UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

ESCUELA DE POSTGRADO

Doctorado en Administración, Mención en Dirección Estratégica

CALIDAD DE SERVICIO, SATISFACCIÓN Y LEALTAD DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE CONSULTA EXTERNA DE LAS CLÍNICAS EN EL PERÚ

Tesis para optar el grado de Doctor en Administración, Mención en Dirección Estratégica

RICARDO ALBERTO ALIAGA GASTELUMENDI

Asesor:
Dr. Luis Alberto Lizárraga Pérez

Lima – Perú
2019

CALIDAD DE SERVICIO, SATISFACCIÓN Y LEALTAD DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE CONSULTA EXTERNA DE LAS CLÍNICAS EN EL PERÚ

Ricardo Alberto Aliaga Gastelumendi

Aprobada por los miembros del jurado:

---	---
Dr.	Dr.
Presidente	Miembro
---	---
Dr.	Dr. Luis Lizárraga Pérez
Miembro	Asesor

Dedicatoria

A mi esposa Letty, quien gracias a su amor, apoyo incondicional y paciencia, ha permitido que llegue a culminar la presente tesis doctoral.

A mi amada hija Gianella, por ser mi razón de vida y por perdonarme el no haber podido estar presente en diversos momentos por dedicar tiempo a la ciencia.

A mis padres, por haberme enseñado a que la perseverancia, sumada a una sonrisa, pueden ser juntas la mejor llave para abrir las puertas que conducen a los diversos caminos que nos depara la vida.

A mis hermanos, quienes siempre creyeron en mi y me han permitido entrar en el corazón de cada una de sus familias.

Agradecimientos

El presente trabajo de investigación fue posible gracias al decidido apoyo de diversas personas quienes, con su sapiencia, han contribuido a la consecución del grado doctoral. A cada uno de ellos, mi eterno agradecimiento:

- Al Dr. Luis Lizárraga Pérez, mi asesor de tesis, por su orientación, consejos y sugerencias.
- A la Dra. Niria Goñi Ávila quien, como profesora de metodología de la investigación, me introdujo en el apasionante mundo de la investigación científica relacionado con las ciencias sociales, así como por aceptar ser parte del equipo de expertos que permitió realizar la validez de contenido del cuestionario utilizado.
- Al Dr. Frank Lizarazo Soto, quien aceptó ser parte del equipo de expertos que permitió realizar la validez de contenido del cuestionario utilizado.
- Al Dr. Edmundo González Zavaleta, quien aceptó ser parte del equipo de expertos que permitió realizar la validez de contenido del cuestionario utilizado.
- Al Mg. Carlos Soto Linares, quien aceptó ser parte del equipo de expertos que permitió realizar la validez de contenido del cuestionario utilizado.
- Al Mg. José Garay Uribe, quien aceptó ser parte del equipo de expertos que permitió realizar la validez de contenido del cuestionario utilizado.
- A mi hermana Nathalie, por su inmenso apoyo en la llevar a cabo las entrevistas en profundidad.
- A mis compañeros del doctorado quienes, con sus importantes aportes y críticas constructivas, permitieron que se enriquezca la presente tesis doctoral.
- Al laboratorio farmacéutico Pharmaris, por haberme permitido hacer compatible mis actividades laborales con el desarrollo de la tesis doctoral.

It’s worth picking a philosophy that’s self-correcting.

The antidote to junk science is more science, good science. Science is a self-correcting process, where transparency leads to improvement.

The antidote to bad engineering is more engineering. Engines and bridges run better today than they did a hundred years ago.

The antidote to blind obedience to unexamined edicts and principles, though, is *not* more obedience. It doesn’t self correct. It gets worse.

The antidote (Seth Godin, 2018)

Resumen

En la literatura científica se puede encontrar que existe una vasta investigación sobre la relación entre la calidad de servicio, la satisfacción y la lealtad. Los resultados obtenidos han demostrado tres tipos de relaciones: (a) la calidad de servicio como precursora de la satisfacción y la lealtad, (b) la satisfacción como precursora de la calidad así como de la lealtad, y (c) la calidad de servicio y la satisfacción influencian en la lealtad de igual manera; sin embargo, no se ha encontrado publicaciones sobre la influencia de estos tres constructos en el servicio de consulta externa de las clínicas.

El objetivo principal de la investigación fue el determinar la influencia entre los constructos calidad de servicio, satisfacción y lealtad de los usuarios del servicio de consulta externa de las clínicas en el Perú a través de un modelo teórico utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas.

Como resultado de la investigación, se concluyó que la calidad de servicio influye en la satisfacción y esta, a su vez, influye en la lealtad en el servicio de consulta externa de las clínicas del Perú. Adicionalmente, la calidad de servicio es un constructo que presenta dos dimensiones: calidad técnica y calidad funcional. A su vez, la dimensión calidad funcional presenta seis subdimensiones: (1) fiabilidad, (2) empatía, (3) capacidad de respuesta, (4) competencias, (5) elementos tangibles y (6) estacionamiento.

Palabras clave:

Calidad de servicio, satisfacción, lealtad, usuarios, pacientes, clientes, consumidores, insights del consumidor, consulta externa, servicio ambulatorio, clínicas, hospitales privados, servicios de salud.

Abstract

In the scientific literature, it can be found a vast information about the relationship between service quality, satisfaction and loyalty. The results obtained have shown three types of relationships: (a) service quality as a precursor of satisfaction and loyalty, (b) satisfaction as a precursor of quality and loyalty, and (c) in the same way, service quality and satisfaction influencing loyalty; however, no publications have been found about the influence of these three constructs in the outpatient service of the clinics.

The main objective of the research was to determine the influence between service quality, satisfaction and loyalty of outpatient service users of the clinics in Peru through a theoretical model using qualitative and quantitative techniques.

As a result of the investigation, it was concluded that service quality influences satisfaction and this, in turn, influences the loyalty in the outpatient service of the clinics in Peru. Additionally, service quality is a construct that has two dimensions: technical quality and functional quality. In turn, functional quality dimension has six subdimensions: (1) reliability, (2) empathy, (3) responsiveness, (4) competences, (5) tangibles and (6) parking.

Keywords:

Service quality, satisfaction, loyalty, users, patients, clients, consumers, customer insights, external service, outpatient service, clinics, private hospitals, health care services.