

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad analizar la relación entre la influencia de la imagen corporativa y el comportamiento del consumidor de los hospitales públicos y privados de III nivel del DMQ, para proporcionar una guía la cual genere conocimiento útil para los hospitales y así estos puedan aplicar estrategias y tomar decisiones correctas que beneficien de una u otra forma al usuario y a los mismos, ya que la imagen corporativa genera estímulos para que el usuario consuma el servicio, se sienta identificado y satisfecho. La investigación se manejó con un enfoque cuantitativo, ya que se debía recolectar datos medibles, los cuales fueron analizados estadísticamente, su alcance fue correlacional permitiendo determinar el nivel de influencia entre las variables de estudio. Los resultados se obtuvieron de una muestra de 384 usuarios de los diferentes hospitales públicos y privados de III nivel del DMQ, para posteriormente ser procesados en una base de datos del Software SPSS 22.0 y así obtener los resultados que permitieron ejecutar las pruebas de hipótesis. Los resultados reflejan la existencia de relación estadísticamente significativa entre la imagen corporativa y el comportamiento del consumidor de los hospitales públicos y privados de III nivel del Distrito Metropolitano de Quito, lo que significa que la variable dependiente si se ve influenciada positivamente por la variable independiente.

PALABRAS CLAVES:

- **IMAGEN CORPORATIVA**
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **HOSPITALES**
- **III NIVEL**

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the relationship between the influence of the corporate image and consumer behavior of public and private hospitals of the III level of the DMQ, to provide a guide which generates useful knowledge for hospitals and so they can apply strategies and make correct decisions that benefit the user and them in one way or another, since the corporate image generates stimuli so that the user consumes the service, feels identified and satisfied. The research was handled with a quantitative approach, since it was necessary to collect measurable data, which were analyzed statistically, its scope was correlational allowing to determine the level of influence among the study variables. The results were obtained from a sample of 384 users of the different public and private hospitals of the III level of the DMQ, to later be processed in a database of the SPSS 22.0 Software and thus obtain the results that allowed to execute the hypothesis tests. The results reflect the existence of a statistically significant relationship between the corporate image and consumer behavior of public and private hospitals of the III level of the Metropolitan District of Quito, which means that the dependent variable is positively influenced by the independent variable.

KEYWORDS:

- **CORPORATE IMAGE,**
- **CONSUMER BEHAVIOR,**
- **HOSPITALS,**
- **LEVEL III.**