

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



“LA TERCERIZACIÓN EN ESSALUD COMO MECANISMO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES: EL CASO DE LA EMPRESA DE HEMODIÁLISIS SERMEDIAL SAC DE AREQUIPA, 2017”.

TESIS

Presentada por:

Bach. Edgar Alfredo Carcasi Laura

Asesor:

Dr. Ascencion Américo Flores Flores

Para Obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Tacna – Perú

2019

AGRADECIMIENTO

Gracias padre celestial

Dedicado a mis dos mayores tesoros:
mi madre María Natividad y mi hija Molly
Grecia; quienes me dan esa fortaleza para no
doblegar en momentos difíciles, y seguir en
la senda de mis sueños.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud de Arequipa, 2017.

El estudio es de enfoque cuantitativo, diseño observacional de corte transversal retrospectivo, de tipo descriptivo comparativo. Se trabajó con una muestra de 148 y 109 clientes de la empresa Sermedial SAC y EsSalud respectivamente. El instrumento aplicado para medir el nivel de satisfacción del cliente, es realizado en base al modelo SERVPERF propuesto por Cronin y Taylor, para ambas entidades.

Los resultados fueron: en elementos tangibles, la empresa Sermedial el 68,24% y EsSalud el 63,30% de sus clientes, se encuentran satisfechos. En la fiabilidad, la empresa Sermedial el 59,46% y EsSalud el 54,13% de sus clientes, se encuentran satisfechos. En la capacidad de respuesta, la empresa Sermedial el 65,54% y EsSalud el 25,69% de sus clientes, se encuentran satisfechos. En la empatía, la empresa Sermedial el 58,11% y EsSalud el 55,05% de sus clientes, se encuentran satisfechos. Y en la seguridad, la empresa Sermedial obtuvo el 85,81% y EsSalud el 66,06% de sus clientes, se encuentran satisfechos. El nivel de satisfacción más valorada proviene de la empresa Sermedial con respecto a EsSalud.

Conclusión: Existe diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, tanto como, en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud con un valor $p < 0,5$. Así mismo, existen diferencias significativas en ambas entidades, en donde la empresa Sermedial SAC, supera los

niveles promedios favorables a los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad; que tienen respecto a EsSalud, con un valor $p < 0,05$.

Palabras clave: satisfacción del cliente, tercerización, hemodiálisis.

ABSTRACT

This research aimed to compare the level of customer satisfaction in hemodialysis, in the outsourced service of the company Sermedial SAC and EsSalud of Arequipa, 2017.

The study is quantitative approach, observational design of retrospective cross-section, of comparative descriptive type. It worked with a sample of 148 and 109 clients of the company Sermedial SAC and EsSalud respectively. The instrument applied to measure the level of customer satisfaction, is made based on the SERVPERF model proposed by Cronin and Taylor, for both entities.

The results were: in tangible elements, the company Sermedial 68.24% and EsSalud 63.30% of its customers, are satisfied. In reliability, the company Sermedial 59.46% and EsSalud 54.13% of its customers, are satisfied. In responsiveness, the company Sermedial 65.54% and EsSalud 25.69% of its customers, are satisfied. In empathy, the company Sermedial 58.11% and EsSalud 55.05% of its customers, are satisfied. And in safety, the company Sermedial got 85.81% and EsSalud 66.06% of its customers, are satisfied. The most valued level of satisfaction comes from the company Sermedial with respect to EsSalud.

Conclusion: There are significant differences in the level of customer satisfaction in haemodialysis, both as, in the outsourced service of the company Sermedial SAC and EsSalud with a p-value of <0.5 . Likewise, there are significant differences in both entities, where the company Sermedial SAC, exceeds the average levels favorable to tangible elements, reliability, responsiveness, empathy and security; compared to EsSalud, with a value of $p < 0.05$.

Keywords: customer satisfaction, outsourcing, hemodialysis

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE FIGURAS.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA.....	6
1.2.1 Problema General.....	6
1.2.2 Problemas Específicos.....	6
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos Específicos.....	7
CAPITULO II: MARCO TEORICO	9
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	9
2.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS	18
2.2.1 Historia del <i>Outsourcing</i>	18
2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS.....	19
2.3.1 Definición de subcontratación.....	19
2.3.2 Niveles de la Tercerización.....	28
2.3.3 Identificación del nivel de Tercerización	29

2.3.4	Enfermedad Renal Crónica	45
2.4	DEFINICION DE CONCEPTOS.....	49
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		52
3.1	FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	52
3.1.1	Hipótesis General	52
3.1.2	Hipótesis Específicas.....	52
3.2	VARIABLES E INDICADORS.....	54
3.3	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	55
3.4	ÁMBITO Y TEMPORABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.5	POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE ANÁLISIS PARA LA EMPRESA SERMEDIAL SAC	56
3.5.1	Población.....	56
3.5.2	Muestra.....	56
3.5.3	Unidad de Análisis	57
3.6	POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE ANÁLISIS PARA ESSALUD	57
3.6.1	Población.....	57
3.6.2	Muestra.....	57
3.6.3	Unidad de análisis:	58
3.7	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE LOS DATOS	58
3.8	PROCESAMIENTO, PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	58
CAPITULO IV: RESULTADOS.....		60
4.1	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	60
4.2	RESULTADOS	61
4.3	PRUEBA ESTADÍSTICA.....	61
4.4	DISCUSIÓN Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	71
4.4.1	Hipótesis General	71
4.4.2	Hipótesis Específicas.....	73

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
5.1 CONCLUSIONES.....	83
5.2 RECOMENDACIONES	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Tabla 1. Tipos de Outsourcing	27
Tabla 2. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según los elementos tangibles de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.....	61
Tabla 3. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la fiabilidad de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC. ...	63
Tabla 4. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Capacidad de respuesta de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.....	65
Tabla 5. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Empatía de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC. ...	67
Tabla 6. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Seguridad de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC. ...	69
Tabla 7. Corroboración de T- STUDENT en el nivel de satisfacción	71
Tabla 8. Corroboración del T- STUDENT de la H.P. 1.....	73
Tabla 9. Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 2	75
Tabla 10. Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 3	77
Tabla 11. Corroboración del T- STUDENT de la H.E. 4	79
Tabla 12. Corroboración del T- STUDENT de la H.P. 5.....	81

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución de actividades externalizadas. López R. (1999).....	24
Figura 2. Evolución del concepto Outsourcing. Cortés C. (2010).....	25
Figura 3. Pronóstico de la enfermedad renal crónica según las categorías de filtrado glomerular y de albuminuria.....	46
Figura 4. Clasificación y prevalencia de la ERC según NHANES III. Obtenido de NHANES 1999-2004 Y NHANES 2005-2006	47
Figura 5. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según los elementos tangibles de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.	62
Figura 6. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la fiabilidad de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC... ..	64
Figura 7. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Capacidad de respuesta de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.	66
Figura 8. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Empatía de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC... ..	68
Figura 9. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Seguridad de EsSalud y del servicio tercerizado de Sermedial	70
Figura 10. Corroboración de T - STUDENT en el nivel de satisfacción.....	72
Figura 11. Corroboración de hipótesis de T- STUDENT de la H.E. 1	74
Figura 12. Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 2	76
Figura 13. Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 3	78
Figura 14. Corroboración del T- STUDENT de la H.E. 4.....	80
Figura 15. Corroboración del T- STUDENT de la H.P. 5	82

INTRODUCCIÓN

La presente tesis de investigación titulado: “La tercerización en EsSalud como mecanismo de satisfacción de clientes: el caso de la empresa de hemodiálisis Sermedial SAC de Arequipa, 2017”.

En la actualidad, la evaluación de la satisfacción del cliente juega un rol muy importante en el desarrollo actual y competitivo de las organizaciones, pues mide la calidad del servicio. Según Deming (1990) “el cliente es quien define la calidad final del producto y debe ser establecida para satisfacer sus necesidades y expectativas”, por tanto “la calidad se define en términos de quien la valora”.

Para hacer frente a la creciente demanda de clientes con enfermedad renal crónica estadio 5, quienes necesitan terapia de reemplazo renal (TRR) que comprende: diálisis peritoneal, hemodiálisis y trasplante renal. EsSalud utiliza la tercerización parcial de servicios de hemodiálisis con la empresa Sermedial SAC.

La Tercerización (*outsourcing*), es la delegación total o parcial de un proceso interno a un especialista contratado. Esta posibilidad les permite a las empresas ser más flexibles en su estructura organizacional y optimizar su estructura de costes operativos (Schneider, 2004).

Según Kotler (2003), define la satisfacción del cliente como: una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

Cronin & Taylor (1994), plantean que las valoraciones acerca de la calidad percibida requieren únicamente de la evaluación de las percepciones de los atributos constituyentes del servicio, excluyendo del análisis las expectativas. Numerosos estudiosos han demostrado que aplicar sólo las percepciones incrementa la confianza en el instrumento y, además disminuye la confusión y el sesgo derivado de tener que valorar dos veces una misma lista de atributos.

Para Gonzales, Carmona, & Rivas (2007); la satisfacción del cliente puede ser medida usando las dimensiones de calidad de los servicios del modelo SERVPERF (que utiliza exclusivamente la percepción).

El propósito de la investigación es establecer las diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en los servicios de hemodiálisis de EsSalud y la empresa Sermedial SAC de la ciudad de Arequipa.

La presente investigación está estructurada de acuerdo a los siguientes capítulos:

Capítulo I, desarrolla el propósito de la investigación, el mismo que está compuesto por: planteamiento del problema, justificación, objetivo general y específicos, hipótesis, formulación del problema, conceptos básicos, antecedentes del estudio, matriz de consistencia e instrumentación.

Capítulo II, desarrolla el marco teórico, donde se describen los antecedentes de la investigación, bases teóricas y definición de conceptos

Capítulo III, desarrolla el marco metodológico, donde se desarrolla la formulación de la hipótesis, se analiza las variables e indicadores, la unidad de estudio, la población y se da a conocer el procesamiento de los datos.

Capítulo IV, desarrolla los resultados obtenidos por nuestras encuestas aplicadas a los pacientes en hemodiálisis de Sermedial SAC y EsSalud de Arequipa.

Capítulo V, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, se encuentran las referencias bibliográficas y anexos que respaldan la presente investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según Jara (2017), las ventajas competitivas es la tarea más significativa en la gestión empresarial, hasta los años sesenta del siglo XX las empresas desarrollaban interiormente casi la totalidad de actividades y procesos, sin recurrir a proveedores externos, siguiendo el modelo fordista de producción. Ese modelo ya no respondía a los nuevos escenarios impulsados por la globalización, las tecnologías digitales y la gran competencia en los mercados, a partir de los setenta. Las transformaciones del entorno obligaron a las empresas a cambiar modelos organizacionales y estrategias más eficaces. Una de esas estrategias fue el *outsourcing*.

El OUTSOURCING, externalización, subcontratación o Tercerización; es una gestión innovadora de administración, que consiste en la transferencia a terceros de ciertos procesos complementarios que no forman parte del giro principal del negocio, permitiendo la concentración de los esfuerzos en las actividades esenciales a fin de obtener competitividad y resultados tangibles (Gay & Essinger, 2000).

A nivel mundial son cerca de 500 millones de adultos que padecen de enfermedad renal crónica (ERC), y aproximadamente el 1% se encuentra fase terminal o enfermedad renal crónica en estadio 5 (ERC-5) (Mills KT, 2015); y son quienes necesitan terapia de reemplazo renal (TRR) para poder sobrevivir. Siendo estos tratamientos costosos que logran consumir un 5% del presupuesto de los sistemas sanitarios (Matsushita K, 2010) (Gansevoort RT, 2011).

En el sector de la Salud de los Estados Unidos, la implementación de estrategias de la subcontratación de servicios de hemodiálisis ha dado como resultado la satisfacción y la mejor recuperación de los pacientes en un 78%, esto conlleva a que las estrategias que se están implementando ayudan a que el sector salud este en una mejora continua. (Marticorena, 2007).

En el sector salud de Perú, se está utilizando cada vez con mayor fuerza la herramienta administrativa denominada *outsourcing*. Los servicios de salud de mayor demanda y altos costes en nuestros hospitales del estado, se están tercerizando con empresas privadas. Tenemos a la hemodiálisis, como uno de los servicios de salud que más se terceriza, debido a la alta prevalencia de la enfermedad renal crónica terminal (ERCT).

Además del tema del coste y eficiencia del gasto, la participación de las clínicas privadas en los servicios de hemodiálisis de EsSalud no ha logrado garantizar la accesibilidad ni calidad del servicio para todos los asegurados. Por ejemplo, pueden decidir no atender los feriados, o los fines de semana con total impunidad, poniendo en riesgo la salud y la vida de las personas que necesitan este tratamiento. Un caso real es uno de los centros de hemodiálisis privado con el que tiene convenio EsSalud en Chíncha (Ica), que informó a sus usuarios que no iba a atender los días 8, 9, 10 y 11 de octubre de 2015. El centro no transfirió a los pacientes que necesitaban recibir el tratamiento de hemodiálisis esos días. Para estas personas, este cierre de cuatro días implicó dañar su salud, o, si contaban con recursos, buscar alguna salida, como viajar a otra provincia para pedir por favor, en algún hospital de EsSalud que les hagan la hemodiálisis. (Gianella, 2015).

Para que exista satisfacción por el cliente tiene que haber un adecuado control de calidad total y se define: como un "...sistema efectivo para integrar el desarrollo y mantenimiento de la calidad y los esfuerzos por mejorarla de tal forma que se logre aplicar la mercadotecnia, ingeniería, producción y servicio a todos los niveles para lograr la satisfacción total del cliente..." (Feigenbaum, 1992).

Por lo cual la investigación, se encamina a evaluar la calidad de servicio mediante la medición de la satisfacción del cliente, según el modelo SERVPERF, en dos organizaciones de salud vinculados por la gestión administrativa de tercerización.

1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y de EsSalud en Arequípa, 2017?

1.2.2 Problemas Específicos

- a) ¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según los elementos tangibles del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?
- b) ¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la fiabilidad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?
- c) ¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la capacidad de respuesta del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?
- d) ¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la empatía del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?
- e) ¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la seguridad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA: La empresa de EsSalud utiliza la herramienta administrativa de tercerización en servicios de hemodiálisis (por el aumento incesante de clientes con ERC-5) y con ello tener una completa cobertura de sus asegurados, ser más competitivos y prestar un servicio de alta calidad. Sin embargo; hay malestar y hasta quejas en algunos centros tercerizados como se dio en la ciudad de Chincha (Gianella, 2015). La satisfacción del cliente juega un rol muy importante en el desarrollo actual y competitivo de las organizaciones, pues mide la calidad del servicio.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA: La realización de este estudio, tendrá como utilidad:

- Para la sociedad, el fortalecimiento de los fines de la tercerización en beneficio de los clientes asegurados con un mejor servicio, y el logro de una alta satisfacción del cliente.
- Este trabajo brindara un aporte en la gestión de calidad de los servicios de hemodiálisis en EsSalud, y Sermedial SAC, mediante la evaluación de la satisfacción del cliente según el modelo SERVPERF, para poder realizar las correcciones y mejoras del caso.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1 Objetivo General

Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud de Arequípa, 2017.

1.4.2 Objetivos Específicos

1. Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según los elementos tangibles del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

2. Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la fiabilidad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.
3. Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la capacidad de respuesta del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.
4. Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la empatía del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.
5. Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la seguridad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

i. Tercerización

Hernández, A. (2014) en su investigación: *“Tercerización del Recurso Humano y Contrato Realidad en el Sector Salud en Colombia”*. El objetivo del presente trabajo se ciñe a toda relación laboral de aquella persona natural directamente involucrada en la prestación personal de los servicios de salud a través de las IPS y EPS. La metodología utilizada es descriptiva correlacional, transversal y transaccional por que la información se obtiene solo una vez. Concluye que los modelos de tercerización laboral han deteriorado calidad de los empleados en cuanto a prestaciones sociales y salarios.

Guzmán, C. (2016) en su trabajo sobre *la “Calidad del Servicio del Personal Tercerizado y la Satisfacción del Cliente en La Empresa Edelnor, Lima, Perú”*. La presente investigación es descriptiva aplicada correlacional, siendo su diseño no experimental, siendo su objetivo: Determinar en qué medida la calidad del servicio del personal tercerizado incide en la satisfacción del cliente en la empresa Edelnor, Lima, 2016. Las conclusiones: Confirma que la calidad del servicio del personal tercerizado incide significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Edelnor. Asimismo, la calidad de atención, la velocidad de transacción, la calidad del producto, la calidad de servicio técnico incide significativamente en la satisfacción del cliente de la empresa Edelnor.

Mena y Pérez (2018) en su tesis sobre el **“Análisis del impacto del proceso de tercerización en la percepción de calidad del servicio público domiciliario de energía eléctrica en el municipio de Quibdó”**. Este trabajo busca analizar los resultados del proceso de tercerización mediante la percepción de calidad del servicio público de energía eléctrica, para la identificación del impacto en el municipio de Quibdó. Estudio cuantitativo, descriptivo, en la que se detallaron aspectos relevantes de la percepción de calidad en la prestación del servicio de energía después del proceso de tercerización. El modelo utilizado fue el SERVPERF, instrumento fiable y válido para medir la calidad percibida en este tipo de servicios, donde concluye: que la percepción de calidad del servicio de energía es regular con una calificación de 2,01 en una escala donde uno es (malo) y cinco (excelente).

Cama, M. (2016) en su estudio denominado **“Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Juzgado de Paz Letrado de Puente Piedra – Lima- Perú”**, tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. La investigación es de tipo no experimental con diseño descriptivo correlacional. Los resultados demuestran que entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario existe una moderada relación positiva de $r = 0,313$, donde concluye que existe moderada relación positiva entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Juzgado de Paz Letrado de Puente Piedra año, 2016.

Castro, B. (2007) en su tesis: **“Calidad del servicio tercerizado en la banda ancha de telefónica del Perú S.A.A en Lima- Perú”**. tiene por objetivo Determinar la Calidad del Servicio en las atenciones prestadas por el personal de terceros en casa de cliente de los servicios de Banda Ancha contribuye a la Satisfacción del Cliente. Estudio descriptivo – explicativo. La investigación será descriptiva porque pondrá de manifiesto las características actuales que presentaba un fenómeno determinado. La

conclusión principal de este estudio, es que existen grupos autodirigidos o círculos de calidad en las EECC, generados principalmente por los propios técnicos como instrumento de su vigencia y desarrollo laboral. Los que explican el nivel alcanzado en la satisfacción de los clientes. Así como, recomendamos a TDP potenciar dichos círculos, para aplicar su cultura de calidad del servicio, mediante la identificación de sus monitores, para convertirlos en sus agentes de la calidad del servicio en las atenciones en casa de los clientes de los servicios de la Banda Ancha.

Castellanos, P. y Farias, J. (2011) en su investigación sobre “Estructuración de un modelo de servicio para el sector de Servicios Tercerizados a Distancia BPO&O en Colombia”; tuvo como objetivo investigar sobre las teorías y tendencias actuales del sector de servicios tercerizados a distancia BPO&O; estudio de tipo cuantitativa, se pretende adquirir conocimientos fundamentales acerca de la realidad de las empresas del sector de servicios tercerizados a distancia BPO&O de una manera imparcial . Para así proponer el modelo de servicio más adecuado acorde al diagnóstico. concluyendo que, durante la investigación se evidenció que las empresas del sector de servicios tercerizados no cuentan con un modelo de servicio, que promueva en los colaboradores de cara al cliente gestión profesional y competente acorde, con el suficiente empoderamiento para solucionar y satisfacer los clientes; por tanto, se propone un modelo genérico para el sector.

Mori, M. (2014) en su estudio titulado ***“Reducción de costos de la gestión de los Servicios Logísticos de las empresas del sector Industrial para crear ventajas competitivas aplicando la tercerización en Perú”***. Tuvo como objetivo crear ventajas competitivas mediante la reducción de los costos de la gestión de los servicios logísticos de las empresas del sector industrial, aplicando la tercerización. La investigación es descriptiva y correlacional. Es un estudio descriptivo correlacional. Conclusión La tercerización incide en las empresas industriales en un 34,5% y 53,4 en los procesos logísticos

de distribución y manejo de proveedores. La tercerización permite la reducción de los costos, teniendo en cuenta el pago a terceros y la cantidad de órdenes de compra atendidas. La reducción de costos de la gestión de los servicios logísticos influye significativamente en la creación de ventajas comparativas expresadas en satisfacción del cliente.

Basurdo, I. (2018) en su tesis sobre la ***“Influencia de la gestión empresarial en el éxito del servicio de tercerización para el control de calidad y cantidad de los combustibles líquidos en el Perú”***, tuvo por objetivo determinar de qué manera la gestión empresarial influye en el éxito del servicio de tercerización brindado por SPC Ingenieros S.A.C. para el control de calidad y cantidad de los combustibles líquidos en el Perú. Estudio de diseño mixto, transformativo concurrente, exploratorio e intrínseco, con unidad holística. Conclusión: se muestra que el Sistema de Gestión de la Calidad, diseñado e implementado con base en el Modelo de Gestión ISO 9001, permitió a SPC Ingenieros S.A.C. determinar las acciones necesarias, así como identificar y establecer los procesos que agregan valor para el desarrollo del servicio, factores que sumados a la permanente capacitación del personal y al uso de tecnología de punta, permitieron cerrar las brechas existentes y la satisfacción del cliente, logro que representó el éxito del servicio.

Campos, C. (2017) en su estudio sobre la ***“Tercerización del Servicio de Hemodiálisis en EsSalud y la rentabilidad del Centro de Diálisis CAVA SAC ubicado en Ate en Perú”***, tuvo como objetivo determinar la influencia de la tercerización del servicio de hemodiálisis de EsSalud en la rentabilidad del centro de diálisis CAVA SAC. El estudio es descriptivo., donde concluye que la implementación de los Servicios de tercerización por parte de EsSalud para Clínicas Privadas resolverá el problema de la prestación ineficiente de servicios. En la presente investigación se encontró que más de la 75% de los pacientes son atendidos en Clínicas Privadas que contrata EsSalud para poder cumplir con el tratamiento.

Valero, S. (2015), realiza un estudio sobre la *“Incidencia de las funciones estratégica y operativa en el éxito de los Proyectos de Outsourcing de Tecnologías de la información en España (2005-2009)”*, esta investigación tuvo como objetivo explicar el fenómeno del *outsourcing* del área de TI, y así conocer las variables que intervienen y su incidencia en el éxito en estos proyectos en España. Es diseño mixto. Se inicia el trabajo con una investigación documental mediante revisión bibliográfica (*outsourcing* estratégico del área de TI). Se trabaja con un modelo teórico para luego realizar una investigación directa o de campo. Conclusiones El *outsourcing* o externalización es una estrategia de gestión empresarial que consiste en recurrir a un proveedor externo para la realización de un servicio que anteriormente la empresa realizaba internamente. Es un proceso complejo que supone contratar a un tercero para proporcionar un mejor servicio a un menor precio con el objetivo de transformar procesos y/o tecnología con el fin último de centrarnos en el negocio clave de la compañía.

Torres, A. (2007) en su investigación sobre el *“Análisis estratégico para la tercerización de servicios de mantención en planta concentradora en Compañía Minera Doña Inés de Collahuasi en Chile”*; tuvo como objetivo mejorar la asignación de actividades de mantención a terceros, se requiere investigar, estudiar y analizar el proceso productivo y el sistema de mantención de la planta concentradora de la compañía minera. El estudio es descriptiva correlacional, transversal, donde concluye que la externalización es atractiva en presencia de un mercado competitivo, capaz de generar valor agregado al negocio, y la propuesta en proceso no es la que agrega más valor, entregando las alternativas de mejora a la actual propuesta.

Bertamoni, A. (2013) investigó sobre la *“Tercerización y costos de transacción: Los costos de transacción en el análisis de tercerización de procesos relacionados con la operación de infraestructura de un proveedor de servicios de internet en Argentina”*; este trabajo tiene como objetivo analizar la posibilidad de utilizar la teoría de los costos de

transacción como método complementario durante el análisis de la factibilidad de tercerización de actividades de operación y aseguramiento de la red de un proveedor de servicios de internet. El estudio es descriptiva correlacional, transversal. Concluyendo: de que el sector de telecomunicaciones en Argentina se caracteriza por su alta frecuencia de cambios tecnológicos forzados por la demanda de nuevos productos y servicios, así como también por la evolución hacia la convergencia de los mismos. En el contexto político, reina la incertidumbre como factor dominante para planificación de estrategias a mediano y largo plazo. En el plano económico, el aumento del costo salarial producto del corriente proceso inflacionario sumado a un fuerte control sobre las tarifas y reducción de algunos subsidios, colorean de alguna manera el escenario actual de las prestadoras de telecomunicaciones en Argentina.

Vinitzky, A. (2007) en su trabajo de *Tercerización logística: una herramienta de gestión para la obtención de ventajas operativas, comerciales, financieras y económicas en las empresas argentinas*”; tiene por objetivo demostrar las ventajas comerciales, operativas, financieras y económicas que reporta la tercerización logística de las empresas argentinas. Para ello, el análisis se enfoca en el estudio de la administración logística empresarial en nuestro medio debidamente contextualizada dentro del escenario internacional y en la evaluación de la creciente importancia de la subcontratación logística y sus ventajas competitivas. El presente trabajo llega a la conclusión que la logística convencional es sustituida por una concepción que abarca una serie de variables orientadas a la reducción de costos, a la disminución del capital inmovilizado, a la integración de la cadena de abastecimiento, y a la satisfacción del cliente (cumplimiento de los plazos de entrega y estándares de calidad de servicio). De esta forma, surge la tercerización logística como una herramienta de gestión que contribuye a la obtención de ventajas comerciales, operativas, financieras y económicas en las empresas argentinas.

Villaran, P. (2005) en su estudio de *“Oustersourcing de la logística de Entrada en Corporación Aceros Arequipa en Perú”*; su objetivo, fue determinar si existe una posibilidad real de aplicar el *outsourcing* en la logística de entrada de Corporación Aceros Arequipa (CAASA). El alcance de la tesis ha comprendido desde la sustentación teórica de los beneficios de esta herramienta hasta la realización de un concurso de ofertas entre postores seleccionados en base a una metodología desarrollada, donde el diseño y elaboración de los documentos necesarios para formalizar la relación entre el proveedor de *outsourcing* y CAASA (bases del concurso, contrato, etc) así como también proponemos la implantación y el seguimiento del *outsourcing*, de esta forma es que la metodología del trabajo es descriptiva correlacional, transversal y transeccional por que la información se obtiene solo una vez, a la conclusión llegada es que existen diferentes posibilidades de aplicar el *outsourcing* en la logística de la entrada de Corporación Aceros Arequipa (CAASA).

Mercado, Y (2014), realiza un *“Análisis cualitativo-jurídico de la tercerización laboral en el marco del derecho de asociación sindical en Colombia”*. Dentro de los objetivos planteados en este trabajo de investigación, es conocer la normativa que regula esta forma de contratación y los diferentes pronunciamientos de la corte en cuanto a la afectación directa que este le genera al derecho de asociación sindical. El enfoque investigativo es crítico hermenéutico porque su construcción está respaldada en interpretaciones normativas constitucionales, legales, doctrinales y jurisprudenciales del ordenamiento jurídico colombiano y del derecho comparado en torno al tema de tercerización frente al derecho de asociación sindical; se Concluyó que el derecho de asociación sindical, es un derecho, que ha venido siendo amedrentado en la larga y ancho de la historia, no solo en Colombia, sino también en el mundo, gracias a las luchas realizadas por la clase obrera de antaño, y actualmente podemos catalogarlo como un derecho fundamental de segunda generación, esto fue posible con la

implementación de la constitución de 1991, la cual así como le dio otro matiz a este derecho, el verdadero objetivo de esta era es abrirle las perdurar al modelo neoliberal del capitalismo.

ii. Satisfacción del cliente

Montoya, (2013), realiza un estudio de investigación sobre las *“Variables asociadas a la Satisfacción del paciente en una unidad de hemodiálisis en España”*, tuvo como objetivo evaluar la Satisfacción de los pacientes de una Unidad de Hemodiálisis, y analizar los aspectos, tanto del paciente como de la enfermedad, que pudieran condicionarla. Material y métodos. Se aplicó el cuestionario SERVQHOS modificado para hemodiálisis, que evalúa la Satisfacción y con el cuestionario de Calidad de Vida Relacionada con la Salud, EUROQOL. También se recogieron las respuestas a cuestiones que podrían condicionar la satisfacción, variables clínicas y sociodemográficas. Resultados. Los niveles de satisfacción fueron altos y similares a los de otras unidades en España. Menores niveles de satisfacción se asociaron a percibir más dolor, más limitación para las actividades cotidianas, más ansiedad/depresión, llevar más tiempo en diálisis, más horas de sesión, dializarse por catéter, haber estado trasplantado y tener menor edad ($p < 0,05$)

Botero y Fernández, (2014), realizan un estudio de investigación sobre *“Factores determinantes en la satisfacción de los usuarios en una unidad de diálisis en una institución de tercer nivel de la ciudad de bello en el año 2014”*. El objetivo de este estudio consistió en identificar los determinantes prioritarios que intervienen en la satisfacción de los usuarios de una unidad renal para medir el grado de satisfacción que tienen con los mismos, y de esta forma priorizar oportunidades de mejora para su oportuna intervención.

Boza, R. (2016), realiza un estudio sobre la *“Percepción de la calidad que tienen los usuarios sobre la atención que brinda la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Nacional de Niños Dr. Carlos Sáenz Herrera, durante febrero y marzo del año 2016”*. La presente tesis tiene como

objetivo analizar la percepción de la calidad que tenían los padres de los niños ingresados en la UCI-HNN. Es un estudio exploratorio, cuantitativo descriptiva. En conclusión, la atención en salud según los padres fue excelente en relación con la satisfacción de la información recibida, ya que fue siempre oportuna, con una adecuada frecuencia, de un buen modo, lo suficientemente objetiva y de mucho valor para ellos. Con respecto a la satisfacción en relación con el cuidado, consideraron que fue competente, adecuadamente coordinada y centrada en el paciente, que permitió una identidad e interacción del cuidado, ofreciéndoles la oportunidad de integrarse en el proceso de cuidado de su hijo. Sin embargo, los padres no están satisfechos con la empatía recibida en la atención. Con respecto a la satisfacción en relación con la participación de los padres en el cuidado, según la percepción de los padres la seguridad de la atención fue adecuada y se sintieron incluidos en el proceso de atención de sus hijos; sin embargo, la humanización de la atención no cumplió sus expectativas.

Álvarez, C. (2012) en su investigación sobre la **“Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el Servicio Ofrecido en Redes de Supermercados Gubernamentales en Venezuela”**; para el aborde de la investigación se tomó como referencia la red directa de comercialización tipo II y III de la productora y distribuidora venezolana de alimentos S.A ubicada en el distrito capital en donde se aplicó una encuesta para medir el grado de satisfacción de los clientes y usuarios con relación a la calidad del servicio ofrecido en dichos establecimientos. El estudio desarrollado se enmarcó en una investigación evaluativa, de nivel descriptivo, bajo un diseño de campo, no experimental y transaccional.

Pineros, J. (2009) en su investigación sobre la **“Medición de la Satisfacción del Cliente del Restaurante Museo Taurino, y Formulación de Estrategias de Servicio para la Creación de valor”**; pretende analizar como el servicio al cliente, llega a influenciar directamente en la satisfacción del cliente, y esta a su vez en desarrollo y crecimiento de un negocio. Se utilizó la

herramienta de medición llamada el SERVQUAL, y en base a los resultados dados por esta, se crearon estrategias de 8 servicios con el fin de mejorarlo en el mayor grado posible, y así brindarle al cliente un valor agregado, todo esto con el fin de incrementar la satisfacción en los mismos y ayudar al Restaurante Museo Taurino a acrecentar su número de clientes como sus ventas.

Thomburne, D. (2017) en su investigación acerca del *“Nivel de Satisfacción y Lealtad Del Cliente y su Impacto en la Contratación de Nuevos Servicios en una Empresa del Sector De Tecnología de Información en Lima – Perú : 2017”*, tuvo como objetivo desarrollar un modelo que permita determinar el impacto de la satisfacción y la lealtad en el contrato de nuevos servicios en empresas del sector de tecnología de información. El diseño de la investigación es descriptivo correlacional. Como resultado, se comprobó la relación positiva que existe entre satisfacción y la lealtad ($\beta=0.689$) y la relación positiva que existe entre la lealtad y el contrato de un nuevo servicio ($\beta=0.334$). Se deduce que cuando se cuenta con la lealtad, producto de la satisfacción del servicio, el precio no es un factor determinante para cambiarse a otro proveedor ($\beta=-0.289$). En conclusión, las empresas de servicios de tecnologías de información deben desarrollar estrategias para evaluar la satisfacción de sus clientes e impulsar la fidelización a través de la comercialización de nuevos servicios

2.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

2.2.1 Historia del *Outsourcing*

El vocablo *outsourcing* de origen anglosajón compuesta por los términos “*OUT*” que significa “fuera” y por “*SOURCE*” que significa “fuente”, por lo tanto, *OUTSOURCING* debe entenderse como “de fuente externa” (Carreño & Lavín, 2003).

Según Ganga y Toro (2008), es difícil establecer los inicios del *outsourcing* ya que, esta herramienta es una forma más de dividir el trabajo, por lo tanto, podríamos decir que el *outsourcing* se origina en la teoría económica de la división del trabajo propuesta por Adam Smith; su origen como figura organizativa del trabajo, podría remontarse en América hasta antes de la colonización española. En una ubicación temporal más actual es posible establecer los orígenes del *outsourcing* en los Estados Unidos a comienzos de la década de 1940, al inicio de su participación en la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, esta forma de organización del trabajo logra un mayor auge con el desarrollo de la ingeniería industrial, y en especial con la aparición de la reingeniería, ante lo cual las industrias automotoras japonesas son un hito relevante en el desarrollo del *outsourcing*”.

Para Lara y Martínez (2000), durante los años 70, las empresas alcanzan su máximo esplendor naciendo grandes colosos mundiales, resultado de la filosofía promulgada en los años 50: «*bigger is better*», estas grandes compañías se expanden por todo el mundo, alcanzando un alto nivel de diversificación, difícil de gestionar según las estructuras vigentes en el momento, cargadas de una gestión burocratizada, escasez de flexibilidad organizativa e impidiendo una mayor creatividad empresarial. Envueltas en estas circunstancias se desarrollan las primeras externalizaciones (traducción española de *outsourcing*), convirtiéndose en una herramienta capaz de aumentar la creatividad y flexibilidad dentro de las organizaciones.

2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

2.3.1 Definición de subcontratación

Son formas particulares de realizar el intercambio económico de productos, servicios y procesos: la integración vertical, la subcontratación en el mercado u *outsourcing* y las alianzas estratégicas. (Alter, 1991-1997). Desde la perspectiva del derecho, se observa el papel de los contratos; la economía, los costos de utilización de los mercados o las empresas; la teoría organizacional, las relaciones sociales de

cooperación bajo el mando de un líder y desde la estrategia, la adecuación de las estructuras a los objetivos de la organización (Gorbaneff, 2005).

Con lo anterior se identifican diversos elementos de la organización del intercambio económico, los cuales se integran en la definición operativa de forma de gobernación mediando cuatro elementos fundamentales (Helen, 2004) el tipo de relación, los mecanismos de control, la modalidad de contrato legal y los incentivos económicos que tienen los agentes para su actuación. Las diversas formas de organizar las relaciones de intercambio para el cumplimiento de los objetivos de los agentes involucrados son consecuencia de variaciones en las cuatro dimensiones referidas (Torres Valdivieso, 2004).

La subcontratación u *outsourcing* se define como una estrategia empresarial, por medio de la cual una organización delega funciones preferiblemente no centrales, que realizaba internamente, a una empresa especializada (Fill, 1999). La propiedad de los activos productivos involucrados en la actividad objeto de la subcontratación se transfieren a un tercero que se convierte en proveedor de la empresa. Es común encontrar en el mundo comercial que la subcontratación se defina como un acuerdo de colaboración (Bill, 2004), siendo esta sólo una forma en que se da la relación de intercambio mediante subcontratación (Alter, 1991-1997). La realidad es que la subcontratación de un servicio con un tercero es deseable que sea a largo plazo y dentro de este referente es igualmente deseable que se establezca una relación entre las partes en la que prevalezca la acción conjunta sobre la competencia. Esta es una forma de gobernación o de organización del intercambio económico con propiedad independiente pero que tiene algunos rasgos de los acuerdos de cooperación.

La tercerización es la delegación total o parcial de un proceso interno a un especialista contratado. Esta posibilidad les permite a las empresas ser más flexibles en su estructura organizacional y optimizar su estructura de costos operativos (Schneider, 2004).

Pricewaterhouse (1996), define “el *Outsourcing* o tercerización como “una estrategia gerencial, por medio del cual las organizaciones designan el manejo de ciertas actividades tradicionalmente realizadas con personal y recursos internos a un proveedor externo de servicios especializados que se convierte en un socio estratégico de la organización” (p. 12).

Por su parte Bernal (2015), indica que “la tercerización se ha ido generalizando para el desarrollo de actividades secundarias, que no implican un riesgo estratégico para las empresas” (p. 4); sin embargo, para tercerizar las instituciones conviene analizar distintos aspectos antes de tomar una decisión, como son la cultura empresarial, procedimientos, sistemas, controles y tecnología, generando una relación de confianza entre cliente y proveedor (empresa contratada) que a largo plazo origina un compromiso entre partes, estableciendo una alianza estratégica que beneficie a ambos (Pesquera, 2015).

Para Bareño (2017), La tercerización es una práctica llevada a cabo por una institución cuando contrata a otra firma para que preste un servicio que, en un principio, debería ser brindado por ella misma. Este proceso suele realizarse con el objetivo de reducir los costos.

Bernal (2015), La tercerización surge como una herramienta atractiva de gestión de negocios que procura la maximización de beneficios y minimización de costes, a la vez que genera valor para las instituciones. Últimamente, ha experimentado un gran auge y se posiciona como uno de los sectores más dinámicos de la economía y en los últimos años se ha convertido en una alternativa estratégica para la contratación de personal.

En el sector salud, la tercerización u *outsourcing* también denominada externalización, consiste en la transferencia a terceros de ciertos servicios complementarios que no forman parte de la actividad misional de las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPS), permitiendo la concentración de los esfuerzos en las actividades asistenciales médico paciente a fin de obtener eficiencia

y eficacia en la prestación del servicio, además puede utilizarse de forma complementaria o sustitutiva para mejorar los resultados de la empresa.

La tercerización se ha ido generalizando exitosamente para actividades secundarias como limpieza, mantenimiento, seguridad, alimentación, transporte entre otras, que no implican un riesgo estratégico para las empresas; sin embargo, para tercerizar actividades que podrían ser centrales o diferenciales para las instituciones conviene analizar minuciosamente ciertos aspectos antes de tomar una decisión, como son la cultura empresarial, procedimientos, sistemas, controles y tecnología, generando una relación de confianza entre cliente (IPS) y proveedor (empresa contratada) que a largo plazo origina un compromiso entre las partes, estableciendo una alianza estratégica que beneficie a ambos, en donde el cliente aporta el compromiso de ofrecer al proveedor información clave y estratégica de su negocio para que este pueda hacer su trabajo, a cambio el proveedor aportará recursos, tecnología, tiempo, personal y esfuerzo, para integrarse de manera total al proceso de su cliente y para de esta manera, poder crecer juntos.

Esta modalidad de la subcontratación se da generalmente en el caso que es necesario recurrir a manos especializadas en algún tema, entonces, lo más usual es que se contrate solamente al personal, en cuyo caso, los recursos (instalaciones, hardware, software), serán aportados por el cliente, o en su defecto, además de contratar al personal se contratan también los recursos.

En ese sentido, las empresas subcontratadas gozan de ciertas ventajas que les ayudan a ser útiles en el mercado y satisfacer diversas necesidades y servicios en lugar de otras empresas.

A. Existen diferentes modalidades de *outsourcing*:

- Total: define a la tercerización completa de una función o actividad de una o más unidades de la organización.
- Parcial: se realiza por regiones, sucursales, oficinas.

- Selectivo: sólo implica las actividades o funciones menos importantes que no aportan un valor agregado a la organización, pero que su gestión impide un desarrollo adecuado de las actividades vitales de la empresa.

Existen dos variantes de las formas de tercerización descritas anteriormente:

- *Insourcing*: remodela las unidades o departamentos internos de una organización convirtiéndolos en *outsourcers* de la propia empresa.
- *Cosourcing*: es un proceso mixto, la unión de alguna de las modalidades *outsourcing* junto al *insourcing*. (Lara & Martínez, 2002).

B. Razones para externalizar

- Reducción y control operacional de los costes.
- Rentabilizar las actividades nucleares de la organización.
- Ventajas de acceso a la competencia *world-class*.
- Reutilización de recursos para otras actividades
- Disponer de recursos externos a la organización.
- Acelerar el beneficio de reingeniería.
- Gestión de actividades dificultosas.
- Compartir riesgos.
- Inyección de capital (Institute, 1998)

C. Evolución del *Outsourcing*:

Según Rivo Lopez (1999), “el *outsourcing* inicia con la subcontratación externa, para las que existen proveedores, como la seguridad y el mantenimiento de los edificios, pudiéndose posteriormente subcontratar actividades más estratégicas en las que la interrelación con el proveedor debe ser mucho más estrecha”.

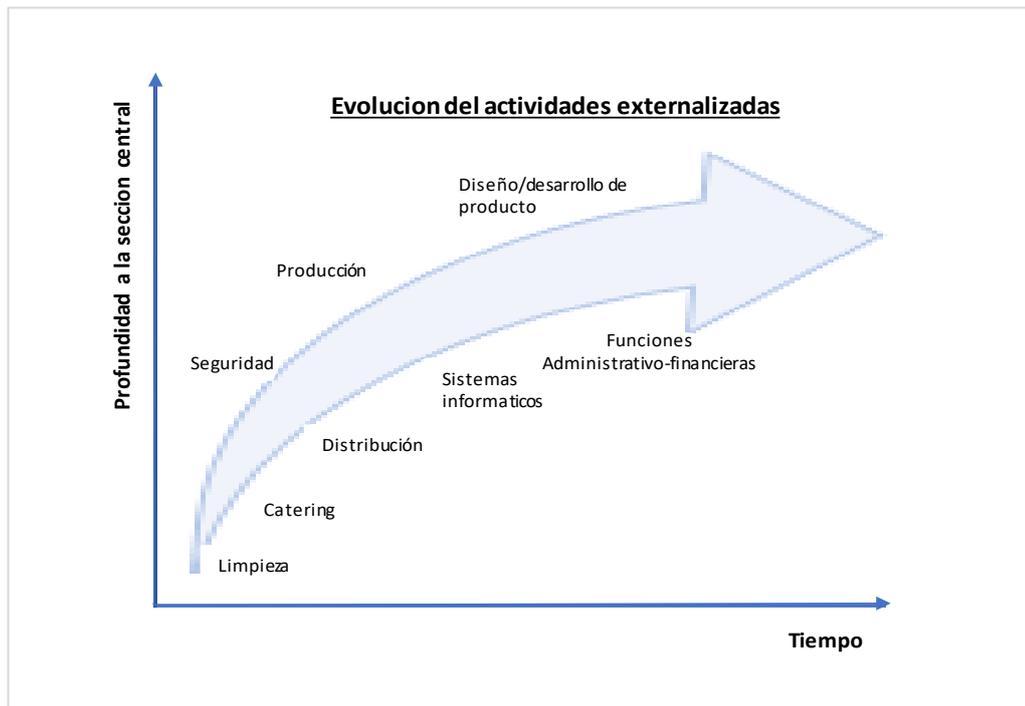


Figura 1. Evolución de actividades externalizadas. López R. (1999)

D. Evolución del concepto de *Outsourcing*

Tal y como señala Castro Cortes (2010), inicialmente, las empresas acometían procesos de *outsourcing* con el objeto de liberar recursos y aligerar sus estructuras de costes. Sin embargo, ante el nuevo entorno cada vez más competitivo, las compañías han abandonado el enfoque táctico y han optado por concentrarse en sus competencias nucleares y realizar el *outsourcing* de aquellas actividades de las que la empresa no tiene necesidad estratégica crítica.

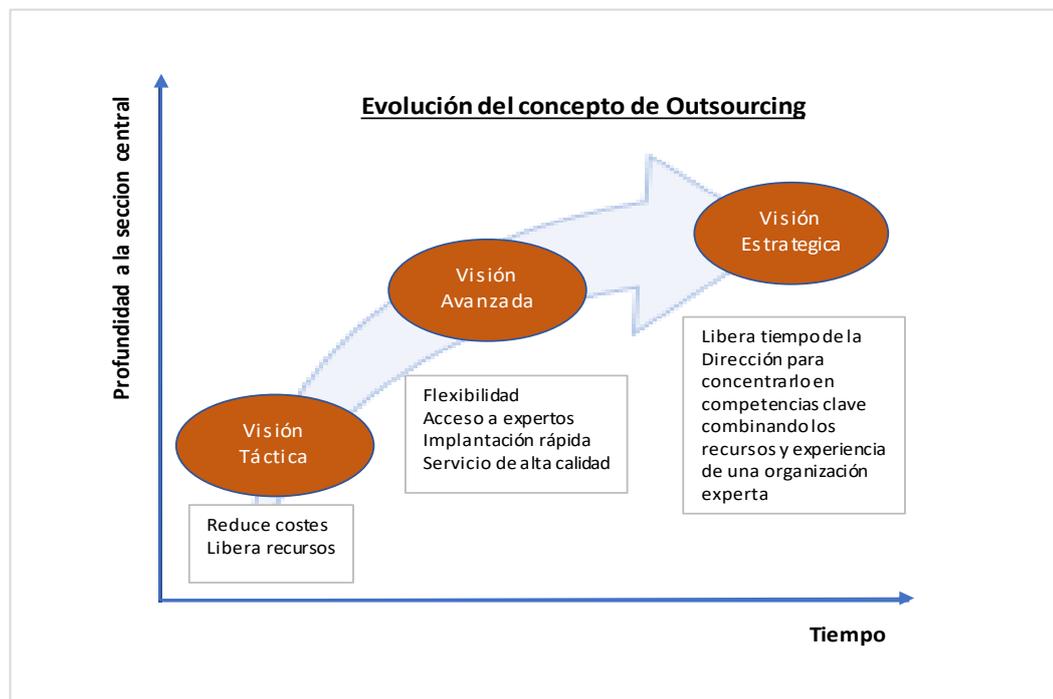


Figura 2. Evolución del concepto Outsourcing. Cortés C. (2010)

E. Tipos de *Outsourcing*:

Según Power (2006), los tipos de acuerdo a la forma como las organizaciones asumen la tercerización de sus procesos no nucleares tenemos:

El tipo de *outsourcing* según la localización, es el lugar físico donde se realiza el proceso, sea éste dentro (*on-site*) o fuera (*of-site*) de la empresa. Un *outsourcing* de característica *of-site*, también se divide de acuerdo a sus proximidad al socio estratégico, como el *On-shore*, si la empresa solicitante y la proveedora de servicios se encuentran dentro de las fronteras del mismo país; *Near-shore*, en el caso de que el proveedor del servicio se encuentre en un país vecino; y *Off-shore*, también conocido como deslocalización, si está ubicado en otro país donde la legislación laboral sea más flexible y permita reducir costos.

El tipo de *outsourcing* según la el trabajo, define si se externalizara un proceso o todo un proyecto. Si la externalización es de proceso puede ser de la característica *Business Process Outsourcing* (BPO) si se trata del traspaso a terceros de una actividad que se realizaba internamente; *Knowledge Process Outsourcing* (KPO) si dicha actividad es de alto nivel y requiere un alto grado de capacitación para su realización; y *Legal Process Outsourcing* (LPO) cuando la actividad externalizada es la de servicios jurídicos.

El tipo de *outsourcing* según la actividad, enfoca la manufactura de las actividades directamente relacionadas con el proceso de fabricación y su grado de tercerización, sea total o parcial, o actividades de servicios administrativos.

El tipo de *outsourcing* según la relación que se tenga con la tarea tercerizada, se podrá clasificar el tipo de externalización como: de soporte cuando se involucran actividades no estratégicas de fácil sustitución; de confiabilidad, relaciones de mediano y largo plazo entre las partes; alineación donde no se involucra demasiado al suministrador con el nivel operativo, pero es de alto impacto y alianza donde se involucran altos niveles de compromiso por parte de los dos.

Tabla 1.*Tipos de Outsourcing*

Tipos de Outsourcing		
	On-Site	
Localización	Off-Site	On-Shore Near-Shore Off-Shore
	Proceso	BPO KPO LPO
	Proyecto	
Actividad	Manufactura Servicios	
Relación	Soporte Confiabilidad Alineación Alianza	

Nota: Extraído de Ovalle C. y Forero P. (2012)

- F.** La inversión privada para la tercerización de centros de hemodiálisis se apoya en la Ley N° 29344 “Ley Marco de Aseguramiento Universal en Salud” Ley N° 30114 Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2014. Decreto Supremo N° 002-2013-SA. “Aprueban procedimiento especial de contratación de servicios de salud que efectuará el Seguro Integral de Salud –SIS y el Seguro Social de Salud – EsSalud de manera complementaria a la oferta pública, con instituciones prestadoras de Servicios de Salud – IPRESS.

El servicio de hemodiálisis es brindado por EsSalud, que cubre íntegramente el tratamiento de sus asegurados. En la actualidad, EsSalud tiene a cargo el 95 % de los pacientes que reciben tratamiento de diálisis por insuficiencia renal crónica terminal en el Perú. Cuenta con una red aproximada de 85

centros de hemodiálisis, 38 de ellos propios y 47 centros contratados. (Mendiola & Callirgos, 2014).

Según los sindicatos, se estima que EsSalud deriva cada año 5,600 millones de soles para las tercerizaciones y el Ministerio de Salud entre 80 y 100 millones de soles anuales (Diario, 2016).

2.3.2 Niveles de la Tercerización

Existen los siguientes niveles:

- a. Partes complementarias: Consiste en la compra de piezas o subpiezas que componen al producto final, a otra empresa especializada en la manufactura de dichas piezas, generalmente se aplica cuando la empresa no tiene la capacidad para producirlas o como estrategia para disminuir costos (Martinez, 2008).
- b. Individual: Este nivel se aplica cuando sólo es necesario delegar la función o conjunto de tareas de un trabajador o administrador, se utiliza principalmente para aquellos puestos o actividades que son utilizadas por la empresa de manera regular, pero que no necesita que el empleado se encuentre de tiempo completo en la misma (Martinez, 2008).
- c. Funcional: Se utiliza a nivel funcional cuando es necesario delegar una función o tareas que requiera un conjunto de conocimientos o habilidades técnicas de manera especializada (Martinez, 2008).
- d. Proceso: Comprende la delegación de un proceso entero a otra empresa que se especializa en el conjunto de tareas que éste requiere, se utiliza regularmente en el área de recursos humanos con el proceso de reclutamiento (Martinez, 2008).

Las áreas en las que se aplica la tercerización pueden ser: (a) Finanzas, (b) Contabilidad, (c) Administración, (d) Logística, (e) Recursos Humanos, entre otras áreas.

Las razones por las que se realiza esta asociación pública privada dentro del sector salud se deben primordialmente a razones como; Reducción de tiempos de espera por parte de pacientes, Desabastecimiento en equipos, infraestructura, etc.

2.3.3 Identificación del nivel de Tercerización

La tercerización u *Outsourcing* se lleva a cabo en distintos niveles, es objeto de este capítulo, identificar el nivel de tercerización existente entre EsSalud y la empresa de Hemodiálisis Sermedial SAC.

El nivel de tercerización existente entre EsSalud y la empresa de Hemodiálisis Sermedial SAC es de “Proceso” dado que se delega el proceso entero de “hemodiálisis” para una cantidad de pacientes que EsSalud no se da abasto de atender, dado que; “EsSalud hasta octubre del 2016 atendía a 159 pacientes y no se da abasto” (La República, 2016).

En EsSalud el servicio más tercerizado y que demanda mayor gasto a la entidad es el tratamiento de diálisis a los pacientes con insuficiencia renal. En total, 454 personas son derivadas a las clínicas Clerdisur, Sermedial y Sena. El costo que la entidad paga por cada sesión asciende a S/. 288. Un paciente requiere tres sesiones a la semana. En total, EsSalud desembolsa S/ 1 millón 569 mil por los tratamientos de diálisis tercerizados. Directamente atiende a 159 enfermos y no se da abasto para más (La República, 2016).

Características de la empresa Sermedial:

La tercerización inicia con la convocatoria por parte de EsSalud, para contratar a una empresa a la que pueda delegar ciertos procesos, dándose a conocer la convocatoria y las bases que estas empresas deberán de cumplir, basadas en la Norma N ° 060/MINSA.

SERMEDIAL S.A.C. de Arequipa, es una empresa cuyo inicio se registró el veintisiete de febrero del 2003, empezando con la realización del Área de Diálisis

(Hemodiálisis). Cuenta con tres centros de Diálisis (Hemodiálisis) en la ciudad de Arequipa.

Visión

Ser un centro de diálisis reconocido a nivel nacional por brindar un servicio personalizado, destacando el respeto por nuestros pacientes y sus familiares, con altos estándares de atención y tecnología de primer nivel, permitiendo contribuir a que nuestros pacientes tengan una vida más armoniosa.

Misión

Ser el mejor prestador de servicios de hemodiálisis del país, prestando un servicio integral personalizado a nuestros pacientes, manteniendo altos estándares de servicio y calidad de los procedimientos, con personal altamente calificado y en un ambiente grato y cordial, que permita a nuestros usuarios sentirse a gusto y cómodos mientras hagan uso de nuestras instalaciones.

Para prestar el servicio de tercerización a la empresa Sermedial SAC, se rige bajo la Normativa N.S N ° 060/MINSA “NORMA TÉCNICA DE SALUD DE LA UNIDAD PRODUCTORA DE SERVICIOS DE HEMODIÁLISIS”, con la finalidad de mejorar la gestión, organización y prestación en la Unidad Productora de Servicios de Hemodiálisis de los establecimientos o servicios médicos de apoyo del Sector Salud.

Requisitos

a. Documentos de gestión

- Manual de organización y funciones.
- Manual de procedimientos de la atención de hemodiálisis.
- Manual de bioseguridad en hemodiálisis.
- Guías de práctica clínica de las complicaciones más frecuentes derivadas del tratamiento.
- Registro de indicadores de producción y de calidad.

- Registro de complicaciones.
- Registro de pacientes en hemodiálisis: pacientes nuevos, hospitalizados, fallecidos, trasplantados y transferidos.
- Plan y programa de educación para el paciente y familiares.
- Informe mensual de evaluación nutricional, psicológica y social de cada paciente.
- Planes de contingencia ante posibles situaciones de emergencia como son sismos, incendios, falta de fluido eléctrico, interrupción del funcionamiento de las máquinas, entre otros.
- Historial de cada máquina de hemodiálisis.
- Programa de mantenimiento preventivo y correctivo de máquinas.

b. De la organización y funcionamiento:

- Se dan alcances sobre el ingreso a las instalaciones del centro y que deberán cumplir ciertos patrones.
- A cerca del equipo de salud y sus requisitos mínimos.
- De la indumentaria de protección para el personal y la ropa para los pacientes.

c. De la atención del paciente:

- A cerca de su historia clínica.
- Del procedimiento para la atención del paciente; indicaciones para cada sesión, inicio y fin de sesión, etc.

d. De la bioseguridad:

- En el que se desarrollarán planes y programas de capacitación del control de personal y su distribución de acuerdo a su condición serológica (VIH, Hepatitis B, Hepatitis C).

e. Del recurso humano:

- De contar de manera mínima médicos, psicólogo, licenciado en trabajo social, nutricionista, enfermeras, técnicos en enfermería y técnicos en mantenimiento de máquinas de hemodiálisis. Que cumplan ciertos requisitos.

f. De la infraestructura:

- De contar con instalaciones generales: sala de espera, consultorios, área administrativa, vestuarios, baños, almacén de materiales.
- De contar con instalaciones específicas: sala de hemodiálisis, salas de lavado, cebado y almacenamiento de filtros, local aislado e independientes para pacientes con enfermedades infectocontagiosas.
- De contar con paredes y pisos revestidas de material impermeable que facilite limpieza y desinfección
- De contar con una sala de tratamiento de agua
- Del acceso a las instalaciones

g. Del Equipo:

- Máquina de hemodiálisis
- Monitor desfibrilador
- Aspirador de secreciones
- Coche de paro
- Sistema de oxígeno de uso clínico
- Sillones/camillas
- Conductivímetros
- Grupo electrógeno
- Otros: tensiómetro, estetoscopio, silla de ruedas, camilla con ruedas, balanza de pie mecánica/electrónica, refrigeradora, extintores.

h. Razones de la subcontratación:

A partir del reconocimiento de la multiplicidad para organizar el intercambio económico y de su complejidad, se han dado varias explicaciones sobre las decisiones que toman los agentes sobre la forma de organizar la producción e intercambio de bienes y servicios y, en particular, se explica por qué las empresas acuden a la subcontratación de ciertas actividades necesarias para la elaboración de sus productos y servicios. Estas provienen de las aproximaciones que se han hecho desde las diferentes ciencias sociales que abordan el estudio de las organizaciones como son la economía, la sociología y el derecho (Fill, 1999), las cuales tienen su reflejo en los campos de conocimiento que constituyen la disciplina de la administración.

La teoría organizacional, la dirección estratégica y el comportamiento organizacional. Desde la ciencia económica se encuentran dos vertientes: la organización industrial y la economía de los costos de transacción. La primera, como una expresión de la economía neoclásica (Helen, 2004).

Las empresas subcontratan en el mercado cuando esta es la forma que permite la reducción de costos de producción, vía economías de escala y de alcance (Fill, 1999). Dentro de este paradigma, adicionalmente, se afirma que acudir al mercado es adecuado cuando los agentes económicos pueden imponer precios y condiciones de intercambio, siempre y cuando tenga poder de mercado (Bill, 2004), lo que quiere decir que las empresas subcontratan cuando pueden imponer precios a sus proveedores. En el sector salud (Blas, 2012), muestra en términos conceptuales las economías de escala afectan la decisión de integración vertical entre varios agentes de salud en los sistemas de aseguramiento (Guzman, 2014).

Satisfacción del Cliente

A. Concepto:

El concepto de satisfacción del cliente ha sufrido varias modificaciones y ha sido enfocado desde distintos puntos de vista a lo largo del tiempo. En los años 70 del siglo pasado el interés por el estudio de la satisfacción era tal que se habían realizado y publicado más de 500 de estos estudios en esta área (Alferez, 1982), y este interés por el concepto de satisfacción no parece decaer, sino más bien todo lo contrario, como pusieron de manifiesto (Wilson, 1992), en un análisis de la literatura relativa a la satisfacción del cliente que ponía estimaba en unos 15.000 artículos académicos escritos que abarcaban la satisfacción o insatisfacción en los últimos veinte años.

El enfoque dado a la investigación del constructo satisfacción del cliente ha ido modificándose a lo largo del tiempo. De este modo, mientras en los años 60 el interés de los investigadores era fundamentalmente determinar cuáles eran las variables que intervienen en el proceso de la formación de la satisfacción, en los años 80 se va más lejos analizándose también las consecuencias del procesamiento de la satisfacción (Moliner, 2001).

Los primeros estudios realizados al respecto se basaron en la evaluación cognitiva entrando a valorar aspectos como los atributos de los productos, la confirmación de las expectativas y los juicios de la inquietud entre la satisfacción y las emociones generadas por el producto o servicio, solapando los procesos que subyacen del consumo y la satisfacción (Oliver, 1991).

Los autores Patterson & Johnson (1993). Refieren que satisfacción contiene componentes tanto afectivos como cognitivos y representa una evaluación del cliente respecto a una transacción específica y a una experiencia de consumo. Lo que pronto se vuelve una actitud global hacia el servicio. La calidad de servicio percibida representa un juicio más global y a largo plazo,

a través de múltiples encuentros de servicio y es similar a una actitud general hacia la empresa.

Por su parte Cronin Jr, Brady, & Hult (2000), la evaluación que refleja el grado de satisfacción en el cliente cree que la posesión y/o uso de un servicio evoca sensaciones positivas.

Según Kotler (2001), “la satisfacción del cliente se puede entender como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.

Según Kotler (2003), define la satisfacción del cliente como: una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

Cronin & Taylor (1994), plantean que las valoraciones acerca de la calidad percibida requieren únicamente de la evaluación de las percepciones de los atributos constituyentes del servicio, excluyendo del análisis las expectativas. Numerosos estudiosos han demostrado que aplicar sólo las percepciones incrementa la confianza en el instrumento y, además disminuye la confusión y el sesgo derivado de tener que valorar dos veces una misma lista de atributos.

Para Herrera y Beltrán (2008), la satisfacción es uno de los conceptos que tiene mucho interés para los investigadores en el ámbito del marketing, y más específicamente en el comportamiento del cliente, desde finales de la década de los años cincuenta e inicios de los sesenta. La naturaleza, formación y consecuencias de la satisfacción han constituido la parte central de su estudio.

Según Hu, Kandampully, & Juwaheer (2009), la satisfacción del cliente se relaciona con aquellas sensaciones que se obtienen como resultado de evaluar, durante el post-consumo, el servicio recibido en función a las percepciones de la calidad y el valor.

En la actualidad la satisfacción del cliente se estima que se consigue a través de conceptos como los deseos del cliente, sus necesidades y expectativas. Estos conceptos surgen de la Teoría de la Elección del Consumidor. Esta teoría dice que una las características principales de los consumidores es que su capital disponible para comprar productos y servicios no es ilimitado, por lo que, cuando los consumidores compran productos o servicios consideran sus precios y compran una cantidad de estos que dados los recursos de los consumidores satisfacen sus deseos y necesidades de la mejor forma posible. De forma adicional, cuando los consumidores toman una decisión siempre se enfrentan a una disyuntiva, deben de sacrificar algo para obtener otra cosa, es decir, cuando compran una cantidad mayor de un bien, pueden comprar menos de otros bienes y cuando gastan la mayor parte de sus recursos, tienen menos posibilidad de ahorro, con lo que tendrían que conformarse con consumir menos en el futuro. En esta teoría aparecen como aspectos a tener en cuenta a la hora de elegir uno u otro producto o servicio los precios, el atractivo y la calidad de estos entre otros. Dichos conceptos son los que a priori deberían considerarse para el modelado de la satisfacción del cliente.

Según Harris (2001), la satisfacción "real" de la persona está principalmente en un nivel perceptual, por tanto, más en el campo de la psicología. En muchos casos, la percepción llega a ser distinta a la realidad. Un servicio se podrá considerar exitoso cuando el cliente tenga una percepción del servicio recibido que sea superior a la expectativa que éste tenía antes a la compra/consumo. Puede, en términos aritméticos, expresarse como:

Satisfacción del Servicio = Percepciones – Expectativas = (P – E)

Si : (P-E) > 0 o P > E, Exitoso.

Si : (P-E) < 0 o P < E, Insatisfacción.

Si : (P-E) = 0 o P = E, Indiferencia.

La "expectativa", salvo que se trate de un producto nuevo o desconocido para el consumidor, será el reflejo de otras experiencias anteriores en relación a productos/servicios semejantes, definidos en términos de personas, bienes, instalaciones, sistemas operativos, marketing, entre otros. Sin embargo, esta comparación entre percepciones y expectativas no es trivial ni es sencilla, además, se ven influenciadas por la interacción que se tenga con otras personas. Estas percepciones representan el resultado "real" para el cliente y por lo tanto son fundamentales para su actuar posterior. Estas percepciones afectarán el comportamiento futuro.

Harris (2001), plantea diferentes dimensiones en los servicios:

- Monetaria: La dimensión monetaria se refiere no sólo al precio sino también al margen y al flujo de caja, tanto para el cliente como para el prestatario.
- Tiempo: La dimensión del tiempo se refiere a los aspectos operativos, las colas de espera, los tiempos de respuesta, demoras, entre otros.
- Adaptabilidad: La adaptabilidad se refiere a la capacidad de adaptación de la organización para atender las necesidades particulares del cliente.
- Predictibilidad: La predictibilidad es el grado de consistencia, uniformidad, y rangos definidos de variabilidad en la prestación del servicio.

- **Innovación:** La innovación se refiere a las habilidades del prestatario para desarrollar servicios, para mejorar las operaciones, y cambiar el estado de cosas influyendo en el entorno.
- **Accesibilidad:** La accesibilidad implica la facilidad, visibilidad, comodidad y calidad de acceso al servicio que uno desea.
- **Acción de personas:** La acción de las personas se refiere a la relación interpersonal entre dos o más individuos - trato, empatía, atención, etc.
- **Ambiental:** El tema ambiental es la dimensión relacionada con las instalaciones, ambiente físico y otros circundantes al servicio principal.
- **Seguridad:** La seguridad para el cliente y para el prestatario, se ve fortalecida gracias a garantías y mecanismos de reflujo que reducen la intangibilidad e incertidumbre de algún servicio.

Para Franco (2001), la solución rápida de una queja incrementara la satisfacción. Las expresiones de quejas de los clientes siempre suponen información valiosa sobre lo que no estamos haciendo bien y el tratamiento de las mismas nos facilitará la identificación de áreas o situaciones problemáticas, lo que permitirá desarrollar una estrategia para detectar, corregir y prevenir errores.

B. Teorías al respecto de la naturaleza de la satisfacción del Cliente

En el campo de las ciencias sociales se han producido distintos enfoques a la hora de definir el modelo de satisfacción/insatisfacción del cliente y cómo influyen en la satisfacción del cliente los distintos factores, como el coste o el desempeño del producto.

Podemos distinguir en este ámbito cinco teorías que intentan explicar la motivación del ser humano y que pueden aplicarse para determinar la naturaleza de la satisfacción del cliente y cuya aplicación a este ámbito pasamos a resumir brevemente a continuación:

Teoría de la Equidad: De acuerdo con esta teoría, la satisfacción se produce cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso está en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el coste, el tiempo y el esfuerzo (Brooks, 1995).

Teoría de la Atribución Causal: Explica que el cliente ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos tales como las percepciones del cliente al realizar una compra y a factores externos como la dificultad de realizar la compra, otros sujetos o la suerte (Brooks, 1995).

Teoría del Desempeño o Resultado: Propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente (Brooks, 1995). Se define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente. La satisfacción, por tanto, se equipará al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio (Johnson, 1995).

Teoría de las Expectativas: Sugiere que los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el cliente compara las expectativas de las características de éstos con el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicio es mejor de lo esperado mientras que una disconformidad negativa se produce cuando el producto o servicio es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan (Strandvik, 1995).

De entre estas teorías, en los últimos tiempos la Teoría de las Expectativas es la que parece contar con mayor número de partidarios entre los investigadores ya que su ámbito de aplicación aumenta de manera constante y se van sumando defensores a esta teoría de manera continuada. Por ello, comentaremos brevemente los tres enfoques que conforman la estructura básica del modelo de confirmación de expectativas a continuación:

1. La satisfacción como resultado de la diferencia entre los estándares de comparación previos de los clientes y la percepción del desempeño del producto o servicio de que trate. Se hace hincapié en el efecto de contraste, apareciendo la insatisfacción cuando el desempeño es menos que el esperado para dicho producto o servicio.
2. Se asume que las personas asimilan la realidad que observan para ajustarla a sus estándares de comparación. La búsqueda de un equilibrio produciría que los individuos tiendan a percibir la realidad de manera similar a sus estándares de comparación.
3. Se ha propuesto un modelo de la actitud de las personas que incluye una relación directa entre el desempeño percibido y la satisfacción. Parece ser que, en determinadas circunstancias, principalmente cuando los clientes se encuentran ante nuevos productos o servicios, es probable que si el producto o servicio es del agrado de los clientes, estos se mostraran satisfechos independientemente de si este confirman o no sus expectativas.

Principales factores que influyen en las percepciones de los clientes a la hora de su satisfacción, los que se citan a continuación:

1. Las experiencias de los clientes pueden aparecer efecto de contraste y asimilación debido a la experiencia que los clientes han tenido con el producto o servicio del que se trate, así como con los productos o servicios que sean competencia de éste.

2. El nivel de implicación con el producto o servicio: cuando los clientes tienen una alta implicación con el producto o servicio estos valoran principalmente la actitud al usar dicho producto o servicio.
3. Finalmente, tanto el desempeño del producto o servicio como la discrepancia de las expectativas del cliente influyen en la satisfacción.

C. Concepto de Calidad de Servicio:

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), lo definen como: “la diferencia entre el nivel de servicio esperado y la percepción del cliente sobre el nivel de servicio recibido”.

Según Pizzo (2013), es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

D. Modelo conceptual de Calidad de Servicio: Servqual y Servperf

El modelo SERVQUAL es promovido por los autores Parasuraman, Zeithaml Y Berry (1985), es un modelo de medición de calidad de servicio, multidimensional que tiene dimensiones que reflejan las características que los clientes tienen en cuenta cuando evalúan la experiencia del servicio.

Se definieron inicialmente diez determinantes de estas diferencias

- Fiabilidad
- Sensibilidad
- Competencia

- Acceso
- Cortesía
- Comunicación
- Credibilidad
- Confianza
- Conocimiento del Cliente
- Elementos tangibles

Los que se redujeron posteriormente a 5 dimensiones:

A. Elementos Tangibles

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. A través de procedimientos estadísticos, agrupan variables y permiten generalizar de mejor forma el modelo, logrando mayor representatividad. Teóricamente la tangibilidad se divide en dos dimensiones la primera conformada por los equipos e instalaciones y como segunda por el personal y materiales de comunicación, entonces se tiende que los intangibles comprenden todos aquellos bienes utilizados para prestar el servicio que pueden ser percibidos sensorialmente por el cliente respecto de los cuales se evalúa desde la limpieza, orden, presentación como también el personal que se sirve de ellos para brindar un servicio óptimo (Pineros J. B., 2009).

B. Fiabilidad

Es la capacidad del personal para realizar el servicio acordado de manera confiable y correcta; Veracidad y creencia en la honestidad del servicio prestado. Probabilidad del buen funcionamiento de algo. (Parasuraman Berry & Zeithaml, 1988)

C. Capacidad de respuesta

Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido. Pineros J. B. (2009) Menciona que la capacidad de respuesta refleja el compromiso de la empresa en brindar sus servicios. Esta se refiere a la voluntad y disposición que tengan los empleados al momento de prestar un servicio. La capacidad de respuesta también refleja si la empresa está preparada para prestar el servicio (Pineros J. B., 2009).

D. Empatía

Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente). Acosta (2010), indico que empatía es tener la capacidad de apreciar los sentimientos de otro sujeto como si fueran de ellos mismos. Las compañías que tienen empatía no han olvidado lo que se siente ser consumidor. Por ello, las asociaciones que tienen empatía entienden las necesidades de sus consumidores y gestionan que sus servicios sean posibles para estos. Por lo contrario, las que no ofrecen a sus clientes una atención particular cuando se requiere y dan horarios de actividades convenientes para la compañía, pero no para sus consumidores, no muestran empatía en su comportamiento.

E. Seguridad:

Según Montero (2013), refiere que la seguridad posee un significado muy extenso, y el clásico, es que compone la esencia y el deber ser del Estado. El conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.

Estas dimensiones agrupan 22 ítems, resultantes de un proceso de análisis factorial. Los 22 ítems forman parte del instrumento de medición que evaluará por un lado la calidad esperada y por otro lado la calidad percibida.

Una vez establecidos los puntajes, se obtienen los resultados medios y se toma la decisión de cómo se establecerá el peso de cada dimensión en la calidad de servicio total. Lo anterior se puede hacer por varias vías, incluyendo una evaluación general para hacer regresiones con las dimensiones, agregar preguntas para establecer un ranking a designar por quienes responden, etc. Este modelo está bastante masificado, es de fácil comprensión e incluye como eje fundamental la visión del cliente y sus requerimientos.

- **El modelo SERVPERF** (Service Performance), fue desarrollado por Cronin y Taylor (1994), este modelo utiliza exclusivamente la percepción como una buena aproximación a la satisfacción del cliente.

Este modelo valora las percepciones de los clientes con base a criterios: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Así, **Salomi et al.** (2005) subrayan que el SERVPERF es más conveniente debido a que los clientes que son evaluados con este modelo se las hace perder menos tiempo, ya que no tienen que reflexionar en torno a sus expectativas, lo que sí ocurre con el SERVQUAL (llegando en ocasiones esta práctica a ser un tanto tediosa), por lo que resulta más práctico (Salomi, Miguel, & Abackerli, 2005).

A favor del SERVPERF está su alto grado de fiabilidad (coeficiente alpha de Cronbach de 0,9098; alpha estandarizado de 0,9238) y el hecho de gozar de una mayor validez predictiva que la del modelo de la escala basada en diferencias, es decir, en el SERVQUAL.

El modelo SERVPERF, mide solamente la satisfacción del servicio o lo que se conoce como la percepción del servicio producto de la

experiencia obtenida, retomando los mismos ítems propuestos por el modelo SERVQUAL (García & Díaz, 2008).

Para Gonzales, Carmona, & Rivas (2007) La satisfacción del cliente puede ser medida usando las dimensiones de calidad de los servicios.

En el modelo SERVPERF, se utiliza exclusivamente la percepción. Es útil por los siguientes motivos: Se molesta menos al entrevistado, ya que sólo se le pregunta una vez por cada ítem; los trabajos de interpretación y de análisis son más sencillos; y no se pierde información, ya que la incorporación de una pregunta de Satisfacción Global relacionada con el servicio o producto, permite analizar, también, la contribución de los restantes ítems al nivel de satisfacción global alcanzado.

Conocer la opinión de los usuarios que reciben el servicio es vital para conocer los aspectos que se pueden mejorar para lograr satisfacer por completo al consumidor (Gutiérrez, 2010).

Los inicios de este modelo de evaluación se remontan desde el año 1985, y a diferencia del modelo SERVQUAL, solo se enfoca en las percepciones de los clientes sobre el servicio que se les ha brindado (García & Díaz, 2008).

2.3.4 Enfermedad Renal Crónica

Es la presencia de alteraciones en la estructura o función renal durante al menos tres meses y con implicaciones para la salud. Los criterios diagnósticos de ERC serán los denominados marcadores de daño renal (kidney damage) o la reducción del FG por debajo de 60 ml/min/1,73 m².

La duración mayor de tres meses de alguna de estas alteraciones podrá constatarde de forma prospectiva o bien inferirse de registros previos. La progresión de la ERC se define por un descenso sostenido del FG > 5 ml/min/1,73 m² al año

o por el cambio de categoría (de G1 a G2, de G2 a G3a, de G3a a G3b, de G3b a G4 o de G4 a G5), siempre que este se acompañe de una pérdida de FG \geq 5 ml/min/1,73 m² (GR, sin grado). Pequeñas fluctuaciones del FG no indican necesariamente progresión. En diciembre de 2012 y enero de 2013 unas nuevas guías KDIGO sobre la evaluación y tratamiento de la ERC (Revista Nefrología, 2014).

KDIGO 2012			Albuminuria		
			Categorías, descripción y rangos		
Filtrado glomerular Categorías, descripción y rangos (ml/min/1,73 m ²)			A1	A2	A3
			Normal a ligeramente elevada	Moderadamente elevada	Gravemente elevada
			< 30 mg/g ^a	30-300 mg/g ^a	> 300 mg/g ^a
G1	Normal o elevado	\geq 90			
G2	Ligeramente disminuido	60-89			
G3a	Ligera a moderadamente disminuido	45-59			
G3b	Moderada a gravemente disminuido	30-44			
G4	Gravemente disminuido	15-29			
G5	Fallo renal	< 15			

Figura 3. Pronóstico de la enfermedad renal crónica según las categorías de filtrado glomerular y de albuminuria

Riesgo de complicaciones específicas de la enfermedad renal, riesgo de progresión y riesgo cardiovascular: verde, riesgo de referencia, no hay enfermedad renal si no existen otros marcadores definitorios; amarillo, riesgo moderado; naranja, riesgo alto; rojo, riesgo muy alto.

KDIGO: Kidney Disease: Improving Global Outcomes. A La albuminuria se expresa como cociente albúmina/creatinina

Estadio	Descripción	TFG*	Prevalencia
1	Daño renal con FG normal	>90	1,78% (1,35 - 2,25)
2	Disminución Leve de la FG	60 - 89	3,24% (2,61 - 3,88)
3	Disminución Moderada de la FG	30 - 59	7,69% (7,02 - 8,36)
4	Disminución Severa de la FG	15 - 29	0,35% (0,25 - 0,45)
5	ERC-T**	< 15	0,1% (0,0 - 0,1)

*TFG: Tasa de Filtración Glomerular (ml/min/1,73 m²)

**NHANES 2005-2006.

Figura 4. Clasificación y prevalencia de la ERC según NHANES III. Obtenido de NHANES 1999-2004 Y NHANES 2005-2006

En la actualidad se viene prestando mucha atención a la enfermedad renal crónica (ERC) en el mundo, debido al rápido incremento de su prevalencia, los elevados costos que ocasionan su tratamiento y su rol en el mayor riesgo de enfermedad cardiovascular. Se prevé que el problema en los países en desarrollo va ser difícil de resolver, ya que un 85 por ciento de la población mundial vive con bajos o medianos ingresos y se espera que los efectos epidemiológicos, clínicos y socioeconómicos de la enfermedad, en esta población, sean muy grandes.

La ERC es considerada un problema de salud pública, por su tendencia en el incremento del número de pacientes y por los elevados costos del tratamiento que esta genera (“Enfermedad Catastrófica”).

Según los datos de la Sociedad Latinoamericana de Nefrología, 1992-2002 muestran un incremento lineal de la demanda de servicios de diálisis desde el año 1992. Y Según datos de la encuesta NHANES, realizada en EEUU en el año 2003, la ERC, afectó al 10 por ciento de la población, “Una de cada 10 personas estaría afectada por algún grado de ERC”. La ERC es un problema de salud pública en el Perú y existe una gran demanda de pacientes en estadio 5 (Fase terminal) y muy poca oferta de servicios para su tratamiento.

La hemodiálisis, es una forma de terapia de reemplazo renal (TRR), la infraestructura física y el equipamiento es insuficiente están colapsados, es importante buscar alternativas de solución.

La ERC-5, constituye un problema de salud pública global por sus consecuencias médicas, sociales y económicas para los pacientes, sus familias y los sistemas de salud.

Desde un punto de vista técnico, se puede considerar que la hemodiálisis (HD), la diálisis peritoneal (DP) y el trasplante renal (TR) constituyen técnicas efectivas y seguras para proporcionar una TRR a pacientes en estadios terminales. Mientras no existan contraindicaciones evidentes la TRR debe ser elegida libremente por el paciente, después de recibir información adecuada y completa sobre las ventajas y los inconvenientes de los métodos existentes (GBD, 2014) . También es ampliamente aceptado que los servicios de nefrología deben proveer todas las opciones de TRR, tanto HD, DP y TR con el fin de proporcionar la mejor opción para cualquier circunstancia clínica, personal u ocupacional del paciente (World Health Organization, 2005).

Con el creciente número de pacientes que requieren TRR es imperativo identificar las mejores estrategias para satisfacer la demanda de servicios renales. El trasplante renal está establecido como la terapia de elección para la mayoría de los pacientes con ERC-5 y constituye la modalidad más costo-efectiva ya que brinda los mejores beneficios en la supervivencia general y en calidad de vida. Sin embargo, la escasez de órganos requiere del establecimiento de otras alternativas clínicamente eficaces y económicamente viables tales como la HD y la DP (Ministerio de Salud, 2015).

En el Perú, basándonos en las guías del KDOQI & NHANES III estima que aproximadamente el 10,9 % de la población del país presenta ERC. Siguiendo el mismo índice, se obtiene que el 0,1 % del total de la población presenta ERC-5, es decir, que requiere de un tratamiento de sustitución o reemplazo de la función renal. (SURVEY, 2014).

Para el Perú, según él (INEI, 2012), las ERC-5 se han incrementado en los últimos años a 30 116 pacientes a nivel nacional. Del total de pacientes con ERC-5 que reciben tratamiento, EsSalud debe atender aproximadamente al 95% y las otras entidades: MINSA, Fuerzas Armadas y servicios privados, atienden al 5% restante. Aproximadamente, el 85% de estos pacientes se trata mediante la hemodiálisis. Sin embargo, la infraestructura y los servicios hospitalarios de EsSalud son insuficientes para brindar directamente el tratamiento de todos sus pacientes, por lo que la institución terceriza el 56% del servicio con clínicas a través de contratos anuales.

Con estos porcentajes y la información del (INEI, 2012), se calculó la cantidad de pacientes que sufrirían de ERC. Lo cual son el 34,2% de la población peruana se encuentra asegurado, esto equivale para el 2012 a 10 302 pacientes con ERC-5. Por lo tanto, en ese año existió una población desatendida de 19 834 pacientes. (INEI, 2012).

2.4 DEFINICION DE CONCEPTOS

- ***OUTSOURCING:*** llamada también Tercerización, externalización o subcontratación que es una técnica innovadora de administración, que consiste en la transferencia a terceros de ciertos procesos complementarios que no forman parte del giro principal del negocio, permitiendo la concentración de los esfuerzos en las actividades esenciales a fin de obtener competitividad y resultados tangibles (Gay & Essinger, 2000).
- ***OUTSOUCER:*** socio estratégico que presta sus servicios especializados.
- ***CALIDAD:*** De acuerdo a las Normas ISO, “la calidad es el conjunto de características que le confieren al producto los atributos necesarios para satisfacer necesidades implícitas y expresadas”. La preocupación por la calidad se debió a que no sólo se convirtió en uno de los requisitos primordiales de los productos o servicios, sino que pasó a ser un factor

estratégico, para que muchas empresas mantengan su posición en el mercado, así como coadyuvar a su supervivencia

- **CALIDAD DE SERVICIO:** Parasuraman, Zeithaml Y Berry (1985), definen la calidad de servicio como la diferencia entre el nivel de servicio esperado y la percepción del cliente sobre el nivel de servicio recibido.
- **CLIENTE:** Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.
- **EMPRESA:** organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".
- **ORGANIZACIÓN:** es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.
- **PACIENTE:** Es aquella persona que padece de un mal y necesita de los servicios de personal calificado para su tratamiento médico.
- **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:** Según Kotler (2001), "la satisfacción del cliente se puede entender como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".
- **SERVICIO:** es el conjunto de actividades que lleva a cabo internamente una empresa por ejemplo para poder responder y satisfacer las necesidades de un cliente.
- Las siguientes definiciones son tomadas de libro de nefrología Hernando Avendaño 2008:
- **ENFERMEDAD RENAL CRONICA:** Se define como un deterioro irreversible de la función renal (disminución del filtrado glomerular), que en la mayoría de los casos tiende a ser progresivo. En las fases iniciales del

proceso no suelen existir manifestaciones clínicas; sólo cuando la ERC es terminal (generalmente, con aclaramientos de creatinina $< 15\text{-}20$ ml/min) aparecen los síntomas urémicos característicos (Praga Terente, 2003).

- **DIALISIS:** Proceso mediante el cual se extrae las toxinas y el exceso de agua de la sangre, normalmente como terapia renal sustitutiva tras la pérdida de la función renal en personas con fallo renal.
- **DIALISIS PERITONEAL:** La diálisis peritoneal (DP) es un procedimiento que permite depurar líquidos y electrolitos en pacientes que sufren insuficiencia renal. La diálisis peritoneal utiliza una membrana natural –el peritoneo– como filtro.
- **HEMODIALISIS:** Terapia de sustitución renal que tiene como finalidad suplir parcialmente la función de los riñones. Consiste en extraer la sangre del organismo a través de un acceso vascular y llevarla a un dializador o filtro de doble compartimiento.
- **EMPRESA DE HEMODIALISIS:** Expresamente diseñada para el confort del paciente mientras se realiza su terapia, con excelencia en máquinas o riñones artificiales, con planta de tratamiento de agua, insumos para la terapia de diálisis acorde a estándares internacionales.
- **NEFROLOGIA:** Especialidad médica rama de la medicina interna que se ocupa del estudio de la estructura y la función renal, tanto en la salud como en la enfermedad, incluyendo la prevención y tratamiento de las enfermedades renales.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis General

Existen diferencias significativas entre el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud de Arequípa, 2017

3.1.2 Hipótesis Específicas

H1 Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según los elementos tangibles entre el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

H2 Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la fiabilidad entre el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

H3 Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la capacidad de respuesta entre el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

H4 Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis según la empatía entre el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

H5 Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la seguridad entre el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

3.2 VARIABLES E INDICADORS

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INSTRUMENTO
SATISFACCION DEL CLIENTE	ELEMENTOS TANGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones visualmente atractivas. 	Clientes de EsSalud	Encuestas Estructurada	19,20,21,22,23,24,25,26
	FIABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Concluyen el servicio en tiempo prometido. 			1,2,3,4,5
		<ul style="list-style-type: none"> • Sincero interés por resolver problemas. 			6,7,8,9,10
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	<ul style="list-style-type: none"> • El personal ofrece un servicio rápido. 			27,28,29,30
		<ul style="list-style-type: none"> • El personal acude a las necesidades que aquejan al paciente 			31,32,33,34
	EMPATIA	<ul style="list-style-type: none"> • El personal se preocupa por los pacientes. 			35,36,37,38,39,40
		<ul style="list-style-type: none"> • El personal demuestra educación y se expresa con propiedad 			41,42,43,44
	SEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza y conocimiento del personal de la empresa. 			11,12,13,14,15,16,17,18

Variable: Satisfacción del cliente

- ✓ Dimensión: Elementos Tangibles
Indicadores:
Instalaciones visualmente atractivas.
- ✓ Dimensión: Fiabilidad
Indicadores:
Concluyen el servicio en tiempo prometido.
Interés del personal por resolver problemas que le aquejan al cliente.
- ✓ Dimensión: Capacidad de respuesta
El personal ofrece un servicio rápido.
El personal acude a las necesidades que aquejan al paciente
- ✓ Dimensión: Empatía
El personal se preocupa por los pacientes.
El personal demuestra educación y se expresa con propiedad
- ✓ Dimensión: Seguridad
Confianza y conocimiento del personal de la empresa

3.3 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio de investigación es de tipo cuantitativo, retrospectivo de corte transversal, de diseño descriptivo comparativo, porque nos permite comparar dos mediciones de dos empresas que ofrecen servicio de hemodiálisis.

3.4 ÁMBITO Y TEMPORABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El ámbito de investigación es en la ciudad de Arequipa, en la empresa Sermedial SAC y EsSalud. El tiempo que demandó toda la investigación según el cronograma presentado fue de 6 meses. Los resultados de la investigación tendrán vigencia y validez regional, provincial y nacional; ya que contribuirá en busca de mejoras en calidad de servicio, mediante la satisfacción del cliente.

3.5 POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE ANÁLISIS PARA LA EMPRESA SERMEDIAL SAC

3.5.1 Población

Estuvo conformado por 240 clientes que reciben el servicio de hemodiálisis por la empresa Sermedial SAC, en Arequipa, donde se aplicó el presente trabajo de investigación.

3.5.2 Muestra

La selección de la muestra estuvo conformada por 148 clientes que reciben el servicio de hemodiálisis en Sermedial SAC, que se obtiene utilizando el muestreo probabilístico con un nivel de confianza del 95% y un margen de error permisible del 5 % con la técnica de muestreo aleatorio simple.

Para el cálculo de la muestra en una población finita se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N: Tamaño de la población (240)

n: Tamaño de la muestra

Z: Coeficiente de confianza (1.96)

p: Probabilidad de éxito (0.5)

q: Probabilidad de fracaso (0.5)

E: Error o precisión de la muestra (0.05)

P: Probabilidad de éxito

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 240}{0.05^2 * (240 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 148$$

3.5.3 Unidad de Análisis

Son los clientes que reciben el servicio de hemodiálisis en la empresa Sermedial SAC, que forman parte de la muestra y responden al instrumento de investigación

3.6 POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE ANÁLISIS PARA ESSALUD

3.6.1 Población

Estuvo conformada por 150 clientes que reciben el servicio de hemodiálisis en EsSalud de Arequipa, donde se aplicó el presente trabajo de investigación.

3.6.2 Muestra

La selección de la muestra estuvo conformada por 109 clientes que reciben el servicio de hemodiálisis en EsSalud, que se obtiene utilizando el muestreo probabilístico con un nivel de confianza del 95% y un margen de error permisible del 5 % con la técnica de muestreo aleatorio simple.

Para el cálculo de la muestra en una población finita se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N: Tamaño de la población (240)

n: Tamaño de la muestra

Z: Coeficiente de confianza (1.96)

p: Probabilidad de éxito (0.5)

q: Probabilidad de fracaso (0.5)

E: Error o precisión de la muestra (0.05)

P: Probabilidad de éxito

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 150}{0.05^2 * (150 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 109$$

3.6.3 Unidad de análisis:

Son los clientes que reciben el servicio de hemodiálisis en EsSalud, que forman parte de la muestra y responden al instrumento de investigación.

3.7 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE LOS DATOS

El instrumento fue realizado en base al modelo teórico SERVPERF de Cronin y Taylor (1994) que, según Gonzales, Carmona, & Rivas (2007), refieren que la satisfacción del cliente puede ser medida usando las dimensiones de calidad del servicio. El instrumento, se ha utilizado para medir el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de hemodiálisis de las empresas Sermedial SAC y EsSalud, y así poder realizar una comparación y análisis de los resultados.

El formulario cuenta con 44 preguntas en base a una escala de calificación que se presenta a continuación:

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

3.8 PROCESAMIENTO, PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

El proceso de recolección de información se inicia en julio de 2017 y culmina en agosto de 2017

Para desarrollar la presente investigación, se coordinó con las empresas Sermedial SAC y EsSalud, logrando su aceptación, participación y colaboración;

luego, se informó a los clientes acerca del estudio, obteniéndose su consentimiento informado previo a la realización de la entrevista. La aplicación del instrumento se realizó antes de ingresar al servicio de hemodiálisis; esta decisión fue tomada según la hora de llegada y condición al ingreso del paciente al centro de hemodiálisis.

Luego de la obtención de datos se procedió a organizar la información recabada, verificándose y codificándose las respuestas, se efectuó el vaciado, tabulación de datos y organización de los resultados.

Para el procesamiento de datos y para facilitar el uso de la información obtenida se procedió a vaciar los datos en la matriz estadística, para lo cual se utilizó el software SPSS versión 21.0.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Luego de la aprobación del proyecto de investigación, se procedió a elaborar el instrumento para medir la calidad del servicio tomando de referencia modelo SERVPERF de Cronin y Taylor.

Luego de haber obtenido la aprobación del asesor, se procedió a la validez externa por juicio de expertos, luego se procedió a ejecutar la prueba piloto, una vez evaluada y levantada las observaciones, se procedió a realizar la confiabilidad de instrumento, una vez obtenida la confiabilidad del instrumento, se procedió a ejecutar la aplicación del mismo, previo a ello se realizó las coordinaciones con los directores de ambas empresas para solicitar el permiso para su aplicación.

El trabajo de campo se realiza en los meses de julio y agosto del 2017.

El procedimiento de encuesta se llevó a cabo durante los tres turnos diarios de lunes a sábado (en nuestro caso) en los servicios de hemodiálisis de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Los instrumentos fueron aplicados por el autor de la tesis y 03 asistentes, quienes previamente explicaron los motivos para la realización de la encuesta. EL instrumento consta de 44 preguntas para responder con criterios de opción múltiple.

DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se da a conocer los resultados obtenidos en la investigación conforme a los objetivos e hipótesis planteados, los cuales son presentados en tablas

y figuras, con el fin de facilitar su análisis e interpretación; y han sido ordenados de la siguiente manera:

4.2 RESULTADOS

4.3 PRUEBA ESTADÍSTICA

Tabla 2.

Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según los elementos tangibles de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Dimensión / ítems	Satisfecho				Insatisfecho			
	EsSalud		Sermedial		EsSalud		Sermedial	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Tangible	69	63,30	101	68,24	40	36,70	47	31,76
El trabajador usa servicios informáticos	75	68,81	117	79,05	34	31,19	31	20,95
Cuenta con los servicios informáticos	90	82,57	123	83,11	19	17,43	25	16,89
Las instalaciones son atractivas para el usuario	79	72,48	119	80,41	30	27,52	29	19,59
Las instalaciones son modernas	90	82,57	115	77,70	19	17,43	33	22,30
Los trabajadores presentan pulcritud	93	85,32	109	73,65	16	14,68	39	26,35
Los trabajadores usan uniforme	98	89,91	122	82,43	11	10,09	26	17,57
Le proporcionaron materiales informativos	80	73,39	98	66,22	29	26,61	50	33,78
Los materiales atrajeron su atención	80	73,39	117	79,05	29	26,61	31	20,95
El trabajador se encuentra preparado para atenderlo	57	52,29	111	75,00	52	47,71	37	25,00
El trabajador ha cometido errores en la atención realizada	35	32,11	116	78,38	74	67,89	32	21,62

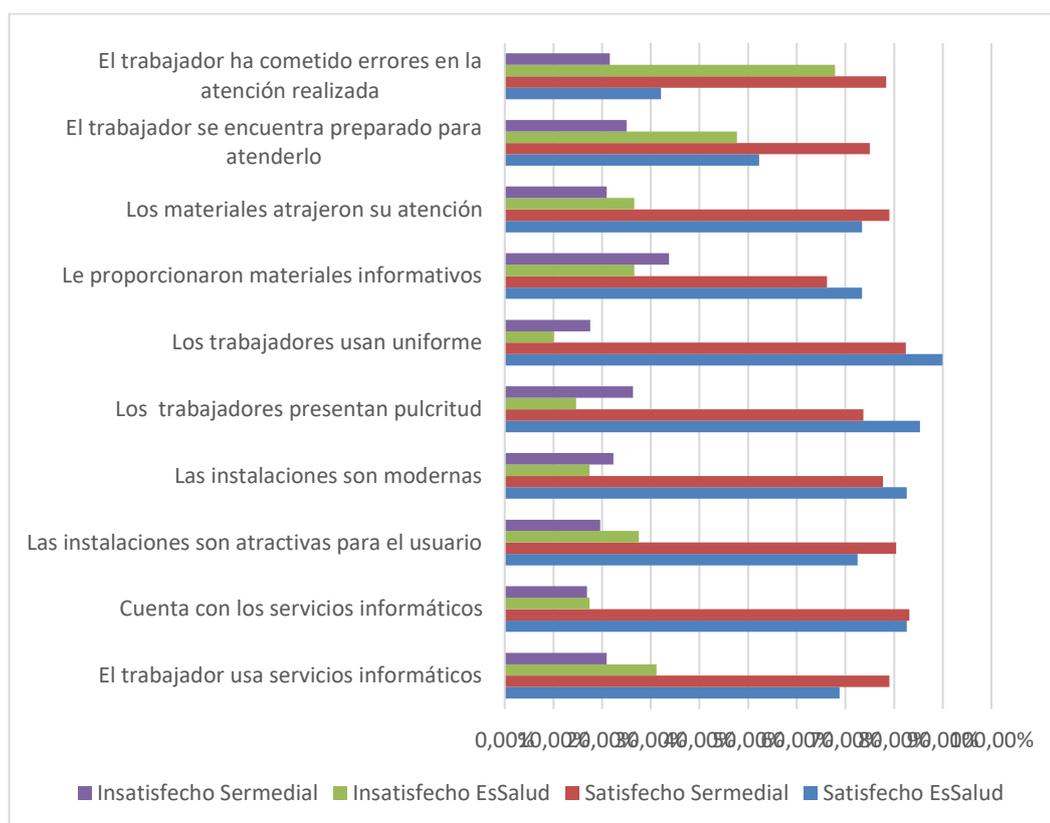


Figura 5. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según los elementos tangibles de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Interpretación:

En la tabla 2 y figura 5, se observa el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según los elementos *Tangibles* del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud; del total de la población de los clientes de EsSalud del 100% (109), el 63,30 % (69) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 36,70 % (40) de los clientes se encuentran insatisfechos. Así mismo observamos del total de la población de los clientes de la empresa Sermedial SAC del 100 % (148), el 68,24% (101) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 31,76 % (47) se encuentran insatisfechos. Lo que se concluye que los clientes de la empresa Sermedial SAC con respecto a EsSalud, se encuentran más satisfechos de la atención que reciben según los elementos tangibles.

Tabla 3.

Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la fiabilidad de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Dimensión / ítems	Satisfecho				Insatisfecho			
	EsSalud	Sermedial	EsSalud	Sermedial	EsSalud	Sermedial	EsSalud	Sermedial
Fiabilidad	59	54,13	88	59,46	50	45,87	60	40,54
Prometieron absolver sus consultas	48	44,04	108	72,97	61	55,96	40	27,03
El trabajador cumplió con lo ofrecido en la atención	44	40,37	108	72,97	65	59,63	40	27,03
El trabajador lo atendió con debido interés	50	45,87	104	70,27	59	54,13	44	29,73
El trabajador pudo resolver su consulta	51	46,79	103	69,59	58	53,21	45	30,41
El trabajador está preparado para brindarle buen servicio	47	43,12	104	70,27	62	56,88	44	29,73
Le brindaron un buen servicio desde que llego	38	34,86	109	73,65	71	65,14	39	26,35
El tiempo en que duro la atención del servicio cree que fue la adecuada	47	43,12	113	76,35	62	56,88	35	23,65
La absolución de su consulta fue en el tiempo prometido	39	35,78	105	70,95	70	64,22	43	29,05

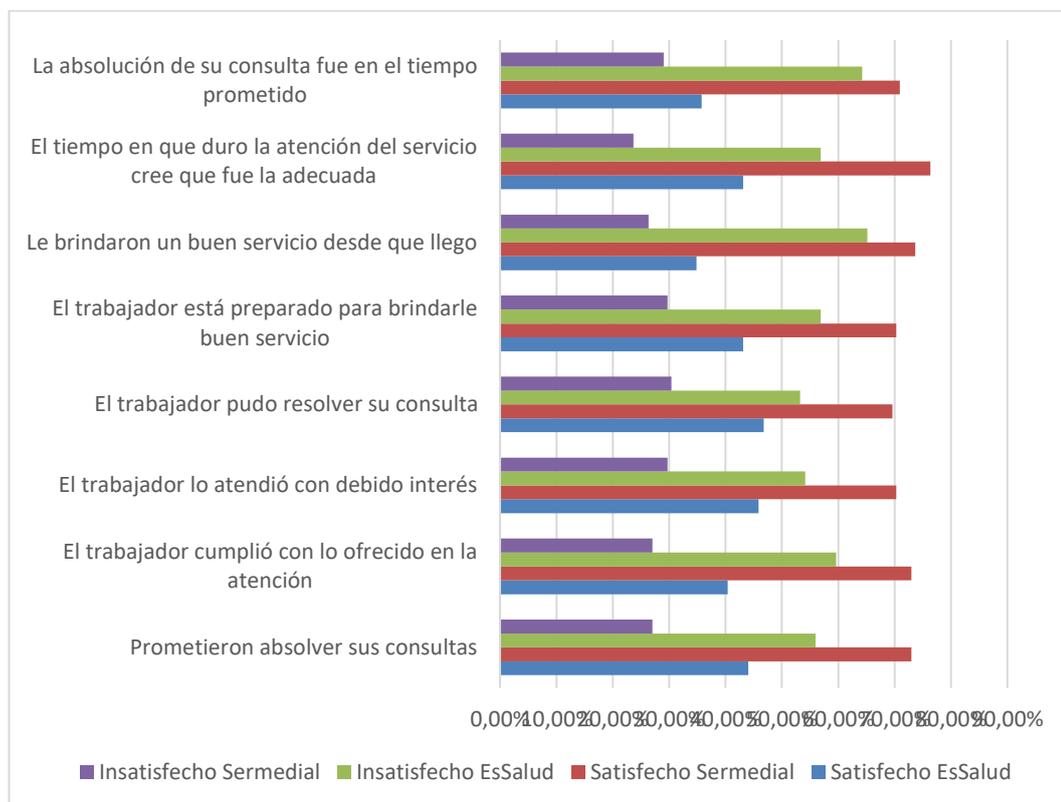


Figura 6. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la fiabilidad de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Interpretación:

En la tabla 3 y figura 6, se observa el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la *fiabilidad* del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud; del total de la población de los clientes de EsSalud del 100% (109), el 54,13% (59) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 45,87% (50) de los clientes se encuentran insatisfechos. Así mismo observamos del total de la población de los clientes de la empresa Sermedial SAC del 100 % (148), el 59,46% (88) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 40,54% (60) se encuentran insatisfechos. Lo que se concluye que los clientes de la empresa Sermedial SAC con respecto a EsSalud, se encuentran más satisfechos de la atención que reciben en esta dimensión según la fiabilidad.

Tabla 4.

Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Capacidad de respuesta de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC

Dimensión / ítems	Satisfecho				Insatisfecho			
	EsSalud		Sermedial		EsSalud		Sermedial	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Capacidad de Respuesta	28	25,69	97	65,54	81	74,31	51	34,46
El trabajador le dio respuestas precisas respecto a las demoras de su consulta	45	41,3	112	75,68	64	58,7	36	24,32
Le hicieron conocer los plazos en el proceso de su consulta	29	26,61	102	68,92	80	73,39	46	31,08
El trabajador lo atendió con rapidez	8	7,34	103	69,59	101	92,66	45	30,41
Los trabajadores muestran habilidad en su trabajo	16	14,68	110	74,32	93	85,32	38	25,68
Los trabajadores de muestran predisposición por atender	2	1,83	112	75,68	107	98,17	36	24,32
Todos los trabajadores se muestran amables	7	6,42	108	72,97	102	93,58	40	27,03
Los trabajadores toman su tiempo para atender	64	58,72	109	73,65	45	41,28	39	26,35
Los trabajadores siempre están disponibles	2	1,83	102	68,92	107	98,17	46	31,08

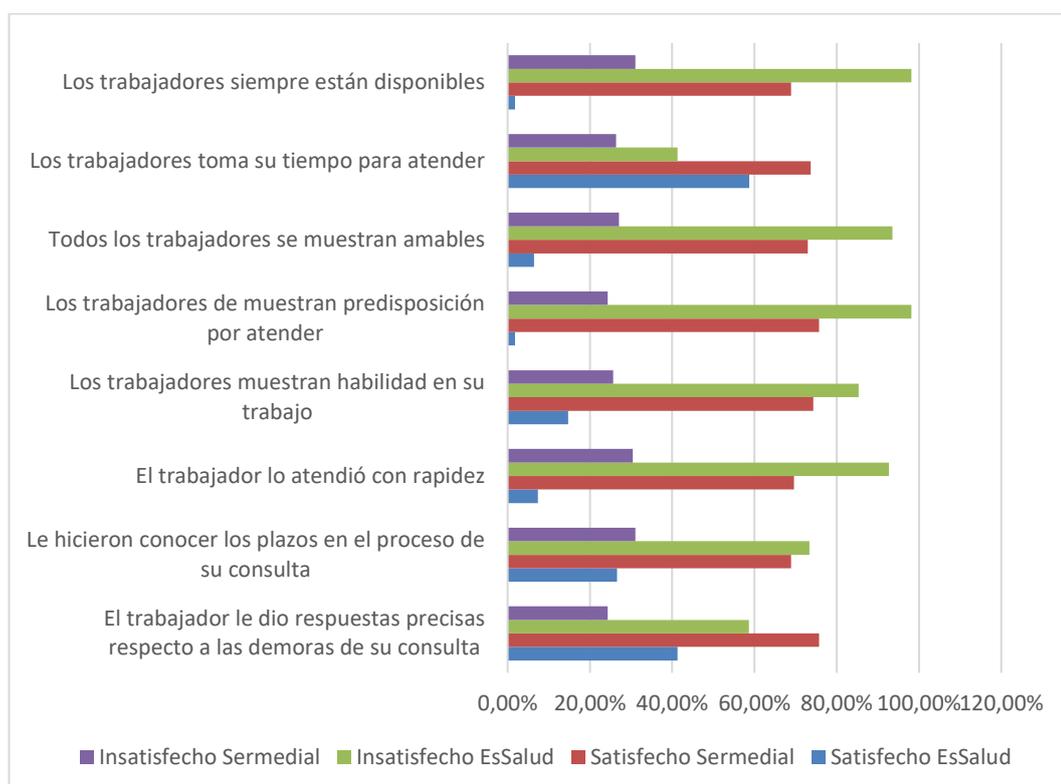


Figura 7. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Capacidad de respuesta de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Interpretación:

En la tabla 4 y figura 7, se observa el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la *Capacidad de respuesta* del servicio tercerizado la empresa Sermedial SAC y EsSalud; del total de la población de los clientes de EsSalud del 100% (109), el 25,69 % (28) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 74,31 % (81) de los clientes se encuentran insatisfechos. Así mismo observamos del total de la población de los clientes de la empresa Sermedial SAC del 100 % (148), el 65,54% (97) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 34,46% (51) se encuentran insatisfechos. Lo que se concluye que los clientes de la empresa Sermedial SAC con respecto a EsSalud, se encuentran más satisfechos de la atención, según la Capacidad de respuesta.

Tabla 5.

Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Empatía de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Dimensión / ítems	Satisfecho				Insatisfecho			
	EsSalud		Sermedial		EsSalud		Sermedial	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Empatía	60	55,05	86	58,11	49	44,95	62	41,89
El trabajador lo atendió de manera individual	55	50,46	121	81,76	54	49,54	27	18,24
El trabajador prefirió atender las llamadas telefónicas antes que a usted	66	60,55	122	82,43	43	39,45	26	17,57
El horario de atención es el adecuado para usted	66	60,55	114	77,03	43	39,45	34	22,97
El trabajador debería atender en horario corrido incluyendo el refrigerio	62	56,88	121	81,76	47	43,12	27	18,24
La atención del trabajador fue personalizada	41	37,61	113	76,35	68	62,39	35	23,65
Entendió las explicaciones del trabajador	36	33,03	120	81,08	73	66,97	28	18,92
Los trabajadores se preocupan por el usuario	12	11,01	115	77,70	97	88,99	33	22,30
Existe de parte de los trabajadores interés por su consulta	26	23,85	114	77,03	83	76,15	34	22,97
El trabajador se compromete con su problema	13	11,93	120	81,08	96	88,07	28	18,92
El trabajador comprendió su problema	11	10,09	111	75,00	98	89,91	37	25,00

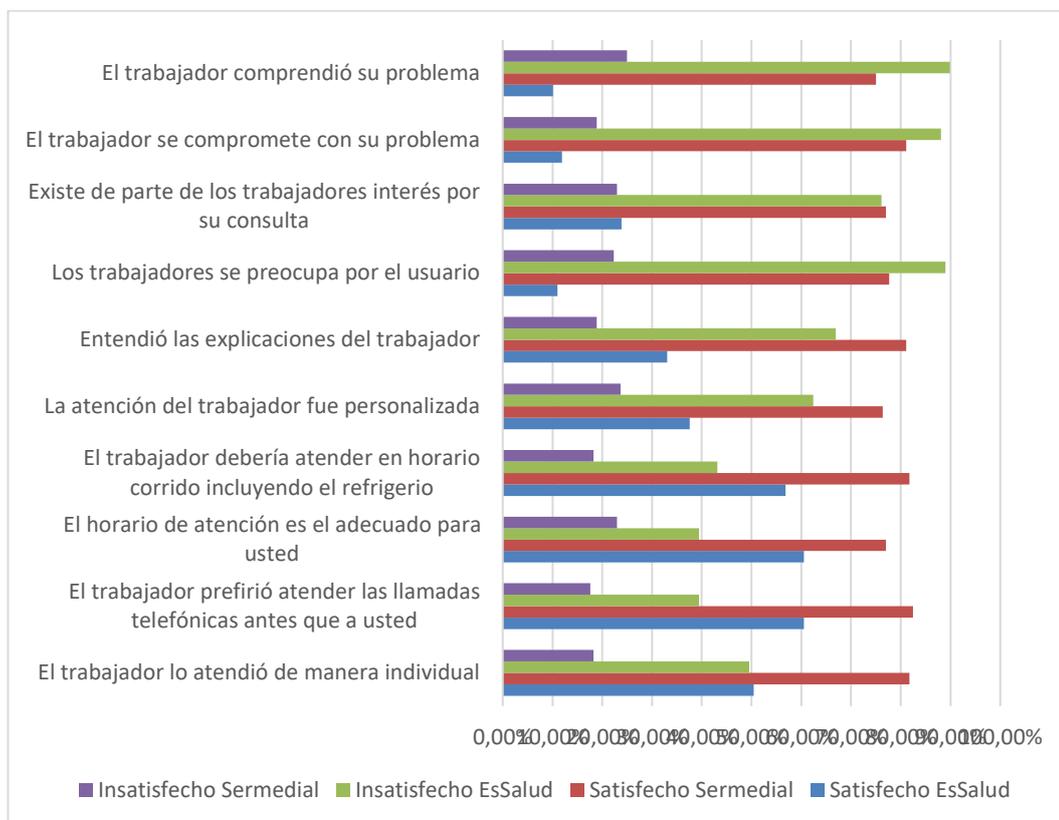


Figura 8. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Empatía de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Interpretación:

En la tabla 5 y figura 8, se observa el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la *Empatía* del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud; del total de la población de los clientes de EsSalud del 100% (109), el 55,05 % (60) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 44,95 % (49) de los clientes se encuentran insatisfechos. Así mismo observamos del total de la población de los clientes de la empresa Sermedial SAC del 100 % (148), el 58,11% (86) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 41,89% (62) se encuentran insatisfechos. Lo que se concluye que los clientes de la empresa Sermedial SAC con respecto a EsSalud, se encuentran más satisfechos de la atención, según la empatía.

Tabla 6.

Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Seguridad de EsSalud y del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC.

Dimensión / ítems	Satisfecho				Insatisfecho			
	EsSalud		Sermedial		EsSalud		Sermedial	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Seguridad	72	66,06	127	85,81	37	33,94	21	14,19
El comportamiento del trabajador fue confiable	67	61,47	113	76,35	42	38,53	35	23,65
Le presto el interés debido a su consulta	79	72,48	111	75,00	30	27,52	37	25,00
Las respuestas recibidas del trabajador fueron confiables	62	56,88	104	70,27	47	43,12	44	29,73
Las respuestas recibidas del trabajador le dieron seguridad	70	64,22	107	72,30	39	35,78	41	27,70
El trabajador fue amable con usted	90	82,57	113	76,35	19	17,43	35	23,65
El trabajador fue respetuoso con usted	70	64,22	103	69,59	39	35,78	45	30,41
El trabajador ha sido capacitado para el puesto	70	64,22	105	70,95	39	35,78	43	29,05
El trabajador posee conocimientos para ese puesto	54	49,54	121	81,76	55	50,46	27	18,24

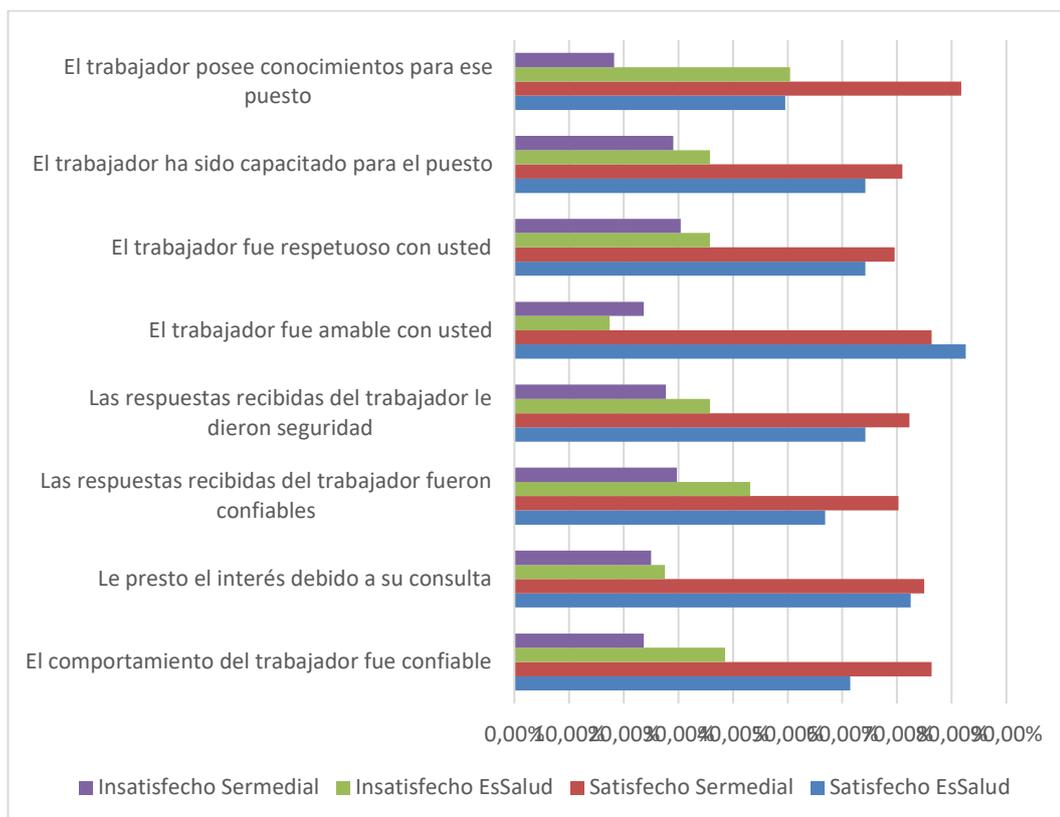


Figura 9. Nivel de Satisfacción del cliente en hemodiálisis según la Seguridad de EsSalud y del servicio tercerizado de Sermedial

Interpretación:

En la tabla 6 y figura 9, se observa el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la *Seguridad* del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud; del total de la población de los clientes de EsSalud del 100% (109), el 66,06 % (72) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 33,94% (37) de los clientes se encuentran insatisfechos. Así mismo observamos del total de la población de los clientes de la empresa Sermedial SAC del 100 % (148), el 85,81% (127) se encuentran satisfechos en esta dimensión y el 14,19% (21) se encuentran insatisfechos. Lo que se concluye que los clientes de la empresa Sermedial SAC con respecto a EsSalud, se encuentran más satisfechos, según la Seguridad.

4.4 DISCUSIÓN Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

4.4.1 Hipótesis General

H1: Existen diferencias significativas, tanto como, el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

H0: No existen diferencias significativas, tanto como, el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Tabla 7.

Corroboración de T- STUDENT en el nivel de satisfacción

		Prueba de muestras independientes								
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilatera)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Satisfacción	Se asumen varianzas iguales	38,537	,000	6,737	216	,000	-25,312	3,757	32,717	-17,907
	No se asumen varianzas iguales			6,737	153,021	,000	-25,312	3,757	32,734	-17,889

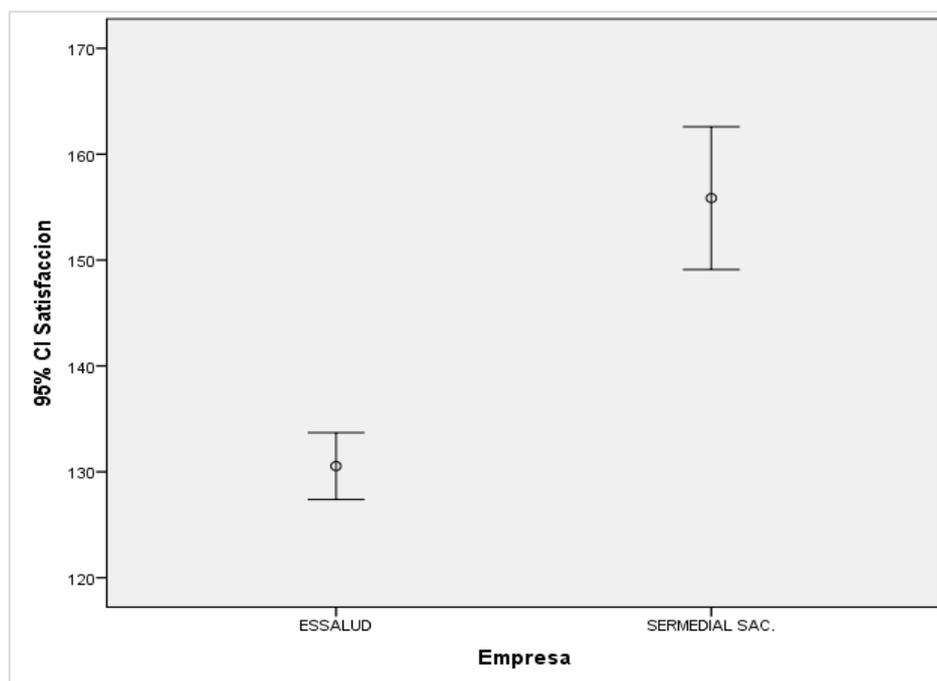


Figura 10. Corroboración de T - STUDENT en el nivel de satisfacción

Interpretación:

En la tabla 7 y figura 10. La prueba estadística *t-student* para muestras independientes, nos arroja un valor de significancia menor del 0,05; por tanto, concluimos que podemos aceptar que estadísticamente existe una diferencia significativa entre la valoración promedio del nivel de satisfacción respecto del servicio que brinda la empresa Sermedial SAC y EsSalud. Así, los usuarios expresan un mejor nivel de satisfacción del servicio para la empresa Sermedial SAC, lo cual podemos corroborarlo en el gráfico de comparación de las medias.

Por otro lado, como se apreciará en las posteriores pruebas de medias respecto a las dimensiones de las variables, en todos los componentes o dimensiones de la variable satisfacción, se ha concluido que existe una diferencia significativa estadísticamente aceptada entre el promedio de cada valoración para ambas entidades Sermedial SAC y EsSalud; en donde Sermedial SAC supera los niveles promedio favorables a los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, que tiene respecto a la entidad denominada EsSalud.

4.4.2 Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 1

H1: Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según los elementos tangibles, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Ho: No existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según los elementos tangible, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Tabla 8.

Corroboración del T- STUDENT de la H.P. 1

		Prueba de muestras independientes									
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas			prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		
								Inferior	Superior		
Elementos Tangibles	Se asumen varianzas iguales	50,360	,000	-5,656	216	,000	-4,835	,855	-6,520	-3,150	
	No se asumen varianzas iguales			-5,656	145,142	,000	-4,835	,855	-6,524	-3,145	

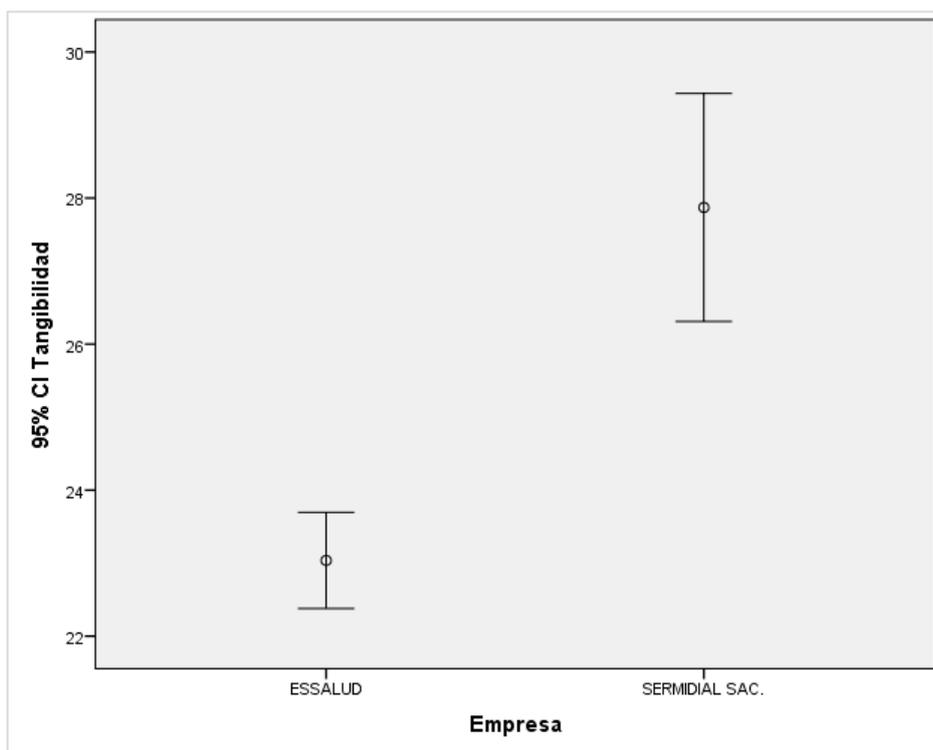


Figura 11. Corroboración de hipótesis de T- STUDENT de la H.E. 1

Interpretación:

En la tabla 8 y figura 11. La prueba estadística *t-student* para muestras independientes, nos arroja un valor de significancia menor del 0,05; por tanto, concluimos que podemos aceptar que estadísticamente existe una diferencia significativa entre la valoración promedio del nivel de elementos tangibles respecto del servicio que brinda la empresa Sermedial SAC y EsSalud. Así, los clientes expresan un mejor nivel de elementos tangibles al servicio brindado por la empresa Sermedial SAC, lo cual podemos corroborarlo en el gráfico de comparación de las medias.

Hipótesis específica 2

H₁: Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la fiabilidad, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

H₀: No existen diferencias en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la fiabilidad, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Tabla 9.

Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 2

		Prueba de muestras independientes									
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias							
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		
									Inferior	Superior	
Fiabilidad	Se asumen varianzas iguales	51,074	,000	-3,600	216	,000	-3,789	1,053	-5,864	-1,714	
	No se asumen varianzas iguales			-3,600	148,288	,000	-3,789	1,053	-5,869	-1,709	

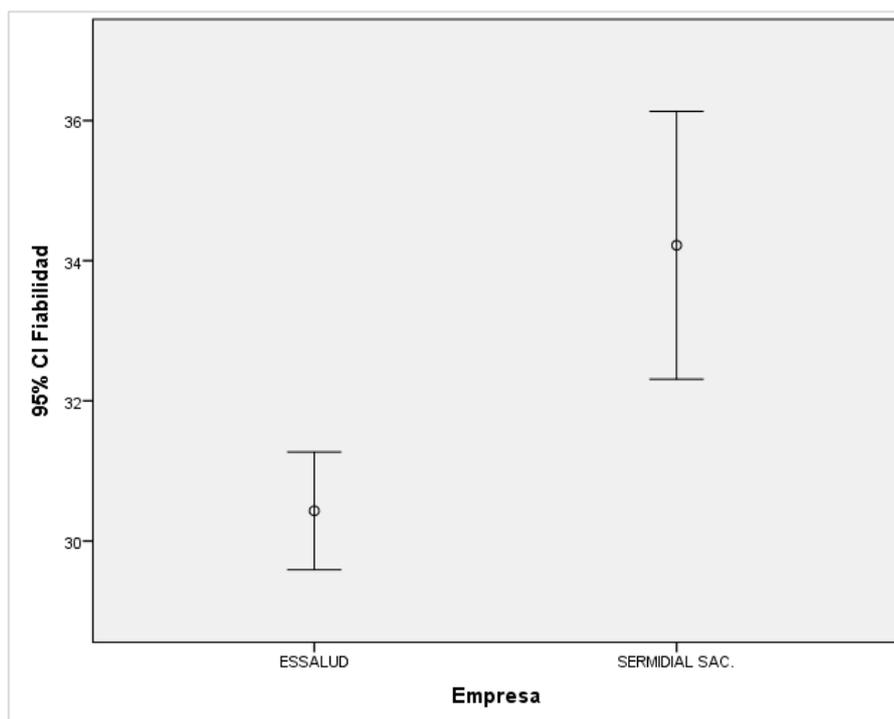


Figura 12. Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 2

Interpretación:

En la tabla 9 y figura 12. La prueba estadística *t-student* para muestras independientes, nos arroja un valor de significancia menor del 0,05; por tanto, concluimos que podemos aceptar que estadísticamente existe una diferencia significativa entre la valoración promedio del nivel de fiabilidad respecto del servicio que brinda la empresa Sermedial SAC y EsSalud. Así, los clientes expresan un mejor nivel de fiabilidad al servicio brindado por la empresa Sermedial SAC, lo cual podemos corroborarlo en el gráfico de comparación de las medias.

Hipótesis específica 3

H1: Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la capacidad de respuesta, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Ho: No existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la capacidad de respuesta, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Tabla 10.

Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 3

Prueba de muestras independientes											
			Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
			F	Sig.	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior	
Capacidad de Respuesta	de	Se asumen varianzas iguales	41,297	,000	-7,797	216	,000	-6,807	,873	-8,528	-5,086
		No se asumen varianzas iguales			-7,797	167,882	,000	-6,807	,873	-8,531	-5,084

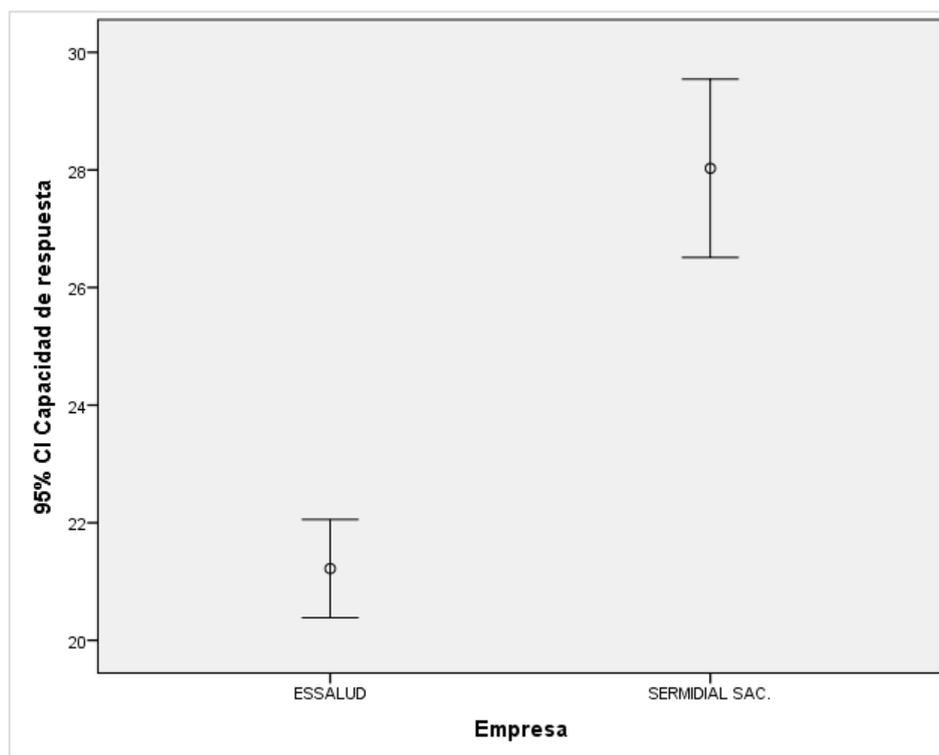


Figura 13. Corroboración del T - STUDENT de la H.E. 3

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 13. La prueba estadística *t-student* para muestras independientes, nos arroja un valor de significancia menor del 0,05; por tanto, concluimos que podemos aceptar que estadísticamente existe una diferencia significativa entre la valoración promedio del nivel de la capacidad de respuesta que se tiene respecto del servicio que brinda la empresa Sermedial SAC y EsSalud. Así, los clientes expresan un mejor nivel de capacidad de respuesta al servicio brindado por la empresa Sermedial SAC, lo cual podemos corroborarlo en el gráfico de comparación de las medias.

Hipótesis específica 4:

H1: Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la empatía, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Ho: No existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la empatía, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Tabla 11.

Corroboración del T- STUDENT de la H.E. 4

		Prueba de muestras independientes								
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas			prueba t para la igualdad de medias					
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
								Inferior		Superior
Empatía	Se asumen varianzas iguales	27,614	,000	-5,732	216	,000	-5,679	,991	-7,632	-3,726
	No se asumen varianzas iguales			-5,732	188,898	,000	-5,679	,991	-7,633	-3,724

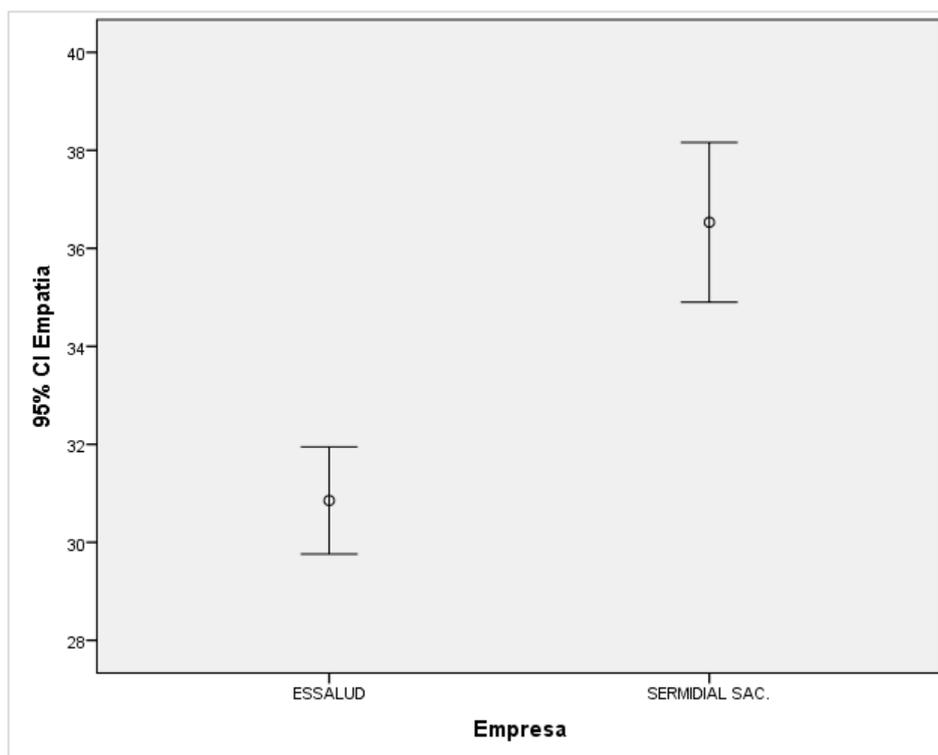


Figura 14. Corroboración del T- STUDENT de la H.E. 4

Interpretación:

En la tabla 11 y figura 14. La prueba estadística *t-student* para muestras independientes, nos arroja un valor de significancia menor del 0,05; por tanto, concluimos que podemos aceptar que estadísticamente existe una diferencia significativa entre la valoración promedio del nivel de empatía respecto del servicio que brinda la empresa Sermedial SAC y EsSalud. Así, los clientes expresan un mejor nivel de empatía al servicio brindado por la empresa Sermedial SAC, lo cual podemos corroborarlo en el gráfico de comparación de las medias.

Hipótesis específica 5:

H₁: Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la seguridad, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

H₀: No existe diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la seguridad, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.

Tabla 12.

Corroboración del T- STUDENT de la H.P. 5

Prueba de muestras independientes											
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas			prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		
										Inferior	Superior
Seguridad	Se asumen varianzas iguales	9,863	,002	-4,702	216	,000	-4,202	,894	-5,963	-2,441	
	No se asumen varianzas iguales			-4,702	196,181	,000	-4,202	,894	-5,964	-2,440	

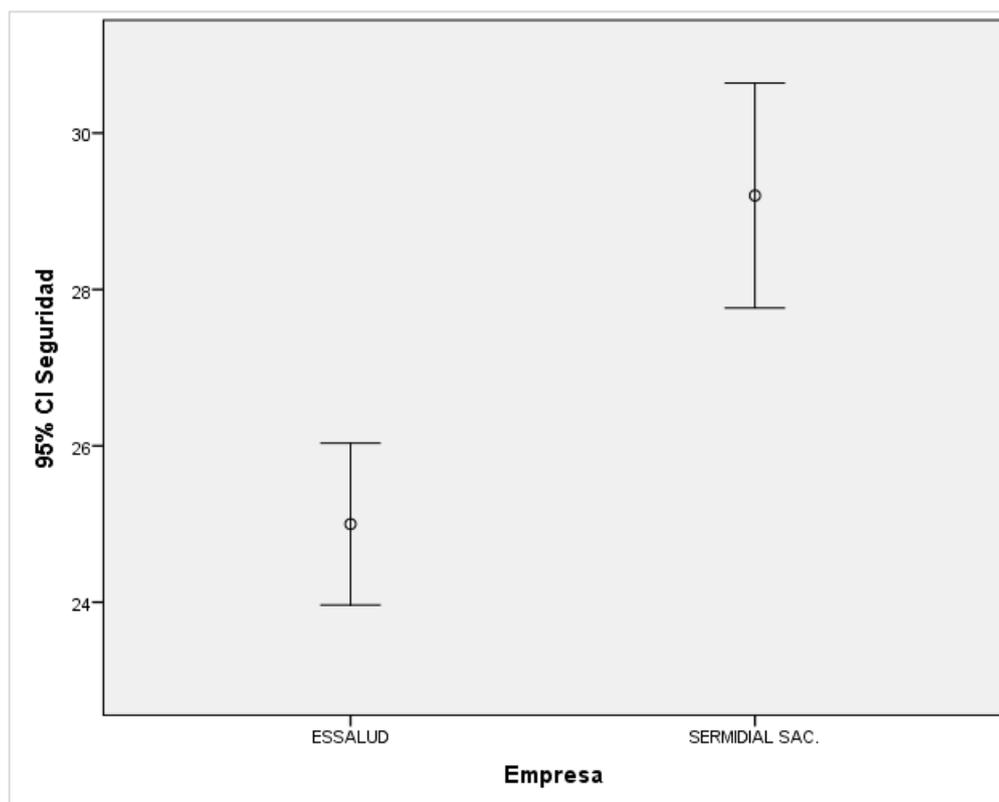


Figura 15. Corroboración del T- STUDENT de la H.P. 5

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 15. La prueba estadística *t-student* para muestras independientes, nos arroja un valor de significancia menor del 0,05; por tanto, concluimos que podemos aceptar que estadísticamente existe una diferencia significativa entre la valoración promedio del nivel de seguridad respecto del servicio que brinda la empresa Sermedial SAC y EsSalud. Así, los clientes expresan un mejor nivel de seguridad al servicio brindado por la empresa Sermedial SAC, lo cual podemos corroborarlo en el gráfico de comparación de las medias.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. El nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según los elementos tangibles, en la empresa Sermedial SAC casi la mayoría de sus clientes expresan sentirse satisfechos, con respecto a los clientes de EsSalud.
2. El nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la fiabilidad, tanto como, en la empresa Sermedial SAC y EsSalud un poco más de la mitad de los clientes expresan sentirse satisfechos.
3. El nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la capacidad de respuesta, en la empresa Sermedial SAC un poco más de la mitad de sus clientes expresan sentirse satisfechos, y en comparación con EsSalud un poco menos de la mitad de sus clientes se encuentran satisfechos.
4. El nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la empatía, en la empresa Sermedial SAC un poco más de la mitad de sus clientes expresan sentirse satisfechos, con respecto a EsSalud.
5. El nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis; según la seguridad, en la empresa Sermedial SAC la mayoría expresan sentirse satisfecho, en comparación con EsSalud donde más de la mitad expresan sentirse satisfechos.

6. Existe diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, tanto como, en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud con un valor $p < 0,05$.
7. Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según las dimensiones: elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía y la seguridad, en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud, con un valor $p < 0,05$. Siendo los mejores resultados para la empresa Sermedial SAC.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Según los elementos tangibles: en EsSalud, para incrementar el nivel de satisfacción del cliente, considerando los ítems que más puntajes tuvieron en el nivel de insatisfacción, se sugiere la capacitación y mayor uso de los servicios informáticos; y mejorar la comodidad de los clientes, como de los familiares. Por otro lado, a la empresa Sermedial SAC se sugiere principalmente proporcionar materiales educativos a sus clientes.
2. Según la fiabilidad: en EsSalud, considerando los ítems que más puntajes tuvieron en el nivel de insatisfacción, Se sugiere que los empleados mejoren el servicio desde que llegan los clientes, absuelvan sus consultas en el tiempo prometido y el cumplan con lo prometido. A la empresa Sermedial SAC se sugiere mejorar en resolver de manera más oportuna las consultas de los clientes.
3. Según la capacidad de respuesta: en EsSalud, considerando los ítems que más puntajes tuvieron en el nivel de insatisfacción, se sugiere a los trabajadores principalmente que muestren disposición para atender a sus clientes y que siempre estén disponibles. Para la empresa Sermedial SAC, se sugiere a los empleados darles a conocer a sus clientes los plazos en el proceso de su consulta y que siempre estén disponibles.

4. Según la empatía: en EsSalud, considerando los ítems que más puntajes tuvieron en el nivel de insatisfacción, se sugiere a los empleados principalmente se preocupen por el cliente y que se comprometa con el problema que traen los clientes. Para la empresa Sermedial SAC, se sugiere que los empleados den una atención más personalizada y comprendan los problemas del cliente.
5. Según la seguridad: en EsSalud, considerando los ítems que más puntajes tuvieron en el nivel de insatisfacción, se sugiere más capacitaciones en cuanto a las distintas enfermedades que coexisten con enfermedad de fondo. Para la empresa Sermedial SAC, se sugiere que los empleados sean más respetuosos y más capacitaciones de enfermedades que coexisten con los clientes.
6. Se recomienda capacitar de manera permanente al personal asistencial y administrativo de EsSalud, sobre servicio de calidad, para incrementar la satisfacción del cliente
7. Se recomienda medir la satisfacción del cliente en sus cinco dimensiones, de acuerdo al modelo SERVPERF de Cronin yTaylor.
8. Se recomienda a EsSalud continuar con la tercerización con empresas que tengan buenas prácticas en servicios de calidad, para un alto nivel de satisfacción del cliente.
9. Se sugiere a la empresa Sermedial SAC, hacer el reconocimiento a sus empleados más involucrados en la satisfacción del cliente con: cartas de felicitación, certificado como empleado del mes, y hasta la posibilidad de bonos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta , L. (2010). *Medicion de la satisfacion del servicio al cliente y propuestas de mejora en cafesalud medicina prepagada ubicada en la 14 con calle 94 en la ciudad de Bogota*. Bogota.
- Alferez, H. (1982). *La Satisfaccion y sus cambios* . Inglaterra: Egera.
- Alter, W. y. (1991-1997). *Subcontratacion en el mercado*. Estados Unidos: QWE.
- Alvarez C, G. M. (2012). *Satisfaccion de los Clientes y Usuarios con el Servicio Ofrecido en Redes de Supermercados Gubernamentales*. Caracas: Universidad Catolica Andres Bello.
- Alvaro Herrera, A., & Beltrán Gallego, S. (2008). Efectos de la satisfacción emocional y evaluativa de los espectadores deportivos sobre sus intenciones de asistir y recomendar. *Innovar*, 253-268.
- Bareño, J. (2017). *Tercerización en la Salud: ¿Tendencia o Necesidad?* Obtenido de http://bdigital.ces.edu.co:8080/repositorio/bitstream/10946/3845/1/Tercerizacion_Salud.pdf
- Basurdo, I. (2018). *“Influencia de la gestión empresarial en el éxito del servicio de tercerización para el control de calidad y cantidad de los combustibles líquidos en el Perú”*. Lima: Universidad Mayor de San Marco.
- Bernal, C. (2015). *Tercerizacion en salud: ¿Tendencia o necesidad?* Lima - Perú: Facultad de Medicina.

- Bernal, C. (2015). *Tercerizacion en salud: ¿Tendencia o necesidad?*
- Bertamoni, A. (2013). *Tercerizacion y Costos de Transaccion: "los costos de transaccion en el analisis de tercerizacion de procesos relacionados con la operacion de infraestructura de un proveedor de servicios de internet.* Argentina: Universidad de San Andres.
- Bill, B. (2004). *Subcontrataciones.* Mexico: FEL.
- Blas, R. (2012). *Decisiones de integracion.* Mexico: FGT.
- Botero, N., & Fernandez, D. O. (2014). *Factores determinantes en la Satisfacción de los usuarios.* Medellin: Grupo de Investigación Observatorio de la Salud Pública.
- Boza., R. (2016). *Percepción de la calidad que tienen los usuarios sobre la atención que brinda la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Nacional de Niños Dr. Carlos Sáenz Herrera, durante febrero y marzo del año 2016.* San José Costa Rica: Escuela de Ciencias Exactas y Naturales.
- Brooks, F. (1995). *Teoria de la Equidad.* Estados Unidos: Durham.
- Cama, M. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Juzgado de Paz Letrado de Puente Piedra – 2016.* Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Campos, C. (2017). *Tercerización del Servicio de Hemodiálisis en ESSALUD y la rentabilidad del Centro de Diálisis CAVA SAC ubicado en Ate.* Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Carreño, A., & Lavín, F. (2003). *Proposicion nde un modelo de outsourcing para la funcion de recursos humanos.*
- Castellanos, P., & Farías, J. (2011). *Estructuración de un modelo de servicio para el sector de servicios tercerizados a distancia BPO&O.* Bogotá: Bogotá, D.C., Universidad EAN, 2011.

- Castro , B. (2007). *La Calidad del servicio tercerizado en la banda ancha de Telefónica del Perú SAA*. Tesis de Maestría, Lima. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/2707>
- Castro Cortes, A. (2010). *Compilación Bibliográfica-Business Process Outsourcing (BPO)*. *Universidad de Caldas*, 9.
- Cronin Jr, J., Brady, M., & Hult, G. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 193.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPEF vs. SERVQUAL: reconciling performance based and Perceptions- Minus- Expectations Measurement Of Service Quality. *Measurement Of Service Quality*, 125-131.
- Deming, W. E. (1990). A qualidade e o consumidor. En W. E. Deming, *En Qualidade: A revolucao da Administracao* (págs. 124-135). Río de Janeiro: Editora Marquez Saraiva S.A.
- Diario, P. (22 de 10 de 2016). Exigen fiscalizar tercerizaciones en los hospitales del país. (USI). *Exigen fiscalizar tercerizaciones en los hospitales del país*.
- Feigenbaum, A. (1992). *control total de la calidad*. Mexico: editorial continental.
- Fill, C. (1999). *Outsourcing*. Estados Unidos : Aguilar.
- Franco, R. (2001). *Customer Satisfaction ¿Porqué Satisfacción del cliente?* Buenos Aires: Editorial Paidos.
- Ganga Contreras, F., & Toro Reinoso, I. (2008). Externalización de funciones: Algunas reflexiones teóricas. *Estudios Gerenciales*, 112-113.
- Gansevoort RT, M. K. (2011). *Chronic Kidney Disease Prognosis Consortium. Lower estimated GFR and higher albuminuria are associated with adverse*

kidney outcomes. A collaborative meta-analysis of general and high-risk population cohorts. Kidney .

García, J., & Díaz, R. (2008). Comparativa entre distintos sistemas de medición de calidad de servicio. *EsicMarket*, 1(30), 57-97.

Gay, C., & Essinger, J. (2000). *Inside Outsourcing. An Insider's Managing Strategic Sourcing.*

GBD. (3 de JUNIO de 2014). *Global Burden of Disease (GBD)*. . Obtenido de http://www.who.int/healthinfo/global_burden_disease/gbd/en/

Gianella, C. (19 de octubre de 2015). Essalud y los contratos de hemodialisis.

Gonzales Bolea, L., Carmona Calvo , M., & Rivas Zapata , M. (2007). Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes. *Instituto Andaluz de Tecnología*, 13.

Gorbaneff, S. T. (2005). *Prioridades en la definicion de limites,entre aseguradores y prestadores de servicios de salud*. Colombia: Gerencia y politicas de Salud.

Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Guzmán Veintimilla, C. E. (2016). *La calidad del servicio del personal Tercerizado y Satisfacción del cliente en la empresa EDELNOR, LIMA, 2016*. Lima: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.

Guzman, J. H. (2014). *La Tercerizacion Como Beneficio a la Salud*. España: Roble.

Harris, J. (2001). *Buscar la satisfacción del cliente es buen negocio*. Buenos Aires: Editorial Kier.

Helen, T. (2004). *Elementos de la Organizacion del intercambio*. Mexico: CER.

- Hernandez, A. H. (2014). *Tercerización del Recurso Humano y Contrato Realidad en el Sector Salud en Colombia*. Colombia: Universidad Libre Seccional Pereira.
- Hu, H., Kandampully, J., & Juwaheer, T. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image. *Service Industries Journal*, 111-125.
- INEI. (2012). *Enfermedades Renales Crónicas*. Perú: EsSalud.
- Institute, O. (1998). *Survey of Current and Potential Outsourcing End-Users*.
- Jara, P. W. (2017). EL OUTSOURCING Y LA VENTAJA COMPETITIVA EMPRESARIAL. 44-50.
- Johnson, A. y. (1995). *Teoría del Desempeño*. Estados Unidos: RTG.
- Kotler, P. (2001). *DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA, Análisis, Planeación, Implementación y Control, 8a. Ed.* Lima: ESAN.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales del marketing de la A a la Z*. Madrid : Pearson Educación.
- La República. (31 de Octubre de 2016). Diálisis es el servicio más tercerizado en EsSalud. *Diario La República*, pág. 5.
- Lara Navarra, P., & Martínez Usero, J. A. (2000). La Gestión del Conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información. *FESABID*, 50.
- Lara, P., & Martínez, J. A. (2002). Outsourcing en las unidades de información de las organizaciones. *El profesional de la información*, 166.
- Marticorena, A. (2007). *Cómo es una diálisis en los Estados Unidos*. Estados Unidos: Diario de Diálisis.

- Martinez, M. (2008). *El outsourcing y la planeación fiscal en México*. México: Universidad de Guanajuato.
- Matsushita K, v. d. (2010). *Chronic Kidney Disease Prognosis Consortium. Association of estimated glomerular filtration rate and albuminuria with all-cause and cardiovascular mortality in general population cohorts*. Lancet.
- Mena Córdoba, A., & Perez Sanchez, O. (2018). Análisis del impacto del proceso de tercerización en la percepción de calidad del servicio público domiciliario de energía eléctrica en el municipio de Quibdó. *Revista CES Derecho*, 34-58.
- Mendiola, A., & Callirgos, C. (2014). Estudio para la instalación de un centro de hemodiálisis en la ciudad de Lima. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 64-65.
- Mercado, Y. C. (2014). *Análisis Cualitativo - Jurídico de la Tercerización laboral en el Marco del Derecho de Asociación Sindical en Colombia*. Colombia: Universidad de Cartagena.
- Mills KT, X. Y. (2015). *Asystematic analysis of worldwide population-based data on the global burden of chronic kidney disease in 2010*. Kidney.
- Ministerio de Salud. (2015). *Análisis de la situación de la enfermedad renal crónica en el Perú*.
- Moliner, B. y. (2001). *Calidad y Satisfacción*. España: Cervantes.
- Montero Bagatella, J. (2013). *El concepto de seguridad en el nuevo paradigma de la normatividad*. Mexico.
- Montoya, M. (2013). *Variables Asociadas a la Satisfacción del paciente en una unidad de hemodiálisis*. España: Universidad central de asturias.

- Mori, M. (2014). *"Reducción de costos de gestión de los servicios logísticos de las empresas del sector Industrial para crear ventajas competitivas aplicando la tercerización"*. Callao: Universidad Nacional del Callao.
- Oliver, W. y. (1991). *Evaluación cognitiva de la Satisfacción*. Estados Unidos: Sanguinetti.
- Parasuraman, A., & Zeithalm, V. &. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. doi:10.2307/1251430
- Patterson, P., & Johnson, L. (1993). Disconfirmation of expectations and the gap model of service quality: an integrated paradigm. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 90-99.
- Pesquera, R. P. (2015). *Oustersourcing*. Panama: Pasca.
- Pineros, J. B. (2009). *Medición de la Satisfacción del Cliente del Restaurante Museo Taurino, y Formulación de Estrategias de Servicio para la Creación de valor*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Pineros, J. B. (junio de 2009). Tesis medición de la Satisfacción del cliente del restaurante museo Taurino, y formulación De estrategias de servicio para la Creación de valor. Bogota, Colombia.
- Pineros, J. B. (junio de 2009). Tesis Medición de la Satisfacción del cliente del restaurante Museo Taurino, y formulación de estrategias de servicios para la creación de valor. Bogota, Colombia.
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Obtenido de Comoservirconexcelencia.com: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Power, M. (2006). *Oustersourcing handbook*. London: Kogan.

- Praga Terente, M. (2003). Tratamiento conservador de la ERC. En H. Avendaño, *Nefrología clínica* (pág. 776 al 858). Madrid: Editorial Medica Panamericana.
- Pricewaterhouse. (1996). Outsourcing. *Empresa*.
- Quispe, G., & Ayaviri, V. (19 de 08 de 2016). *Medición de la Satisfacción del cliente en Organizaciones no lucrativa*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>
- Revista Nefrología. (2014). Documento de la Sociedad Española de Nefrología sobre las guías KDIGO para la evaluación y el tratamiento de la enfermedad renal crónica. *Organo Oficial de la Sociedad Española de Nefrología*.
- Rivo Lopez, E. (16-18 de Junio de 1999). Externalización: Mas allá de la Subcontratación. (U. d. Rioja, Ed.) *XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés*, 2, 725-730.
- Salomi, G., Miguel, P., & Abackerli, A. (2005). SERVQUAL x SERVPERF: Comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos. *Gestão & Produção*, 12(2), 279–293. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2005000200011>
- Schneider, B. (2004). *Outsourcing: la herramienta de gestión que revoluciona el mundo de los negocios*. Bogotá.
- Strandvik, L. (1995). *Teoría de las Expectativas*. Estados Unidos: LIL.
- SURVEY. (2014). *Study (The National Kidney Foundation Disease Outcomes Quality Initiative National Health and Nutrition Examination*. Estados Unidos: NATIONAL KIDNEY.
- Thomburne Chang, D. B. (2017). *Nivel de Satisfacción del cliente y su impacto en la contratación de nuevos servicios en una empresa de tecnología de información en Lima: 2017*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

- Torres Valdivieso, S. V. (2004). *Outsourcing de servicios*. Colombia: Gerencia y Políticas de Salud.
- Torres, A. E. (2007). *Análisis Estratégico para la Tercerización de Servicios de mantención en planta concentradora en comañia Minera Doña Ines de Collahuasi*. Chile: Universidad de Chile.
- Valero, S. (2015). *Incidencia de las funciones estratégica y operativa en el éxito de los proyectos de outsourcing de tecnologías de la información en España (2005-2009)*. Tesis Doctoral, Universitat Politècnica de Catalunya, Departament d'Organització d'Empreses, Barcelona. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10803/336678>
- Villaran, P. C. (2005). *Oustsourcing de la logistica de Entrada en Corporacion Aceros Arequipa*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Vinitzky, A. R. (2007). *Tercerización logística: una herramienta de gestión para la obtención de ventajas operativas, comerciales, financieras y económicas en las empresas argentinas*. Argentina: Universidad de Belgrano.
- Wilson, P. y. (1992). *Measuring Customer Satisfaction*. Estados Unidos: University of Texas.
- World Health Organization. (2005). *Preventing chronic diseases: a vital investment*.

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia

TÍTULO: “LA TERCERIZACIÓN EN ESSALUD COMO MECANISMO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES: EL CASO DE LA EMPRESA DE HEMODIÁLISIS SERMEDIAL SAC DE AREQUIPA, 2017”.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud en Arequipa 2017?	Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, en el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud de Arequipa, 2017.	¿Existen diferencias significativas entre el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud de Arequipa, 2017?
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según los elementos tangibles del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?	Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según los elementos tangibles del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.	Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según los elementos tangibles, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud

¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la fiabilidad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?	Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la fiabilidad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.	Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la fiabilidad, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud
¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la capacidad de respuesta del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?	Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la capacidad de respuesta del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.	Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la capacidad de respuesta, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud
¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis según la empatía del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?	Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la empatía del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.	Existen diferencias significativas, en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la empatía, tanto como, el servicio tercerizado Sermedial SAC y EsSalud
¿Existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis según la seguridad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud?	Comparar el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la seguridad del servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud.	Existen diferencias significativas, el nivel de satisfacción del cliente en hemodiálisis, según la seguridad, tanto como, el servicio tercerizado de la empresa Sermedial SAC y EsSalud

Variable 1: Satisfacción de clientes en hemodiálisis de la empresa Sermedial SAC y EsSalud

Universo: Pacientes de hemodiálisis de la empresa Sermedial SAC y EsSalud

Población: 148 pacientes de la empresa Sermedial SAC.

Población: 109 pacientes de EsSalud.

ANEXO N° 2

Encuesta SERVPERF versión adaptada a la satisfacción del usuario en hemodiálisis entre el servicio Tercerizado Sermedial SAC y EsSalud para realizar una comparación y análisis de los resultados Arequipa, 2017

INSTRUCCIONES: Estimado usuario, califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorga a cada de las siguientes preguntas relacionadas con el nivel de la satisfacción del usuario en Hemodiálisis.

Considere lo siguiente:

S: Siempre (5) CS: Casi siempre (4) AV: Algunas veces (3) CN: Casi nunca (2)

N: Nunca (1)

		5	4	3	2	1
A.	TANGIBLES	S	CS	AV	CN	N
1	El trabajador del EsSalud usa servicios informáticos					
2	ESSALUD cuenta con los servicios informáticos					
3	Las instalaciones de EsSalud son atractivas para el usuario					
4	Las instalaciones de EsSalud son modernas					
5	Los trabajadores de EsSalud presentaron pulcritud					
6	Los trabajadores de EsSalud usan uniforme					
7	Le proporcionaron materiales informativos					
8	Los materiales atrajeron su atención					
9	El trabajador se encuentra preparado para atenderlo					
10	El trabajador ha cometido errores en la atención realizada					
B.	FIABILIDAD					
11	Prometieron absolver sus consultas					
12	El trabajador cumplió con lo ofrecido en la atención					
13	El trabajador lo atendió con debido interés					
14	El trabajador pudo resolver su consulta					
15	El trabajador está preparado para brindarle buen servicio					
16	Le brindaron un buen servicio desde que llego a EsSalud					
17	El tiempo en que duro la atención del servicio cree que fue la adecuada					
18	La absolución de su consulta fue en el tiempo prometido					
C.	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
19	El trabajador de EsSalud les dio respuestas precisas respecto a las demoras de su consulta					
20	Le hicieron conocer los plazos en el proceso de su consulta					
21	El trabajador de EsSalud lo atendió con rapidez					

22	Los trabajadores de EsSalud muestran habilidad en su trabajo					
23	Los trabajadores de EsSalud muestran predisposición por atender					
24	Todos los trabajadores de EsSalud se muestran amables					
25	Los trabajadores de EsSalud toman su tiempo para atender					
26	Los trabajadores de EsSalud siempre están disponibles					
D.	EMPATIA					
27	El trabajador de EsSalud lo atendió de manera individual					
28	El trabajador prefirió atender las llamadas telefónicas antes que a usted					
29	El horario de atención de EsSalud es el adecuado para usted					
30	El trabajador debería atender en horario corrido incluyendo el refrigerio					
31	La atención del trabajador de EsSalud fue personalizada					
32	Entendió las explicaciones del trabajador de EsSalud					
33	Los trabajadores del EsSalud se preocupan por el usuario					
34	Existe de parte de los trabajadores de EsSalud interés por su consulta					
35	El trabajador se compromete con su problema					
36	Los trabajadores de EsSalud comprendieron su problema					
E.	SEGURIDAD					
37	El comportamiento del trabajador fue confiable					
38	Le presto el interés debido a su consulta					
39	Las respuestas recibidas del trabajador fueron confiables					
40	Las respuestas recibidas del trabajador le dieron seguridad					
41	El trabajador fue amable con usted					
42	El trabajador fue respetuoso con usted					
43	El trabajador ha sido capacitado para el puesto					
44	El trabajador posee conocimientos para ese puesto					

ANEXO N° 3

Encuesta SERVPERF versión adaptada a la satisfacción del usuario en hemodiálisis entre el servicio Tercerizado Sermedial S.A.C y EsSalud para realizar una comparación y análisis de los resultados Arequipa, 2017

INSTRUCCIONES: Estimado usuario, califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorga a cada de las siguientes preguntas relacionadas con el nivel de la satisfacción del usuario en Hemodiálisis.

Considere lo siguiente:

S: Siempre (5) CS: Casi siempre (4) AV: Algunas veces (3) CN: Casi nunca (2) N: Nunca (1)

		5	4	3	2	1
A.	TANGIBLES	S	CS	AV	CN	N
1	El trabajador del Sermedial SAC usa servicios informáticos					
2	ESSALUD cuenta con los servicios informáticos					
3	Las instalaciones de Sermedial SAC son atractivas para el usuario					
4	Las instalaciones de Sermedial SAC son modernas					
5	Los trabajadores de Sermedial SAC presentó pulcritud					
6	Los trabajadores de Sermedial SAC usan uniforme					
7	Le proporcionaron materiales informativos					
8	Los materiales atrajeron su atención					
9	El trabajador se encuentra preparado para atenderlo					
10	El trabajador ha cometido errores en la atención realizada					
B.	FIABILIDAD					
11	Prometieron absolver sus consultas					
12	El trabajador cumplió con lo ofrecido en la atención					
13	El trabajador lo atendió con debido interés					
14	El trabajador pudo resolver su consulta					
15	El trabajador está preparado para brindarle buen servicio					
16	Le brindaron un buen servicio desde que llego a Sermedial SAC					
17	El tiempo en que duro la atención del servicio cree que fue la adecuada					
18	La absolución de su consulta fue en el tiempo prometido					
C.	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
19	El trabajador de Sermedial SAC le dio respuestas precisas respecto a las demoras de su consulta					
20	Le hicieron conocer los plazos en el proceso de su consulta					
21	El trabajador de Sermedial SAC lo atendió con rapidez					

22	Los trabajadores de Sermedial SAC muestra habilidad en su trabajo					
23	Los trabajadores de Sermedial SAC muestra predisposición por atender					
24	Todos los trabajadores de Sermedial SAC se muestran amables					
25	Los trabajadores de Sermedial SAC toma su tiempo para atender					
26	Los trabajadores de Sermedial SAC siempre están disponibles					
D. EMPATIA						
27	El trabajador de Sermedial SAC lo atendió de manera individual					
28	El trabajador prefirió atender las llamadas telefónicas antes que a usted					
29	El horario de atención de Sermedial SAC es el adecuado para usted					
30	El trabajador debería atender en horario corrido incluyendo el refrigerio					
31	La atención del trabajador de Sermedial SAC fue personalizada					
32	Entendió las explicaciones del trabajador de Sermedial					
33	Los trabajadores del Sermedial SAC se preocupa por el usuario					
34	Existe de parte de los trabajadores de Sermedial interés por su consulta					
35	El trabajador se compromete con su problema					
36	Los trabajadores de Sermedial comprendió su problema					
E. SEGURIDAD						
37	El comportamiento del trabajador fue confiable					
38	Le presto el interés debido a su consulta					
39	Las respuestas recibidas del trabajador fueron confiables					
40	Las respuestas recibidas del trabajador le dieron seguridad					
41	El trabajador fue amable con usted					
42	El trabajador fue respetuoso con usted					
43	El trabajador ha sido capacitado para el puesto					
44	El trabajador posee conocimientos para ese puesto					