



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Servicio de orientación presencial y fidelidad del usuario del
OSCE sede central Lima 2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

AUTORA:

Mgtr. Evelyn Nieves Gonzales Prada

ASESORA:

Dra. Galia Susana Lescano López

SECCIÓN

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Control Administrativo

PERÚ – 2016

Jurado calificador

Dra. Flor de María Sánchez Aguirre
Presidente

Dr. Jorge Díaz Dumont
Secretario

Dra. Galia Susana Lescano López
Vocal

Dedicatoria:

A Dios por guiar mi camino para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. A mi mamá Isabel por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores y los ejemplos de perseverancia y constancia que la caracterizan y que me ha inculcado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su cariño incondicional.

Agradecimiento:

A mi maestra asesora Dra. Galia Susana Lescano López, por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de mi formación profesional, asimismo, por su apoyo y motivación para la elaboración de la presente tesis.

Declaratoria de autoría

Yo, Evelyn Nieves Gonzales Prada, identificada con DNI N° 43982697, estudiante de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, sede Lima; declaro que el trabajo académico titulado “Servicio de orientación presencial y fidelidad del usuario del OSCE sede central Lima 2016”, presentado en 154 folios, para la obtención del grado académico de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, y he realizado correctamente las citas textuales y paráfrasis, de acuerdo a las normas de redacción establecidas.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta a aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
3. Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
5. De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 3 setiembre de 2016

Evelyn Nieves Gonzales Prada

DNI: 43982697

Presentación

Señores miembros del jurado,

Presento a ustedes mi tesis titulada “Servicio de orientación presencial y fidelidad del usuario del OSCE sede central Lima 2016”, cuyo objetivo fue: identificar la relación entre el servicio de orientación presencial y la fidelidad del usuario del OSCE sede central Lima 2016, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad.

La presente investigación está estructurada en siete capítulos y anexos. El capítulo uno: Introducción, contiene los antecedentes, la fundamentación científica, técnica o humanística, el problema, los objetivos y las hipótesis. El segundo capítulo: Marco metodológico, contiene las variables, la metodología empleada y los aspectos éticos. El tercer capítulo: Resultados, se presentan los resultados obtenidos. El cuarto capítulo: Discusión, se formula la discusión de los resultados. En el quinto capítulo, se presentan las conclusiones. En el sexto capítulo, se formulan las recomendaciones. En el séptimo capítulo, se presentan las referencias bibliográficas, donde se detallan las fuentes de información empleadas para la presente investigación.

Por lo cual, espero cumplir con los requisitos de aprobación establecidos en las normas de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo.

La autora.

Tabla de contenidos

	Página
Carátula	
Jurado calificador	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autoría	v
Presentación	vi
Tabla de contenidos	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Resumo	xiv
I. Introducción	
1.1. Antecedentes y fundamentación científica, técnica o humanística	16
1.1.1. Antecedentes internacionales	16
1.1.2. Antecedentes nacionales	21
1.1.3. Servicio de orientación presencial	25
1.1.4. Fidelidad del usuario	38
1.2. Justificación	46
1.3. Problema	48
1.4. Hipótesis	53
1.5. Objetivos	54
II. Marco metodológico	
2.1. Variables	56
2.2. Operacionalización de variables	57
2.3. Metodología	58
2.4. Tipos de estudio	58
2.5. Diseño	59
2.6. Población, muestra y muestreo	60
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	61

2.8. Métodos de análisis de datos	67
2.9. Aspectos éticos	67
III. Resultados	
3.1. Análisis descriptivo	70
3.2. Análisis inferencial	78
IV. Discusión	85
V. Conclusiones	92
VI. Recomendaciones	94
VII. Referencias	96
Anexos	
Anexo A: Artículo científico	
Anexo B: Matriz de consistencia	
Anexo C: Instrumentos de recolección de datos	
Anexo D: Certificados de validación de instrumentos	
Anexo E: Base de datos de la prueba piloto	
Anexo F: Base de datos de los instrumentos aplicados	
Anexo G: Autorización para aplicación de instrumentos	

Lista de tablas

		Página
Tabla 1:	Matriz de operacionalización de la variable servicio de orientación presencial	57
Tabla 2:	Matriz de operacionalización de la variable fidelidad del usuario	57
Tabla 3:	Ficha técnica del instrumento que mide la variable servicio de orientación presencial	63
Tabla 4:	Ficha técnica del instrumento que mide la variable fidelidad del usuario	64
Tabla 5:	Resultados de la validez de contenido del instrumento que mide la variable servicio de orientación presencial	65
Tabla 6:	Resultados de la validez de contenido del instrumento que mide la variable fidelidad del usuario	65
Tabla 7:	Resultados de la prueba de confiabilidad del instrumento que mide la variable servicio de orientación presencial	66
Tabla 8:	Resultados de la prueba de confiabilidad del instrumento que mide la variable fidelidad del usuario	67
Tabla 9:	Resultados de la variable servicio de orientación presencial	70
Tabla 10:	Resultados de la variable fidelidad del usuario	71
Tabla 11:	Tabla de contingencia del servicio de orientación presencial y fidelidad del usuario	72
Tabla 12:	Tabla de contingencia del servicio de orientación presencial y la dimensión lealtad	74
Tabla 13:	Tabla de contingencia del servicio de orientación presencial y la dimensión continuidad	75
Tabla 14:	Tabla de contingencia del servicio de orientación presencial y la dimensión sensibilidad	77
Tabla 15:	Coeficiente de correlación de Spearman de las variables: servicio de orientación presencial y fidelidad del usuario	79
Tabla 16:	Coeficiente de correlación de Spearman de la variable servicio de orientación presencial y la dimensión lealtad	80

Tabla 17:	Coeficiente de correlación de Spearman de la variable servicio de orientación presencial y la dimensión continuidad	81
Tabla 18:	Coeficiente de correlación de Spearman de la variable servicio de orientación presencial y la dimensión sensibilidad	83

Lista de figuras

	Página
Figura 1: Histograma de la variable servicio de orientación presencial	70
Figura 2: Histograma de la variable fidelidad del usuario	71
Figura 3: Histograma del servicio de orientación presencial y fidelidad del usuario	73
Figura 4: Histograma del servicio de orientación presencial y la dimensión lealtad	74
Figura 5: Histograma del servicio de orientación presencial y la dimensión continuidad	76
Figura 6: Histograma del servicio de orientación presencial y la dimensión sensibilidad	77

Resumen

La presente investigación titulada “El servicio de orientación presencial y la fidelidad del usuario del OSCE sede central Lima 2016”, tuvo como objetivo identificar la relación entre el servicio de orientación presencial y la fidelidad del usuario.

El método de investigación en el presente estudio fue el hipotético deductivo. Se llevó a cabo una investigación básica, con un diseño no experimental, de enfoque cuantitativo y nivel de investigación correlacional. Para la selección de la unidad de análisis se recurrió a un muestreo no probabilístico intencionado. En el recojo de la información se utilizó la técnica de la encuesta para ambas variables. Se empleó dos cuestionarios, siendo el primero una adaptación del cuestionario propuesto por Cruz (2014) basado en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), el cual estuvo conformado por veintidós (22) ítems. De igual forma, el instrumento empleado para medir la variable fidelidad del usuario fue una adaptación del cuestionario propuesto por Roldán, Balbuena y Muñoz (2010) basado en la escala de intenciones de comportamiento de Zeithaml, Berry y Parasuraman (1996), con doce (12) ítems.

Con el análisis de los resultados obtenidos se concluyó que existe relación entre las variables servicio de orientación presencial y fidelidad del usuario, representando una relación positiva y nivel de correlación alto, siendo la significancia de $p = 0.000$ menor a 0.05 se determinó que la relación es significativa, con lo cual se confirmó la hipótesis general. Asimismo, se avalaron las hipótesis específicas, dado que se encontró relación entre la variable servicio de orientación presencial y las tres dimensiones consideradas para la variable fidelidad del usuario.

Palabras clave: Servicio de orientación presencial, fidelidad del usuario.

Abstract

This research entitled "Service-face orientation and user loyalty Lima headquarters of the OSCE 2016", aimed to identify the relationship between service-face orientation and user loyalty.

The research method in this study was the deductive hypothetical. It was conducted basic research, with a non-experimental design, quantitative approach and level of correlational research. For the selection of the unit of analysis is used to an intentional non-probabilistic sampling. The survey technique for both variables was used in the gathering of information. Two questionnaires were used, the first adaptation proposed by Cruz (2014) based on the SERVQUAL model Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) questionnaire, which consisted of twenty (22) items. Similarly, the instrument used to measure the variable user loyalty was an adaptation proposed by Roldan, Balbuena and Muñoz (2010) questionnaire based on the scale of behavioral intentions Zeithaml, Berry and Parasuraman (1996), with twelve (12) items.

With the analysis of the results obtained it was concluded that there is a relationship between the variables service face orientation and user loyalty representing a positive relationship and high level of correlation, with the significance $\rho = 0.000$ less than 0.05 was determined that the relationship is significant, which confirmed the general hypothesis. Also, specific hypothesis endorsed, since the variable relationship between service-face orientation and the three dimensions considered for variable user loyalty found.

Keywords: Service-face orientation, user loyalty.

Resumo

Esta pesquisa intitulada "A orientação a serviços-face e sede fidelidade do usuário Lima da OSCE 2016", teve como objetivo identificar a relação entre orientação para o serviço face e lealdade do usuário.

O método de pesquisa neste estudo foi o hipotético dedutivo. Foi realizada pesquisa básica, com um design não-experimental, abordagem quantitativa e nível de pesquisa correlacional. Para a seleção da unidade de análise é usado para uma amostragem não probabilística intencional. A técnica de pesquisa para ambas as variáveis foi utilizado na coleta de informações. Foram utilizados dois questionários, a primeira adaptação proposto por Cruz (2014) com base no modelo SERVQUAL Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) questionário, que consistia de vinte (22) itens. Da mesma forma, o instrumento utilizado para medir a lealdade do usuário variável foi uma adaptação proposto por Roldan, Balbuena e Muñoz (2010) questionário com base na escala de intenções comportamentais Zeithaml, Berry e Parasuraman (1996), com doze (12) itens.

Com a análise dos resultados obtidos conclui-se que existe uma relação entre a orientação da face serviço variáveis e a fidelidade do usuário que representa uma relação positiva e elevado grau de correlação com o significado $p = 0,000$ a menos de 0,05 foi determinado que a relação é significativa, o que confirmou a hipótese geral. Além disso, hipótese específica aprovada, uma vez que a relação variável entre orientação para o serviço face e as três dimensões consideradas para a fidelidade do usuário variável encontrada.

Palavras-chave: orientação a serviços-face, a fidelidade do usuário.