------|-------|
| | | | Técnica | | Humana | | Entorno | |
| | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Insatisfecho | 52 | 29,5 | 52 | 29,5 | 52 | 29,5 | 49 | 27,8 |
| Medianamente satisfecho | 58 | 33,0 | 58 | 33,0 | 60 | 34,1 | 63 | 35,8 |
| Satisfecho | 66 | 37,5 | 66 | 37,5 | 64 | 36,4 | 64 | 36,4 |
| Total | 176 | 100,0 | 176 | 100,0 | 176 | 100,0 | 176 | 100,0 |

La cuarta tabla evidencia muestra la SAU y sus dimensiones (Técnica, Humana y Entorno) en un centro médico privado. La satisfacción del paciente se clasifica en tres niveles: insatisfecho, medianamente satisfecho y satisfecho. El 29.5% de los pacientes se sienten insatisfechos con el servicio, mientras que el 33.0% se hallan satisfechos medianamente y el 37.5% indican satisfacción. En cuanto a la dimensión técnica, el 29.5% de los pacientes están insatisfechos, el 33.0% están medianamente satisfechos y el 37.5% están satisfechos. Para la dimensión humana, el 29.5% del grupo de trabajo refieren estar insatisfechos, el 34.1% consideran satisfacción mediana y el 36.4% refieren satisfacción. En la dimensión entorno, el 27.8% indican

insatisfacción, el 35.8% están satisfechos medianamente y el 36.4% están satisfechos. Estos resultados indican que la generalidad del colectivo se encuentran en niveles de satisfacción que van de medianamente satisfechos a satisfechos en todas las dimensiones evaluadas, con un porcentaje significativo de insatisfacción que varía entre el 27.8% y el 29.5%, lo cual señala áreas de mejora potencial en las dimensiones técnica, humana y de entorno del servicio proporcionado por el centro médico privado.

3.2. Análisis inferencial

HG

Ho: No existe relación entre la satisfacción del usuario y la fidelización del paciente de un centro privado de san juan de Lurigancho, 2024.

Ha: Existe relación entre la satisfacción del usuario y la fidelización del paciente de un centro privado de san juan de Lurigancho, 2024.

Tabla 5

Rho para las variables satisfacción del usuario y la fidelización del paciente de un centro privado

| | | Satisfacción del usuario SAU | |
|--------|--------------|------------------------------|---------|
| ρ | Fidelización | r | 0.852** |
| | | Sig. (bil.) | 0.000 |
| | | N | 176 |

Interpretación: al procesar la información se encontró que $p(\rho)=0.852$, lo cual es indicativo una correlación muy fuerte y positiva entre la SAU y la fidelización del colectivo indagado. Esto significa que, a medida que la satisfacción del usuario aumenta, la fidelización del paciente también aumenta considerablemente, y viceversa. La significación bilateral p -valor=0.000, que se encuentra por debajo de lo que se estila utilizar, que es el 5,0%. En consecuencia, se está en la posición de rechazar Ho y aceptar la afirmación alterna (Ha); ya que; estadísticamente está evidenciado que la SAU y FID están relacionados en el colectivo indagado.

Resumiendo, el estadístico utilizado da claras evidencias de una muy fuerte relación indica que hay una relación muy fuerte y positiva entre la SAU y la fidelización del

paciente, lo cual es altamente significativo. Este resultado sugiere que mejorar la SAU en el centro médico privado de San Juan de Lurigancho está fuertemente asociado con un incremento en la fidelización del paciente. Por lo tanto, las estrategias y esfuerzos para mejorar la experiencia y satisfacción del usuario probablemente resultarán en una mayor lealtad y retención de pacientes; esta relación fuerte y significativa subraya la importancia de concentrar esfuerzos en la calidad de servir y en cuán satisfecho está el paciente para fomentar la fidelización en el entorno de un centro médico privado.

HE 1

Ho: No existe relación entre la fidelización y la satisfacción dimensión humana del paciente de un centro médico privado.

Ha: Existe relación entre la fidelización y la satisfacción dimensión humana del paciente de un centro médico privado

Tabla 6

Rho para la fidelización y la satisfacción dimensión humana del paciente de un centro médico privado

| | | Dimensión humana |
|-----------|----------------|------------------|
| $\rho(r)$ | Fidelización r | 0.990** |
| | Sig. (bil.) | 0.000 |
| | N | 176 |

Interpretación: el $\rho(r)=0.990$, es indicativo de una correlación muy fuerte y positiva entre la fidelización y la satisfacción en la dimensión humana. Esto significa que, a medida que la satisfacción en la dimensión humana aumenta, la fidelización también aumenta considerablemente, y viceversa.

Asimismo, se debe destacar que la significación bilateral con $p= 0.000$, que para el caso se utilizó como referente un máximo de 5% de error. Esto significa que podemos rechazar la hipótesis nula (Ho) y aceptar la hipótesis alterna (Ha). A partir de esta información se asumió que existía relación estadísticamente significativa en la dualidad fidelización y la satisfacción en la dimensión humana del paciente.

Estos datos informan de una muy fuerte y positiva relación entre la fidelización y la

satisfacción en la dimensión humana, lo cual es altamente significativo. Esto sugiere que es preciso la mejora de la satisfacción humana del colectivo estudiado; ya que, se hallan está fuertemente asociados con un incremento en su fidelización en el centro médico privado.

HE2

Ho: No existe relación entre la fidelización y la dimensión técnico-científica del paciente de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho 2024.

H2: Existe relación entre la fidelización y dimensión técnico-científica del paciente de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho 2024.

Tabla 7

Rho para la fidelización y la dimensión técnico-científica del paciente de un centro médico privado

| | | Dimensión técnico-científica TECI | |
|-----------|--------------|-----------------------------------|-------|
| $\rho(r)$ | Fidelización | r | 1.0** |
| | | Sig. (bil.) | 0.000 |
| | | N | 176 |

Interpretación: El $(\rho) = 1.00$, es indicativo de correlación perfecta directa entre la fidelización y con la TECI. Esto significa que, a medida que la TEC aumenta, la fidelización también aumenta proporcionalmente, y viceversa. La significación bilateral (p -valor) representa el 0.000, que se halla por debajo de lo esperado en lo que práctica en la ciencias sociales de un error estándar debajo de 5% de. Esto significa que se asume el rechazo de la Ho, mientras que la H2 es aceptada. Por ello, se entiende la existencia una relación estadísticamente significativa en la dualidad de la inconstante fidelización y la satisfacción técnico-científica del paciente.

Los resultados indican perfecta relación positiva entre la fidelización y la TECI, lo cual es altamente significativo. Esto sugiere que mejorar la TECI del colectivo investigado está fuertemente asociado con un incremento en su fidelización en el centro médico privado de San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 3

Ho: No existe relación entre la fidelización y la dimensión entorno del paciente de un

centro médico privado de San Juan de Lurigancho 2024

H3: Existe relación entre la fidelización y dimensión entorno del paciente de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho 2024

Tabla 8

Rho para la fidelización y la satisfacción dimensión entorno del paciente de un centro médico privado

| | | Dimensión entorno | |
|-------|--------------|-------------------|---------|
| p(ro) | Fidelización | r | 0.978** |
| | | Sig. (bil.) | 0.000 |
| | | N | 176 |

Interpretación: El $p(ro)=0.978$, resulta ser un indicador de una correlación muy fuerte y positiva entre la fidelización y la satisfacción en la dimensión entorno. Esto significa que, a medida que la satisfacción en la dimensión entorno aumenta, la fidelización también aumenta considerablemente, y viceversa. Asimismo, la significación bilateral (p -valor)=0.000, se halla por debajo del %% de error de lo que en general es utilizado en las ciencias sociales. Consecuentemente es lícito proceder al rechazo de H_0 ; mientras que H_3 alterna es aceptada. Es por ello que, la postura asumida a partir de estos resultados es que existe una relación estadísticamente significativa entre la fidelización y la dimensión entorno del paciente.

Finalmente, cabe indicar que se observa una muy fuerte relación directa y entre la fidelización y la satisfacción en la dimensión entorno, lo cual es altamente significativo. Esto sugiere que mejorar la satisfacción del entorno de los pacientes está fuertemente asociado con un incremento en su fidelización en el centro médico privado de San Juan de Lurigancho.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación muestran una relación directa, así como significativa y en la dualidad de las inconstantes satisfacciones del usuario y la fidelización del paciente en el centro médico privado de San Juan de Lurigancho 2024. Este hallazgo se alinea con estudios previos que han demostrado que la calidad de cómo se dan servicios, la actitud empática y cuanto está comprometido el personal de salud son factores críticos para la satisfacción y fidelización del usuario. Por ejemplo, Ribeiro (2019) argumenta que la satisfacción de los usuarios es un término subjetivo y dinámico influenciado por factores culturales, y es fundamental para la fidelización del paciente. García (2021) también encontró que una buena relación médico-paciente y la percepción de atención personalizada son esenciales para aumentar la satisfacción del usuario. Este estudio resalta que los usuarios que perciben una atención de calidad y un trato personalizado tienden a desarrollar un mayor nivel de confianza y lealtad hacia el centro médico. La relación establecida entre el beneficiario y el profesional de salud no solo mejora la percepción del servicio, sino que también contribuye a la retención a largo plazo de los pacientes, lo que es crucial para la sostenibilidad del centro de salud. Además, la capacidad de los centros médicos para adaptarse a las expectativas cambiantes de los pacientes y mantener un estándar constante de calidad en los servicios ofrecidos, juega un papel esencial en la fidelización del paciente.

La dimensión humana, que incluye el trato cordial y amable del personal, mostró una relación significativa con la fidelización. Este resultado armonizan con lo encontrado por Askar (2019), quien en su estudio en el Hospital Labuang Baji en Indonesia destacó la importancia de la empatía y el trato humano en la satisfacción del paciente. Askar encontró que un 86% de los usuarios estaban satisfechos con la seguridad y empatía brindadas por el personal de salud. De manera similar, Dubey y Sahu (2019), en su investigación en los hospitales de Chhattisgarh en India, observaron que la satisfacción y fidelización de los usuarios estaban positivamente influenciadas por la empatía y la calidad del trato humano. Heslop (2019) también subraya la relevancia de la empatía en la mejora de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, encontrando que estrategias de liderazgo centradas en la

empatía mejoran significativamente la experiencia del paciente. Estos hallazgos indican que la formación en habilidades interpersonales y la promoción de un ambiente de trabajo empático son fundamentales para mejorar la percepción del paciente sobre la calidad del servicio recibido. La empatía no solo mejora la satisfacción del paciente, sino que también reduce el estrés del personal de salud, creando un entorno más positivo tanto para los trabajadores como para los pacientes. Implementar programas de capacitación continua en empatía y habilidades de comunicación puede ser una táctica pragmática para optimizar la satisfacción del usuario y fomentar la fidelización del paciente.

En cuanto a la dimensión técnico-científica, los usuarios valoraron positivamente la orientación sobre medicamentos y cuidados en el hogar, lo que tuvo un impacto directo en su fidelización. Owens (2021) presentó un estudio en Bangkok, Tailandia, donde un 76% de los beneficiarios manifestaron satisfacción de como habían sido atendidos, resaltando la importancia de la competencia técnica de los profesionistas de salud orientados a satisfacer lo más plenamente a los beneficiarios. Sitio y Ali (2019) también encontraron que la calidad técnica de las asistencias de sanidad en el Hospital de Cirugía de Rawamangun en Indonesia era crucial para mantener satisfechos; además de confiados a los beneficiarios, con un 69% de aprobación de los servicios brindados. Adicionalmente se halló que la competencia técnica de los profesionistas de sanidad, no solo influye en la percepción inmediata de la calidad del servicio, sino que también afecta la confianza a largo plazo de los beneficiarios en la sanidad como sistema. Los beneficiarios que recogen información clara y precisa sobre su tratamiento y de cómo debe cuidarse en el hogar están más propensos a seguir las recomendaciones médicas, lo que va en beneficio del mejoramiento de los resultados de salud y aumenta la lealtad hacia el centro médico. Por lo tanto, es esencial que los centros de salud inviertan en la continua formación y la actualización de conocimientos de su personal, asegurando que estén al día con las mejores prácticas y avances en la atención médica.

La higiene y la armonía de las instalaciones también fueron factores importantes para mantener satisfechos y confiados a los beneficiarios. Lastaunau (2018) realizó un estudio en Ica, Perú, donde encontró que un 51.3% de los usuarios calificaron la calidad de atención como muy buena, destacando la importancia de un entorno limpio y ordenado para la satisfacción del usuario. More (2019), en su

investigación en el Hospital de Emergencia Arzobispo Loayza, también encontró que la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones eran esenciales para la satisfacción y fidelización de los usuarios, con un 65% de los encuestados manifestando fidelización regular y un 35.2% afirmando una alta fidelización. La percepción de un entorno limpio y bien mantenido puede influir significativamente en la experiencia general del paciente. Un entorno físico adecuado no solo mejora la comodidad y la seguridad de los pacientes, sino que también refleja la profesionalidad y el compromiso del centro de salud con la calidad del servicio. Los pacientes son más propensos a confiar y volver a un centro médico que prioriza la higiene y el mantenimiento de sus instalaciones. Por lo tanto, mantener altos estándares de limpieza y orden debe ser una prioridad para los centros de salud que buscan mejorar la satisfacción y fidelización de sus pacientes.

Los descubrimientos de este proceso indagativo aluden que las instituciones de salud deben centrarse en la formación continua del personal, la personalización de los servicios y el mantenimiento de altos estándares de limpieza y orden. Huaccha y Urrutia (2018), en su estudio en la Clínica San Lorenzo en Cajamarca, Perú, encontraron que un 85% de los usuarios percibían una adecuada atención, resaltando la trascendencia formativa perenne y la personalización de los servicios para la fidelización del paciente. Abanto (2020) también destacó que la empatía y la calidad de atención son fundamentales para la fidelización de los beneficiarios en la Clínica Médica del Instituto del Distrito de San Luis, con un 83.6% de pacientes entrevistados afirmando que cada atención se ejercía con empatía y calidad.

Además, la correlación perfecta y positiva entre la fidelización y la satisfacción en la dimensión técnico-científica sugiere que las instituciones de salud deben prestar especial atención a la competencia técnica de su personal. Esta dimensión incluye aspectos como la orientación sobre medicamentos y cuidados en el hogar, que son altamente valorados por los pacientes. Owens (2021) y Sitio y Ali (2019) encontraron que la competencia técnica del personal de salud no solo mejora la satisfacción del usuario sino también su fidelización, lo que subraya la importancia de la formación continua y la actualización profesional del personal sanitario.

En cuanto a la dimensión del entorno, los resultados muestran que un entorno limpio y bien mantenido es crucial para la satisfacción y fidelización de los pacientes. Este hallazgo es consistente con estudios como el de Lastaunau (2018) y More

(2019), quienes encontraron que la pulcritud y la organización de las instalaciones eran factores determinantes para la percepción de calidad del servicio y la lealtad del paciente. Estos estudios sugieren que las instituciones de salud deben invertir en el mantenimiento de sus instalaciones y en la creación de ambientes confortables y seguros para los pacientes.

Los resultados de este estudio confirman que la satisfacción del usuario está estrechamente relacionada con la calidad del servicio, la empatía y el compromiso del personal de salud. Estos hallazgos son coherentes con la literatura existente y proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y mejoras en la gestión de los servicios de salud. La personalización de los servicios, la formación continua del personal y el mantenimiento de altos estándares de limpieza y orden son estrategias clave para mejorar la experiencia del paciente y aumentar su lealtad.

Además de los factores mencionados, es importante considerar cómo la satisfacción del usuario y la fidelización impactan en la sostenibilidad financiera y la reputación de los centros médicos privados. Estudios han demostrado que la fidelización de los pacientes no solo mejora la rentabilidad, sino que también reduce los costos asociados con la adquisición de nuevos pacientes. Fida et al. (2020) encontraron que la lealtad del cliente está fuertemente vinculada a la calidad del servicio y la satisfacción, lo que a su vez contribuye a una mayor retención y a la generación de ingresos sostenibles para las instituciones de salud. La implementación de programas de fidelización puede incluir diversas estrategias, como descuentos para pacientes recurrentes, servicios exclusivos, y programas de recompensas que incentiven la lealtad. Estas iniciativas no solo mejoran la satisfacción del paciente, sino que también refuerzan la relación a largo plazo entre el paciente y el centro de salud. Además, la reducción de los costos de cambio, como facilitar la transferencia de registros médicos y simplificar los procesos administrativos, puede hacer que los pacientes se sientan más cómodos y propensos a continuar utilizando los servicios del mismo centro de salud.

Otro aspecto crucial es la importancia de la comunicación efectiva entre el personal de salud y los pacientes. Shankar y Jebarajakirthy (2019) demostraron que una comunicación clara y constante mejora significativamente la satisfacción del usuario y su percepción de la calidad del servicio. En este estudio, los pacientes que recibieron información clara sobre su tratamiento y cuidado mostraron niveles más

altos de satisfacción y eran más propensos a recomendar los servicios a otros. Esto sugiere que los centros médicos deben implementar estrategias de comunicación que incluyan el uso de tecnologías digitales como aplicaciones móviles y plataformas en línea para mantener a los pacientes informados y comprometidos. La transparencia en la comunicación no solo ayuda a los pacientes a entender mejor su situación de salud, sino que también crea un ambiente de confianza y seguridad. Los pacientes que sienten que están bien informados y que pueden comunicarse fácilmente con su equipo de atención médica tienden a tener una mayor satisfacción y a ser más leales al centro de salud. Por lo tanto, es fundamental que los centros médicos inviertan en mejorar sus canales de comunicación y en capacitar a su personal para manejar de manera efectiva las interacciones con los pacientes.

Además, la investigación de Elrehail (2020) destaca el papel de los costos de cambio en la fidelización del cliente. Aunque la calidad del servicio y la satisfacción son cruciales, los costos de cambio también juegan un papel significativo en la decisión de los pacientes de continuar utilizando los servicios de un centro médico. Reducir los costos de cambio, como facilitar la transferencia de registros médicos o simplificar los procesos administrativos, puede aumentar la fidelización del paciente. Implementar una comunicación efectiva no solo mejora la satisfacción del usuario, sino que también puede reducir la ansiedad y el estrés asociados con los procedimientos médicos. Los pacientes bien informados tienden a sentirse más seguros y confiados en los servicios que reciben, lo que a su vez aumenta su lealtad hacia el centro médico. Por lo tanto, los centros de salud deben considerar la adopción de estrategias de comunicación que aseguren que los pacientes comprendan completamente sus diagnósticos, tratamientos y cuidados postoperatorios.

Desde una perspectiva organizacional, la implementación de programas de mejora continua y de formación para el personal de salud puede ser una estrategia efectiva para mantener altos niveles de satisfacción del usuario. Makanyeza y Chikazhe (2017) encontraron que los programas de capacitación continua no solo mejoran la calidad del servicio, sino que también aumentan la moral y la satisfacción del personal, lo que indirectamente mejora la satisfacción del usuario. Estos programas deben enfocarse en áreas clave como la empatía, la comunicación, la competencia técnica y el manejo del estrés.

Además, es importante considerar las diferencias culturales y

socioeconómicas que pueden influir en la percepción de la satisfacción y la fidelización. Villalba-Miranda et al. (2017) sugieren que la personalización de los servicios de salud debe tener en cuenta las características demográficas y culturales de los pacientes para ser verdaderamente efectiva. Esto implica adaptar las estrategias de atención y comunicación a las necesidades específicas de diferentes grupos de pacientes, lo que puede mejorar significativamente la satisfacción y la lealtad, todo ello resalta la necesidad de desarrollar métricas y sistemas de evaluación continuos para monitorear la satisfacción del usuario y la fidelización. Vanegas et al. (2018) argumentan que las encuestas periódicas y las herramientas de retroalimentación pueden proporcionar información valiosa sobre las áreas de mejora y ayudar a los centros médicos a ajustar sus estrategias en tiempo real. Estas evaluaciones deben ser parte integral de la gestión de calidad en los servicios de salud y deben utilizarse para guiar las decisiones estratégicas y operativas. Personalizar los servicios de salud no solo implica adaptar los tratamientos a las condiciones médicas de cada paciente, sino también considerar sus preferencias personales y circunstancias sociales. Esto puede incluir ofrecer horarios de atención flexibles, servicios de traducción para pacientes que no hablan el idioma local y la creación de planes de tratamiento que respeten las creencias culturales y religiosas. Este enfoque holístico no solo mejora la satisfacción del paciente, sino que también fomenta una relación de confianza y lealtad a largo plazo.

Las evaluaciones y la retroalimentación continua son esenciales para mantener la calidad del servicio y mejorar la satisfacción del usuario. Vanegas et al. (2018) argumentan que las encuestas periódicas y las herramientas de retroalimentación pueden proporcionar información valiosa sobre las áreas de mejora y ayudar a los centros médicos a ajustar sus estrategias en tiempo real. Estas evaluaciones deben ser parte integral de la gestión de calidad en los servicios de salud y deben utilizarse para guiar las decisiones estratégicas y operativas. Implementar un sistema de retroalimentación robusto permite a los centros médicos identificar rápidamente cualquier problema o área de insatisfacción y abordarlos de manera oportuna. Esto no solo mejora la calidad del servicio, sino que también demuestra a los pacientes que sus opiniones son valoradas y consideradas en la toma de decisiones. La transparencia y la receptividad en la gestión de la retroalimentación pueden fortalecer la relación entre el centro médico y sus pacientes, aumentando la fidelización y la

confianza en los servicios ofrecidos.

En resumen, la satisfacción del usuario y la fidelización del paciente en los centros médicos privados son aspectos interrelacionados y fundamentales para la sostenibilidad y el éxito de estas instituciones. La investigación confirma que la calidad del servicio, la empatía, la comunicación efectiva y la competencia técnica del personal son factores cruciales que influyen en estos aspectos. Implementar programas de formación continua, personalizar los servicios de salud y mantener altos estándares de limpieza y orden son estrategias clave para mejorar la experiencia del paciente y aumentar su lealtad. Los hallazgos de este estudio proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y ofrecen recomendaciones prácticas para los gestores de servicios de salud que buscan mejorar la satisfacción del usuario y la fidelización del paciente.

V. CONCLUSIONES

En esta investigación se ha determinado la relación entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un centro médico privado en San Juan de Lurigancho 2023, cumpliendo con el objetivo general planteado. Detallando la relación entre satisfacción y fidelización donde se confirmó que existe una relación significativa y directa entre la satisfacción del usuario y la fidelización del paciente. Los usuarios que están más satisfechos con los servicios recibidos en el centro médico son más propensos a ser leales y continuar utilizando estos servicios.

En concordancia con el primer objetivo de determinar la relación entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios; la investigación confirmó que existe una relación significativa y directa entre la satisfacción del usuario y la fidelización del paciente. Esto significa que los usuarios que están más satisfechos con los servicios recibidos en el centro médico son más propensos a ser leales y continuar utilizando estos servicios.

Con respecto al segundo objetivo de evaluar la relación entre la satisfacción en la dimensión humana y la fidelización de los usuarios; los resultados mostraron que la satisfacción en la dimensión humana, que incluye el trato cordial y amable del personal, está significativamente relacionada con la fidelización del paciente. La empatía y el trato humano son fundamentales para asegurar que los pacientes se sientan valorados y respetados, lo cual incrementa su lealtad al centro médico.

Al ocuparse del tercer objetivo de analizar la relación entre la satisfacción en la dimensión técnico-científica y la fidelización de los usuarios; la orientación sobre medicamentos y cuidados en el hogar, que forman parte de la dimensión técnico-científica, mostró una influencia directa en la fidelización de los usuarios. Los pacientes valoran la competencia técnica del personal de salud, lo que mejora su percepción de calidad y aumenta su lealtad.

Por último con el cuarto objetivo de examinar la relación entre la satisfacción en la dimensión de entorno y la fidelización de los usuarios; la limpieza y el orden de las instalaciones del centro médico son factores importantes para la satisfacción y fidelización de los usuarios. Un entorno bien mantenido mejora la percepción de calidad del servicio, lo que a su vez aumenta la lealtad de los pacientes.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda desarrollar e implementar programas de formación continua para el personal de salud. Estos programas deben enfocarse en mejorar tanto la calidad del servicio como la empatía en la atención al paciente. Capacitar al personal en habilidades interpersonales y técnicas ayudará a mantener altos estándares de atención y a fortalecer la relación paciente-profesional, lo cual es crucial para la fidelización del paciente.

Es fundamental que los centros médicos desarrollen estrategias de personalización de servicios para satisfacer mejor las necesidades individuales de los pacientes. Esto puede incluir la adaptación de tratamientos y recomendaciones basadas en las características y preferencias de cada paciente, así como la implementación de programas de seguimiento personalizado. La personalización de los servicios no solo mejora la satisfacción del usuario, sino que también fomenta una mayor lealtad y confianza en el centro médico.

La limpieza y el orden de las instalaciones son aspectos críticos para la satisfacción y fidelización de los usuarios. Se recomienda mantener altos estándares de limpieza en todas las áreas del centro médico, así como implementar protocolos de mantenimiento regular para asegurar un entorno seguro y confortable para los pacientes. Esto no solo mejorará la percepción de calidad del servicio, sino que también contribuirá a la salud y bienestar general de los usuarios.

Una comunicación clara y efectiva entre el personal de salud y los pacientes es esencial para la satisfacción del usuario. Se recomienda mejorar la comunicación asegurando que la información sobre cuidados y tratamientos sea comprensible y accesible para todos los pacientes. Esto puede incluir el uso de materiales educativos, la implementación de consultas informativas y la utilización de tecnologías digitales como aplicaciones móviles y plataformas en línea para mantener a los pacientes informados y comprometidos.

Para aumentar la lealtad de los pacientes, es esencial desarrollar e implementar estrategias específicas de fidelización. Esto puede incluir programas de incentivos y beneficios para los pacientes recurrentes, como descuentos, servicios exclusivos y programas de recompensas.

REFERENCIAS

- Alarcón K.(2013). Satisfacción del paciente hospitalizado en el servicio de cirugía y ginecoobstetricia en relación a la calidad de atención recibida en el hospital regional de Cajamarca, durante el mes de diciembre del año 2013.Tesis para optar el título profesional de: médico cirujano. Cajamarca - Perú. 2014. Universidad nacional de Cajamarca.
- Álvarez T., Zegarra A. y castillo F. (2017), Trabajo de investigación. Características del nivel de satisfacción del usuario externo frente a la calidad de atención del profesional de enfermería en el servicio de emergencia del hospital de apoyo Jesús Nazareno, enero- marzo Ayacucho 2017. Universidad Nacional del Callao. <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/2314>
- Ampuero, C. E. (2017). Calidad del servicio y fidelización del paciente en la clínica oftálmica instituto de la visión en el distrito de San Borja 2016 [Universidad Inca Garcilazo de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1714>
- Balbuena, A. F., Cardenas, M. L., & Orna, K. M. (2022). Propuesta de ruta de fidelización a través del marketing relacional para una empresa del sector TIC bajo el modelo de negocio B2B. Caso: SERATIC [Universidad Pontificia Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/21510>
- Barrantes, S. G., Nuñez, D. V., & Ventura, P. P. (2019). Calidad del servicio y fidelización de los clientes de la empresa MORIKEL S.R.L, en la ciudad de Pacasmayo 2019 [Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60484>
- Behar, D. (2008). Metodología de La Investigación. Shalom.
- Budianto, A. (2019). Customer Loyalty: Quality of Service. Journal of Management Review, 3(1), 299-305. <https://doi.org/10.25157/jmr.v3i1.1808>
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/5371>
- Ccenta A. (2016). Nivel de satisfacción del usuario externo respecto al cuidado de enfermería en el servicio de emergencia del centro de salud Querobama Ayacucho 2016. Tesis de segunda especialidad. Universidad Nacional Mayo de San Marcos. Recuperado de: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/6914>
- Colunga, López, Aguayo y Canales (2007), Revista cubana de salud pública “calidad de atención y satisfacción del usuario con cita previa en medicina familiar de Guadalajara- Cuba
- Delsalto E. (2012) “Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que asiste a la consulta en el departamento médico del instituto nacional Mejía en el periodo 2012” Tesis para optar el grado académico de magister en gestión en salud. Universidad central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/4665>

- Elrehail, H. (2020). The impact of quality of services and satisfaction on customer loyalty: The moderate role of switching costs. *Management Science Letters*, 10, 1843-1856. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.12.034>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2), 2158244020919517. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill.
- Heslop, Liza (2019) Activity-based funding for safety and quality: A policy discussion of issues and directions for nursing-focused health services outcomes research <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijn.12775>.
- Hinojosa, R. (2020). Estrategias de fidelización y su relación con la calidad de servicio al usuario en tiempos de pandemia en el transporte urbano el Metropolitano, Lima, 2020 [Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27882>
- Imperatori, E. (1999) conceptos para mejorar las cualidades de servicios de salud. Edinova. Lisboa Inca K. (2015). Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral en la municipalidad provincial de Andahuaylas, 2015. [Tesis de licenciado Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas Perú]. 2015. <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/232/22-2015-EPAE-%20Inca%20Allcahuaman-rtion%20del%20talento%20huamano.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Ito R. (2016). Tesis “clima organizacional y calidad de servicio en la municipalidad provincial de san Román Juliaca, año 2016” tesis para optar el título profesional de licenciado en administración y marketing. Juliaca – Perú. 2016. universidad andina Néstor Cáceres Velásquez. Recuperado de: file:///c:/users/hp/downloads/t036_47550823_licenciada%20en%20administraci%3%93n%20y%20marketing.pdf
- Lopez, J. E. (2022). Calidad del servicio y fidelización del cliente de la empresa Equipus SAC en Lima, 2021 [Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/82215>
- Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty: Evidence from the banking sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 540-556. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0164>
- Mayo Clinic. (2022). Acreditaciones y premios. <https://www.mayoclinic.org/es-es/about-this-site/accreditations-awards>
- Newsweek. (2022). World’s Best Hospitals 2022—Top 250. Newsweek.

- <https://www.newsweek.com/worlds-best-hospitals-2022>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling Techniques on a Population Study. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pacheco, D. J. (2017). Marketing relacional y fidelización de los clientes de la empresa Ludidáticos S.A.C. San Juan De Lurigancho [Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/59363>
- Quijano, Y. (2019). Relación entre la calidad de servicio y la fidelización de clientes de la empresa Alejandro Spa en la ciudad de Cajamarca en el año 2017 [Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21190>
- Quispe, E. junior. (2018). Calidad de servicio y Fidelización del cliente de la empresa Multiservicios Centauro S.A.C dentro del almacén de Gloria S.A. distrito de Ate— 2018. [Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19724>
- Rios, A. G., & Rodríguez, A. E. (2019). Propuesta de estrategia de fidelización a través del marketing relacional para una pequeña empresa del sector metalmeccánico: Caso de estudio Intema SAC [Universidad Católica Pontificia del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13246>
- Rojas, D. (26 de Octubre de 2003). Teorías de la calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/#pf7>
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo- Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13. <https://doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>
- Semana económica. (2022). Dos clínicas peruanas en ranking de las mejores de América Latina. *Semana Económica*. <https://semanaeconomica.com/que-esta-pasando/articulos/207078-dos-clinicas-peruanas-en-ranking-de-las-mejores-de-america-latina>
- Shankar, A., & Jebarajakirthy, C. (2019). The influence of e-banking service quality on customer loyalty: A moderated mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1119-1142. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0063>
- Torres, C. L. E. (2019). Marketing mix y fidelización de clientes de la Clínica Veterinaria Leuvets, Villa El Salvador 2019 [Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70572>
- Vanegas, J. G., Restrepo, J. A., Barros, G. A., & Moreno, G. A. (2018). Service quality in Medellín hotels using perceptual maps: Análisis de la calidad del servicio en hoteles de Medellín usando mapas perceptuales. *Cuadernos de Administración*, 34(60), 30- 45. <https://doi.org/10.25100/cdea.v34i60.5927>
- Villalba-Miranda, R., Medina-Chicaiza, R., & Abril-Flores, J. (2017). El marketing

- como estrategia para la fidelización del cliente. Polo del Conocimiento, 2(6), 1259. <https://doi.org/10.23857/pc.v2i6.198>
- Mañueco (2017). Calidad de servicio del personal y satisfacción del usuario en el puesto de salud santa teresa de chorrillos, año 2017. Tesis para optar título profesional. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/3301?show=full>
- Prieto, J. (2017). Gestión de inventario y su relación en la rentabilidad de las MIPYMES de telecomunicaciones en el distrito de Los Olivos año 2016. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Disponible en: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2042/Prieto_VJD.pdf?sequence=1
- Ramírez V (2016). Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de farmacia del hospital santa gema de Yurimaguas. Peru.2016. Tesis para optar grado académico de magister en gestión pública. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/1797>
- Redhead, R. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013. Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Gerencia de Servicios de Salud. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Disponible en: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4806/Redhead_g_r.pdf;jsessionid=718689FC512C381791C814265536A00F?sequence=1
- Ribeiro A. (2003). Satisfacao dos utentes com os cuidados de enfermagem. Construcao e validacao de um instrumento de medida. Dissertacao apresentada a escola supeior de enfermagem s. Joao, para concurso de provas públicas para profesor coordinador na área científica de ciencias de enfermagem. Porto.
- Salas M. (2012), Satisfacción del usuario del Seguro Integral de Salud (SIS) con respecto a la accesibilidad en la consulta de la especialidad de Otorrinolaringología en el Hospital Regional Honorio Delgado de Arequipa 2012. [Tesis: Magister, Universidad]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4559/82.1105.MG.pdf?isAll owed=y&sequence=1>
- Salazar y Del Salto (2014). Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que asiste a la consulta en el departamento Médico del Instituto Nacional Mejía en el periodo 2012. [Tesis de Magister Universidad central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/4665>
- Sánchez V. (2016). Calidad de atención y satisfacción del usuario, en atención de parto del servicio de hospitalización de obstetricia del hospital Iquitos “Cesar Garayar García” tesis de licenciatura. universidad Científica del Perú.
- Yepes, T. M. (2020). Diseño del modelo de gestión de experiencia del cliente en la

organización VID [MasterThesis, Universidad EAFIT].
<http://repository.eafit.edu.co/handle/10784/16052> Abanto W. (2015). Diseño y desarrollo del proyecto de investigación: guía de aprendizaje.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de operacionalización de las variables

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|--------------------------|---|---|--------------------|---|--|
| Satisfacción del usuario | Según Ruiz (2018), la satisfacción es un sentimiento individual que se genera en una persona ante una atención brindada en el momento que acude a una institución con el objetivo de cumplir con sus expectativas. | Es la sumatoria global y por dimensiones de la variable satisfacción del usuario obtenida | Humana | El personal de salud: -brinda trato cordial y amable, respeta el orden de llegada, cronograma los tiempos de espera, muestra interés por los problemas del paciente, respeta la privacidad, se halla correctamente uniformado. | Ordinal Satisfecho=3 Medianamente Satisfecho=2 Insatisfecho=1 |
| | | | Técnico científico | El personal: -Brinda charlas educativas al paciente mientras espera ser atendido, orienta sobre la medicinas que recibirá y los cuidados a que tener el hogar, entrega todos los medicamentos recetados manteniendo confidencialidad del diagnóstico | |
| | | | Entorno | -La sala de espera de la farmacia está limpia, con buena ventilación e iluminación, los servicios higiénicos están cerca y limpios, existen recipientes para los desechos. | |
| Fidelización | Es la preferencia de un consumidor hacia una organización, es un indicador relevante en la sostenibilidad de una empresa, permite un beneficio de competencia entre los otros gestores, otorga continuar y progresar. (Budianto, 2019). | Es la sumatoria global y por dimensiones de la variable fidelización | Tangibilidad | -La entidad tiene equipos modernos, instalaciones atractivas, los responsable mantienen pulcritud. los elementos materiales son visualmente atractivos. | Ordinal Malo=0 Regular=1 Bueno:2 |
| | | | Seguridad | El comportamiento de los responsables de la entidad de servicios trasmite confianza y amabilidad a los usuarios y responden con presteza a la inquietudes de los pacientes. | |
| | | | Empatía | La atención es individualizada en horarios convenientes preocupándose por sus interese y necesidades. | |

Anexo 2: matriz de consistencia

| Problema general | Objetivo general | Hipótesis general | Variables | Dimensiones | Indicadores | Ítem | Metodología |
|---|---|---|------------------------------|-----------------------|---|--------------------------|---|
| ¿Qué relación existe entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024? | Determinar la relación que existe entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024 | Existe relación entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024 | Satisfacción de los usuarios | Componentes tangibles | Aparatos Infraestructura Aspecto Unidades de Comunicación | 1;2; 3; 4 | Enfoque, tipo y diseño Enfoque: Cuantitativo Tipo: Descriptivo correlacional Diseño: No experimental de corte transversal Población: 284 Muestra: 176 Técnica e instrumento Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario |
| ¿Qué relación existe entre la satisfacción y la tangibilidad del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024? | Verificar qué relación existe entre la satisfacción y la tangibilidad del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024 | Existe la relación entre la satisfacción y la tangibilidad del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024 | | Seguridad | Firmeza del personal Confianza en el servicio Gentileza del personal Conocimiento del servicio | 13; 14; 15, 16 | |
| ¿Qué relación existe entre la satisfacción y la seguridad del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024? | Verificar qué relación existe entre la satisfacción y la seguridad del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024 | Existe la relación entre la satisfacción y la seguridad del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024 | | Empatía | Personalización Comprensión Interés Especificación | 17; 18; 19; 20; 21 | |
| ¿Qué relación existe entre la satisfacción y la empatía del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024? | Verificar qué relación existe entre la satisfacción y la empatía del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024. | Existe la relación entre la satisfacción y la empatía del usuario en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024 | | | Fidelización de los usuarios | Horario | |

Anexo 3: Instrumentos de evaluación

Cuestionario para medir la satisfacción de los usuarios.

Escala:

Insatisfecho: 1

Medianamente satisfecho: 2

Satisfecho:3

| N o | Dimensión Humana | Escala de valoración | | |
|--------|---|-------------------------|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 |
| 1 | El personal le brindo un trato cordial y amable. | | | |
| 2 | El personal de salud respeta el orden de llegada de los pacientes. | | | |
| 3 | El tiempo de espera es aproximadamente 20 minutos. | | | |
| 4 | El personal muestra interés cuando Ud. Le consulta sobre sus problemas de salud. | | | |
| 5 | El personal de salud respeta su privacidad durante la atención. | | | |
| 6 | El personal de salud lo atiende cuidadosamente. | | | |
| 7 | El personal de salud se encuentra correctamente uniformado y limpio. | | | |
| | Técnico científico | | | |
| 8 | Recibe charlas educativas mientras espera ser atendido. | | | |
| 9 | El personal de salud que lo atiende le orienta sobre los medicamentos que le va entregar. | | | |
| | Seguridad | | | |
| 10 | Ud. Comprende las indicaciones relacionadas en cuanto a las medicinas recabadas. | | | |
| 11 | El personal de salud lo orienta sobre los cuidados a seguir en su hogar | | | |
| 12 | Le otorgan en farmacia todos los medicamentos recetados por el médico. | | | |
| 13 | El personal mantiene confidencialidad de su diagnóstico. | | | |
| 14 | El tiempo que dura su consulta es suficiente. | | | |
| | Entorno | | | |
| 15 | La sala de espera de la farmacia está limpia. | | | |
| 16 | La sala de espera de la farmacia tiene buena ventilación. | | | |
| 17 | La sala de farmacia está limpia y ordenada. | | | |
| 18 | La sala de la farmacia está bien iluminada. | | | |
| 19 | Los baños que están cerca de la farmacia están limpios permanentemente. | | | |
| 20 | Existen recipientes para recolectar residuos sólidos cerca de la farmacia. | | | |

Cuestionario para medir la fidelización

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

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|---|---|---|---|---|---|
| 1 | El cliente es lo primordial en la empresa. | | | | | |
| 2 | La empresa se esfuerza por satisfacer las necesidades de los clientes. | | | | | |
| 3 | Los servicios de la empresa son de calidad. | | | | | |
| 4 | Los trabajadores de la empresa brindan un servicio de calidad. | | | | | |
| 5 | La empresa desarrolla estrategias para mantener una relación con los clientes. | | | | | |
| 6 | Los trabajadores de la empresa permiten desarrollar una relación satisfactoria con los clientes. | | | | | |
| 7 | Los trabajadores manejan la información referente al servicio que brindan. | | | | | |
| 8 | Los trabajadores manejan la información referente al servicio que brindan. | | | | | |
| 9 | La empresa mantiene actualizada la información del cliente. | | | | | |
| 10 | Los trabajadores saben que es lo que necesita el cliente con referencia a la información que le proporcionan. | | | | | |
| 11 | Se establecen incentivos en base a la información del cliente. | | | | | |
| 12 | Los trabajadores se muestran motivados por servir al cliente. | | | | | |
| 13 | Los trabajadores se muestran con ánimo en sus áreas de trabajo. | | | | | |
| 14 | Los trabajadores tienen la meta de satisfacer a sus clientes. | | | | | |
| 15 | Los trabajadores se comprometen para generarle una experiencia satisfactoria al cliente. | | | | | |
| 16 | Los trabajadores adecúan sus estrategias de atención en relación a cada tipo de cliente. | | | | | |
| 17. | La empresa dialoga constantemente con los clientes incluso después de concretado el servicio. | | | | | |
| 18 | Los trabajadores se comprometen para generarle una experiencia satisfactoria al cliente. | | | | | |
| 19 | En la empresa le ofrecen mejores beneficios, pero al mismo precio que la competencia. | | | | | |
| 20 | Los trabajadores mantienen activa la comunicación con el cliente vía teléfono, por redes sociales y en persona. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 21 | Al cliente le resultan atractivo los medios de comunicación que utiliza la empresa. | | | | | |
| 22 | V. El cliente tiene una percepción positiva de los servicios que brinda la empresa. | | | | | |
| 23 | La interacción con los trabajadores de la empresa le resulta satisfactoria al cliente. | | | | | |
| 24 | La marca desarrollada en la empresa la distingue de la competencia. | | | | | |
| 25 | La marca permite identificar las fortalezas de la empresa. | | | | | |
| 26 | VI. La empresa identifica las fortalezas de su competencia y las reconoce. | | | | | |
| 27 | La empresa ha mejorado el servicio que brinda la competencia. | | | | | |
| 28 | En la empresa se preocupa por identificar los distintos tipos de clientes que acuden a sus servicios. | | | | | |
| 29 | La empresa desarrolla programas de incentivos para fidelizar a sus clientes. | | | | | |
| 30 | La empresa brinda privilegios a sus clientes más frecuentes. | | | | | |

Anexo: Validez de contenido de los instrumentos

Estadístico de Fiabilidad.

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,580 | 20 |

Anexo 4. Ficha de validación de contenido a través de juicio de experto

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos del Cuestionario que permitirá recoger la información en la presente investigación: “Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho, 2024”. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser el caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

| Criterios | Detalle | Calificación |
|-------------|---|-----------------------------------|
| Suficiencia | La pregunta pertenece a la subcategoría y basta para obtener la medición de esta | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Claridad | La pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Coherencia | La pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Relevancia | La pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |

Matriz de validación de la guía de entrevista de la categoría

Definición de la variable: es un sentimiento individual que se genera en una persona ante una atención brindada en el momento que acude a una institución con el objetivo de cumplir con sus expectativas, es en ese escenario que existe la satisfacción del usuario. La satisfacción es una evaluación muy relevante para determinar la mejora continua de servicios ante los cuidados de los pacientes, ya que existe posibilidades que no todos los usuarios sientan satisfacción ante un determinado servicio.

| Dimensión | Indicador | Preguntas | Su | Cl | Co | Re | Observaciones |
|----------------------|-----------|--|----|----|----|----|---------------|
| Humana | | -El personal le brindo un trato cordial y amable. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud respeta el orden de llegada de los pacientes. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El tiempo de espera es aproximadamente 20 minutos. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal muestra interés cuando Ud. Le consulta sobre sus problema de salud. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud respeta su privacidad durante la atención. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud lo atiende cuidadosamente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud se encuentra correctamente uniformado y limpio. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Técnico – científico | | Recibe charlas educativas mientras espera ser atendido. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud que lo atiende le orienta sobre los medicamentos que le va entregar. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Ud. Comprende las indicaciones relacionadas en cuanto a las medicinas recabadas. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud lo orienta sobre los cuidados a seguir en su hogar. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Le otorgan en farmacia todos los medicamentos recetados por el médico. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal mantiene confidencialidad de su diagnóstico | 1 | 1 | 1 | 1 | |

| | | | | | | | |
|---------|--|--|---|---|---|---|--|
| | | -El tiempo que dura su consulta es suficiente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Entorno | | -La sala de espera de la farmacia está limpia | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de espera de la farmacia tiene buena ventilación. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de farmacia está limpia y ordenada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de la farmacia está bien iluminada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los baños que están cerca de la farmacia están limpios permanentemente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | Existen recipientes para recolectar residuos sólidos cerca de la farmacia. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

Nota: Su=Suficiencia, Cl= Claridad, Co= Coherencia, Re= Relevancia

Definición de la variable: Es la preferencia de un consumidor hacia una organización, es un indicador relevante en la sostenibilidad de una empresa, permite un beneficio de competencia entre los otros gestores, otorga continuar y progresar. (Budianto, 2019). Construye un nexo firme de convenio; obtener más tasa de consumidores genera rentabilidad a las empresas, cada día se convierte en una dificultad continuar con la fidelización en los usuarios debió a la falta de individualización de las atenciones continuas.

| Dimensión | Indicador | Preguntas | Su | Cl | Co | Re | Observaciones |
|--------------|-----------|--|----|----|----|----|---------------|
| Tangibilidad | | -La entidad de servicios tiene equipos de apariencia moderna | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Las instalaciones físicas de la empresa de servicios con visualmente atractivas. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la entidad de servicios tienen apariencia esmerada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los elementos materiales (folletos, orden de medicamentos y similares) son visualmente atractivos. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Seguridad | | El comportamiento de los responsables de la entidad de servicios transmite confianza a los usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los usuarios se sienten seguros en sus gestiones con la entidad de servicios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la empresa de servicios son siempre amables con los usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la entidad tiene compromisos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Empatía | | -La entidad de servicios da a los usuarios una atención individualizada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La entidad de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | - La entidad de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | La entidad de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | La entidad de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

Nota: Su=Suficiencia, Cl= Claridad, Co= Coherencia, Re= Relevancia

Ficha de validación de juicio de experto 1

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario Para Medir La Satisfacción De Los Usuarios En Un Centro Médico Privado En San Juan De Lurigancho, 2023. |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2023. |

| | |
|--|---|
| Nombres y apellidos del experto | Yolanda Josefina Huayta Franco |
| Documento de identidad | DNI 09333287 |
| Años de experiencia en el área | 10 años |
| Máximo Grado Académico | Doctora |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente/investigador |
| Número telefónico | 994701652 |
| Firma |  |
| Fecha | 01/05/2024 |

Ficha de validación de contenido a través de juicio de experto

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos del Cuestionario que permitirá recoger la información en la presente investigación: “Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho, 2024”. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser el caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

| Criterios | Detalle | Calificación |
|-------------|---|-----------------------------------|
| Suficiencia | La pregunta pertenece a la subcategoría y basta para obtener la medición de esta | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Claridad | La pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Coherencia | La pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Relevancia | La pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |

Matriz de validación de la guía de entrevista de la categoría

Definición de la variable: es un sentimiento individual que se genera en una persona ante una atención brindada en el momento que acude a una institución con el objetivo de cumplir con sus expectativas, es en ese escenario que existe la satisfacción del usuario. La satisfacción es una evaluación muy relevante para determinar la mejora continua de servicios ante los cuidados de los pacientes, ya que existe posibilidades que no todos los usuarios sientan satisfacción ante un determinado servicio.

| Dimensión | Indicador | Preguntas | Su | Cl | Co | Re | Observaciones |
|----------------------|-----------|--|----|----|----|----|---------------|
| Humana | | -El personal le brindo un trato cordial y amable. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud respeta el orden de llegada de los pacientes. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El tiempo de espera es aproximadamente 20 minutos. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal muestra interés cuando Ud. Le consulta sobre sus problema de salud. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud respeta su privacidad durante la atención. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud lo atiende cuidadosamente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud se encuentra correctamente uniformado y limpio. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Técnico – científico | | Recibe charlas educativas mientras espera ser atendido. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud que lo atiende le orienta sobre los medicamentos que le va entregar. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Ud. Comprende las indicaciones relacionadas en cuanto a las medicinas recabadas. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud lo orienta sobre los cuidados a seguir en su hogar. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Le otorgan en farmacia todos los medicamentos recetados por el médico. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

| | | | | | | | |
|---------|--|--|---|---|---|---|--|
| | | -El personal mantiene confidencialidad de su diagnóstico | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El tiempo que dura su consulta es suficiente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Entorno | | -La sala de espera de la farmacia está limpia | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de espera de la farmacia tiene buena ventilación. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de farmacia está limpia y ordenada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de la farmacia está bien iluminada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los baños que están cerca de la farmacia están limpios permanentemente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | Existen recipientes para recolectar residuos sólidos cerca de la farmacia. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

Nota: Su=Suficiencia, Cl= Claridad, Co= Coherencia, Re= Relevancia

Definición de la variable: Es la preferencia de un consumidor hacia una organización, es un indicador relevante en la sostenibilidad de una empresa, permite un beneficio de competencia entre los otros gestores, otorga continuar y progresar. (Budianto, 2019). Construye un nexo firme de convenio; obtener más tasa de consumidores genera rentabilidad a las empresas, cada día se convierte en una dificultad continuar con la fidelización en los usuarios debió a la falta de individualización de las atenciones continuas.

| Dimensión | Indicador | Preguntas | Su | Cl | Co | Re | Observaciones |
|--------------|-----------|--|----|----|----|----|---------------|
| Tangibilidad | | -La entidad de servicios tiene equipos de apariencia moderna | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Las instalaciones físicas de la empresa de servicios con visualmente atractivas. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la entidad de servicios tienen apariencia esmerada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los elementos materiales (folletos, orden de medicamentos y similares) son visualmente atractivos. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Seguridad | | El comportamiento de los responsables de la entidad de servicios transmite confianza a los usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los usuarios se sienten seguros en sus gestiones con la entidad de servicios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la empresa de servicios son siempre amables con los usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la entidad tiene compromisos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Empatía | | -La entidad de servicios da a los usuarios una atención individualizada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La entidad de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | - La entidad de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | La entidad de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | La entidad de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

Nota: Su=Suficiencia, Cl= Claridad, Co= Coherencia, Re= Relevancia

Ficha de validación de juicio de experto 2

| | |
|--|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario para medir la fidelización |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2023. |
| Nombres y apellidos del experto | Juan Méndez Vergaray |
| Documento de identidad | DNI 0900211 |
| Años de experiencia en el área | 10 años |
| Máximo Grado Académico | Doctor |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente/investigador |
| Número telefónico | 984338276 |
| Firma |  |
| Fecha | 18/05/2024 |

Ficha de validación de contenido a través de juicio de experto

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos del Cuestionario que permitirá recoger la información en la presente investigación: “Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho, 2024”. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser el caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

| Criterios | Detalle | Calificación |
|-------------|---|-----------------------------------|
| Suficiencia | La pregunta pertenece a la subcategoría y basta para obtener la medición de esta | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Claridad | La pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Coherencia | La pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Relevancia | La pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |

Matriz de validación de la guía de entrevista de la categoría

Definición de la variable: es un sentimiento individual que se genera en una persona ante una atención brindada en el momento que acude a una institución con el objetivo de cumplir con sus expectativas, es en ese escenario que existe la satisfacción del usuario. La satisfacción es una evaluación muy relevante para determinar la mejora continua de servicios ante los cuidados de los pacientes, ya que existe posibilidades que no todos los usuarios sientan satisfacción ante un determinado servicio.

| Dimensión | Indicador | Preguntas | Su | Cl | Co | Re | Observaciones |
|----------------------|-----------|--|----|----|----|----|---------------|
| Humana | | -El personal le brindo un trato cordial y amable. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud respeta el orden de llegada de los pacientes. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El tiempo de espera es aproximadamente 20 minutos. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal muestra interés cuando Ud. Le consulta sobre sus problema de salud. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud respeta su privacidad durante la atención. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud lo atiende cuidadosamente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud se encuentra correctamente uniformado y limpio. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Técnico – científico | | Recibe charlas educativas mientras espera ser atendido. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud que lo atiende le orienta sobre los medicamentos que le va entregar. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Ud. Comprende las indicaciones relacionadas en cuanto a las medicinas recabadas. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El personal de salud lo orienta sobre los cuidados a seguir en su hogar. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Le otorgan en farmacia todos los medicamentos recetados por el médico. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

| | | | | | | | |
|---------|--|--|---|---|---|---|--|
| | | -El personal mantiene confidencialidad de su diagnóstico | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -El tiempo que dura su consulta es suficiente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Entorno | | -La sala de espera de la farmacia está limpia | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de espera de la farmacia tiene buena ventilación. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de farmacia está limpia y ordenada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La sala de la farmacia está bien iluminada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los baños que están cerca de la farmacia están limpios permanentemente. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | Existen recipientes para recolectar residuos sólidos cerca de la farmacia. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

Nota: Su=Suficiencia, Cl= Claridad, Co= Coherencia, Re= Relevancia

Definición de la variable: Es la preferencia de un consumidor hacia una organización, es un indicador relevante en la sostenibilidad de una empresa, permite un beneficio de competencia entre los otros gestores, otorga continuar y progresar. (Budianto, 2019). Construye un nexo firme de convenio; obtener más tasa de consumidores genera rentabilidad a las empresas, cada día se convierte en una dificultad continuar con la fidelización en los usuarios debió a la falta de individualización de las atenciones continuas.

| Dimensión | Indicador | Preguntas | Su | Cl | Co | Re | Observaciones |
|--------------|-----------|--|----|----|----|----|---------------|
| Tangibilidad | | -La entidad de servicios tiene equipos de apariencia moderna | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Las instalaciones físicas de la empresa de servicios con visualmente atractivas. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la entidad de servicios tienen apariencia esmerada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los elementos materiales (folletos, orden de medicamentos y similares) son visualmente atractivos. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Seguridad | | El comportamiento de los responsables de la entidad de servicios transmite confianza a los usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los usuarios se sienten seguros en sus gestiones con la entidad de servicios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la empresa de servicios son siempre amables con los usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -Los responsables de la entidad tiene compromisos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Empatía | | -La entidad de servicios da a los usuarios una atención individualizada. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | -La entidad de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | - La entidad de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | La entidad de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios. | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | La entidad de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes. | 1 | 1 | 1 | 1 | |

Nota: Su=Suficiencia, Cl= Claridad, Co= Coherencia, Re= Relevancia

Ficha de validación de juicio de experto 3

| | |
|--|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario para medir la fidelización |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la satisfacción y la fidelización de los usuarios en un Centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2023. |
| Nombres y apellidos del experto | Sebastian Sanchez Diaz |
| Documento de identidad | DNI 09834807 |
| Años de experiencia en el área | 15 años |

| | |
|-------------------------------|---|
| Máximo Grado Académico | Doctor |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente/investigador |
| Número telefónico | 965745299 |
| Firma |  |
| Fecha | 18/05/2024 |

Título de la investigación: Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho, 2024

Investigador: Rojas Ramos, Betty Clariza

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Satisfacción y fidelización de los usuarios de un centro médico privado de San Juan de Lurigancho, 2024”, cuyo objetivo es Determinar la relación que existe entre la satisfacción y la fidelización del cliente en un centro médico privado en San Juan de Lurigancho, 2024. Esta investigación es desarrollada por estudiante del Programa Académico de Maestría en gestión de los Servicios de la Salud, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación: La responsabilidad socio-ambiental empresarial implica el compromiso que toda empresa en general y las relacionadas con la producción de insumos químicos en particular están en la obligación de respeto ética-legal para el uso de los insumos, transporte; así como la evacuación de los desechos químicos en condiciones que no afecte la salud de la vida; así como evitar la contaminación del planeta.

Procedimiento

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado 40 minutos y se realizará en el a través de un Google Forms. Las encuestas serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

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 no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que 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.

Beneficios (principio de beneficencia):

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.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. 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 la Investigadora Rojas Ramos, Betty Clariza, email: brojasr@ucvirtual.edu.pe y el asesor Mendez Vergaray Juan, email: jmendezve@ucvirtual.edu.pe

Consentimiento

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

Nombre y apellidos: [colocar nombres y apellidos del participante, **anónimo**]

Fecha: 8/06/2024 13:25

y hora: [colocar fecha y hora].

Nombre y apellidos: Rojas Ramos, Betty Clariza

Firma(s):

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Betty Clariza", written over a light blue horizontal line.

Anexo 6. Reporte de similitud en software Turnitin

feedback studio BETTY CLARIZA ROJAS RAMOS Satisfacción y Fidelización de los Usuarios de un Centro Médico Privado de San Juan de Lurigancho, 2023 /100 1 de 17

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE
LOS SERVICIOS DE LA SALUD

Satisfacción y Fidelización de los Usuarios de un Centro Médico Privado de San Juan de Lurigancho, 2023

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud

AUTORA:
Rojas Ramos, Betty Clariza (orcid.org/0009-0002-5920-3171)

ASESORES:
Dr. Méndez Vergara, Juan (orcid.org/0000-0001-7286-0534)
Dr. Sánchez Díaz, Sebastián (orcid.org/0000-0002-0099-7694)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Calidad de las Prestaciones Asistenciales y Gestión del Riesgo en Salud

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

LIMA - PERÚ
2024

Resumen de coincidencias
14 %
Se están viendo fuentes estándar
Ver Fuentes en inglés

Coincidencias

| Nº | Fuente | Porcentaje |
|----|--|------------|
| 1 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 3 % |
| 2 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 2 % |
| 3 | hdl.handle.net Fuente de Internet | 2 % |
| 4 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 1 % |
| 5 | es.scribd.com Fuente de Internet | 1 % |
| 6 | www.coursehero.com Fuente de Internet | <1 % |
| 7 | vslp.info Fuente de Internet | <1 % |
| 8 | pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet | <1 % |
| 9 | Cristian Daniel Chifas ... Publicación | <1 % |
| 10 | repositorio.esan.edu.pe Fuente de Internet | <1 % |
| 11 | uradoc.uva.es Fuente de Internet | <1 % |