

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**Segmentación de Mercado por Estilo de Vida y su influencia en la
Percepción de la Calidad de los usuarios del área de Enfermería
de la Clínica Good Hope – 2019**

Por:

Eilyn Cristina Correa Cubas

Raul Raraz Palacin

Asesor:

Dr. Julio Cesar Rengifo Peña

Lima, Diciembre de 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Julio Cesar Rengifo Peña, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente trabajo de investigación titulado: "SEGMENTACIÓN DE MERCADO POR ESTILO DE VIDA Y SU INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS USUARIOS DEL ÁREA DE ENFERMERÍA DE LA CLÍNICA GOOD HOPE – 2019" constituye la memoria que presentan los estudiantes Eilyn Cristina Correa Cubas y Raul Raraz Palacin para aspirar al grado de bachiller en Administración, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este trabajo de investigación son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Lima, a los 04 días del mes de Diciembre del 2019.



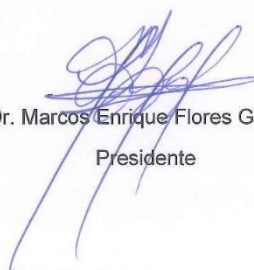
Dr. Julio Cesar Rengifo Peña

Segmentación de Mercado por Estilo de Vida y su influencia en la
Percepción de la Calidad de los usuarios del área de Enfermería de la
Clínica Good Hope – 2019

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Presentada para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración y Negocios Internacionales


JURADO CALIFICADOR



Dr. Marcos Enrique Flores González
Presidente



Mg. Karina Elizabeth Paredes Abanto
Secretario



Dr. Julio Cesar Rengifo Peña
Asesor

Lima, 01 de diciembre de 2019

Segmentación de Mercado por estilos de vida y su influencia en la Percepción de Calidad de los usuarios del área de Enfermería de la Clínica Good Hope - 2019

Eilyn Correa Cubas ^{a1}, Raul Raraz Palacín ^a

^aEP. Administración, Universidad Peruana Unión, Lima - Perú

Resumen

La presente investigación pretende mostrar de manera documental ver qué existe entre la segmentación de mercado por estilo de vida y la percepción de la calidad que tiene el paciente respecto al área de enfermería de la Clínica Good Hope, ubicada en el distrito de Miraflores. En los últimos tiempos el sector salud ha experimentado un importante crecimiento en el mercado ya que hoy en día, las personas han tomado mayor conciencia del cuidado de su salud y acuden a los servicios de salud no sólo en busca de un tratamiento, sino que también han elevado sus expectativas en cuanto al servicio que esperan recibir de acuerdo con sus estilos de vida. La relevancia de esta investigación se basa en la revisión documentaria de estudios similares realizados con anterioridad y la información que puede obtenerse respecto a las variables mencionadas. Como conclusión pudimos encontrar cuáles son los estilos de vida que son mayormente clientes potenciales de la Clínica Good Hope.

Palabras clave: Segmentación; calidad; salud; estilo de vida.

Abstract

¹ Autor de correspondencia:

Km. 19 Carretera Central, Ñaña, Lima

Tel.: +0-000-000-0000

E-mail: autor1@institute.xxx, autor2@institute.xxx, autor3@institute.xxx

This research aims to infer the relationship between market segmentation by lifestyle and the perception of the patient's quality regarding the nursing area of the Good Hope Clinic, located in the district of Miraflores. In recent times the health sector has experienced significant growth in the market since today, people have become more aware of their health care and go to health services not only in search of a treatment, but also They have raised their expectations regarding the service they expect to receive according to their lifestyles. The relevance of this research is based on the documentary review of similar studies carried out previously and the information that can be obtained regarding the mentioned variables. As conclusion we find which type of people by lifestyle are potentially users in Good Hope

Keywords: Segmentation, quality, health, lifestyle

1. Introducción

Las organizaciones cada vez más se ven obligadas por medio de la competitividad a buscar mejores soluciones para captar una mayor cantidad de clientes. Fruto de esto, hemos considerado mediante este documento tener una aproximación hacia lo que requieren los clientes de una conocida clínica local, en este caso, la Clínica Good Hope.

Good Hope es una organización perteneciente a la Iglesia Adventista del Séptimo Día y perteneciente a una red médica mundial donde aproximadamente hay 700 instituciones de salud. Actualmente cuenta con más de 1200 empleados en diversas áreas tanto médicas como administrativas.

La empresa ha tenido a lo largo de los años un incremento sostenido en sus ventas lo cual ha significado que tengan cifras positivas en sus resultados generales. Frente a esto, la organización ha de buscar métodos para continuar con su crecimiento sostenido. Es en base a esta problemática identificada que lo que se busca mediante este artículo de revisión es que la segmentación de mercados, enfocada en base a la metodología elaborada por Rolando Arellano, que se pueda identificar las necesidades del público objetivo de la Clínica Good Hope. Para lograr este objetivo, en primer lugar se ha logradom identificar claramente el planteamiento del problema, luego, se elaboró el marco teórico, la metodología para finalmente lograr condensar la información recopilada en las conclusiones que se ofrecen en este artículo.

2. Desarrollo o Revisión

Planteamiento del problema

En los últimos años la Clínica Good Hope viene presentando un crecimiento exponencial en cuanto a las atenciones en servicios de salud. La implementación de nuevos pisos para hospitalización y la ampliación de la oferta brindada hacia los clientes atraen cada vez a más usuarios. Por otro lado, la reestructuración de su propio Programa de Aseguramiento en Salud, tiene como objetivo conseguir que el porcentaje de ingresos por afiliados de este programa tome cada vez más protagonismo dentro de los ingresos mensuales, esto a través de un plan de ventas activo y la fidelización de los afiliados actuales quienes siempre han sido los mejores aliados de marketing.

Fruto de este crecimiento anual, la clínica va creciendo de manera sostenida un 5% en lo que refiere a ingresos netos anuales a pesar de la crisis económica en la cual se encuentra el país en este momento. Sin embargo, se contrasta con un resultado en los ejercicios de un crecimiento de solo 0,6% en donde vislumbramos una mayor cantidad de egresos anuales en la comparación que se ha realizado entre los años 2017 y 2018 (Instituto de Análisis y Gestión; 2018).

Sumado a lo mencionado anteriormente, se observa que el sector salud de manera general ha experimentado en los últimos tiempos un importante crecimiento en el mercado ya que hoy en día, las personas han tomado mayor conciencia del cuidado de su salud, no sólo para curar enfermedades sino dando mayor énfasis en la cultura preventiva. En este contexto, es importante conocer qué tanto influye la segmentación de mercado en la percepción de la calidad del servicio que reciben, para este caso en particular, nos enfocaremos al servicio de enfermería por ser un punto crítico a tomar en consideración ya que los pacientes, en la mayoría de casos, interactúan más con el personal de enfermería que con los médicos de los recintos de salud.

Encontramos que el área de enfermería es crítico y se puede encontrar evidencia de esto en muchas investigaciones y papers que hablan de ello. La principal importancia radica en que esta área tiene como pilares estos cuatro deberes fundamentales: promover la salud, prevenir la enfermedad, restaurar la salud y aliviar el sufrimiento (SCIENCEDIRECT; 2018) bajo estos parámetros encontramos que las personas de enfermería se encargan fielmente de la atención de los pacientes antes, durante e incluso en muchos casos, después de la atención por parte de los médicos (SCIENCEDIRECT; 2018).

Bajo lo expuesto líneas arriba, podemos encontrar también que el área de enfermería es una pieza fundamental para la evaluación de la calidad en los centros de salud ya que en la mayoría de casos son quienes lideran las unidades de calidad de los centros de salud (SCIENCEDIRECT; 2018) y son parte de las acreditaciones de salud.

La calidad, según la OMS (2006), es la comparación del nivel de atención en el aquí y ahora, con la que se establece en el nivel deseado de la atención. De este concepto se desprende la idea de que la calidad no es percibida por todos por igual, o al mismo nivel, que el estado de desarrollo de la población mundial no es uniforme y por lo tanto también el nivel de atención de la salud no es homogéneo. Mientras que el Código de Protección y Defensa del Consumidor dice que “Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido...” (Ley N° 29571, Título I, Cap. 3, Art. 18) y así también la Res. N° 0025-2017/SPC- Indecopi, delimita la idoneidad de los servicios médicos y la carga de prueba para acreditar la infracción al Código del Consumidor remarcando la responsabilidad de los proveedores por la calidad e idoneidad de los productos y servicios que ofrecen en el mercado.

Al respecto, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, en el Artículo 12, reconoce que el derecho a la salud abarca cuatro elementos esenciales e interrelacionados: disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad y calidad; de ésta última nos dice: “*Además de aceptables desde el punto de vista cultural, los establecimientos, bienes y servicios de salud deberán ser también apropiados desde el punto de vista científico y médico y ser de buena calidad. Ello requiere, entre otras cosas, personal médico capacitado, medicamentos y equipo hospitalario científicamente aprobados y en buen estado, agua limpia potable y condiciones sanitarias adecuadas*” (ONU; 1966)

Todo el personal de servicios (llámese vigilancia, limpieza), asistencial (personal de enfermería y apoyo al diagnóstico) hasta el personal administrativo, sobre todo con el personal médico, su experiencia con las diferentes áreas debe llevar al paciente a la percepción de estar recibiendo un servicio de calidad; más aún, se debería ir más allá de la idea de satisfacción, se trata de lograr que el paciente, se sienta seguro y confiado al poner su salud en manos de alguna organización de salud y es ahí donde juega un papel fundamental la calidad del o los servicios brindados, ya que ésta influye de manera significativa en la intención del paciente para regresar o no con un mismo médico, clínica u hospital (Instituto de Análisis y Gestión; 2018).

Los usuarios que acuden a los servicios de salud esperan contar con servicios accesibles, procesos bien establecidos que ayuden a optimizar el tiempo para la gestión de trámites administrativos, trato amable del personal, atención oportuna, ambiente agradable y funcional, información suficiente y clara por parte del personal que lo atiende y que éste se encuentre capacitado, stock necesario de medicamentos, etc. Se tiene como evidencia de lo antes mencionado las consultas realizadas al personal administrativo de la organización.

Lo que se pretende mediante esta investigación documentaria es conocer la relación que existe entre la segmentación de mercado y la percepción de calidad que hace uso del servicio de enfermería en la Clínica Good Hope. Cómo percibe el servicio tanto de la de esta área vital e importante en la organización.

Justificación

Justificación teórica

La relevancia de esta investigación se basa en la información de aspectos fundamentales que nos proporcionará sobre la percepción que tienen los usuarios de la clínica Good Hope acerca de la calidad de servicio del área de enfermería y cómo influye sobre ella el segmento de mercado al cual pertenecen.

Justificación Metodológica

La relevancia a nivel metodológico se encuentra en el tipo de estudio a realizar, una investigación documental de enfoque cualitativo, de tipo correlacional, no experimental. Que nos brindará las herramientas para describir y determinar la influencia del segmento de mercado en la percepción de la calidad que tiene el usuario de la Clínica Good Hope.

Justificación Institucional

Se realiza la presente investigación para determinar la factibilidad de encontrar soluciones para la optimización de los servicios en el área de enfermería de la Clínica Good Hope

Antecedentes:

Internacional

Álvarez, García y Tovar (2006) desarrollaron una investigación titulada “Percepción de los pacientes hemodializados sobre la atención de enfermería”, teniendo como objetivo principal determinar la percepción de los pacientes sometidos a hemodiálisis continua sobre la atención de enfermería en el Hospital San José de Querétaro. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal, descriptivo; se estudió una muestra de 64 de un universo de 116 pacientes. La muestra fue seleccionada bajo el método de muestreo no probabilístico. De los resultados se logra concluir que la percepción de los pacientes respecto a la atención que les brinda el servicio de enfermería, es favorable; sin embargo, es necesario trabajar en aspectos como la comunicación.

Acosta, Vázquez y Velásquez (2010) en su estudio “Calidad de atención en enfermería entre las hospitalizadas en el servicio de maternidad del Hospital Regional de Ciudad del Este (H.R.C.D.E.), Paraguay”; tuvieron como objetivo determinar la calidad de atención del personal de enfermería

percibida por las pacientes que acuden a atender en el servicio de maternidad. El diseño de estudio fue descriptivo, correlacional, de corte transversal, prospectivo y abierto. La muestra estuvo constituida por 216 pacientes seleccionadas por la metodología de muestreo probabilístico sistemático, y con la firma previa de un consentimiento informado. De los resultados más importantes, se destaca la media de la calidad percibida de la atención de enfermería que corresponde a 3,36 en una escala de 0 a 4, esto nos indica que las usuarias muestran un buen nivel de satisfacción. Respecto a las dimensiones, la continuidad y la humanidad de la atención presentan los índices más elevados, mientras que la seguridad y la oportunidad de la atención manifiestan los índices más bajos. Lo cual permite conocer los aspectos en los que se debe seguir trabajando.

Torres y Buitrago (2011) desarrollaron la investigación “Percepción de la calidad del cuidado en pacientes oncológicos hospitalizados en Bucaramanga-Colombia”. El objetivo de este estudio fue determinar la percepción de la calidad del cuidado de pacientes oncológicos según la dimensión de satisfacción. El diseño de esta investigación fue descriptivo, transversal; se aplicó como instrumento un cuestionario de calidad de cuidados de enfermería. Con base en los resultados obtenidos podemos decir que los pacientes se sienten conformes con el cuidado y atención brindada por el servicio de enfermería durante su hospitalización para la terapia. De aquí se desprende la idea de satisfacción como dimensión de la calidad percibida por los pacientes.

Borré y Vega (2014) en su estudio “Calidad percibida de la atención de enfermería por pacientes hospitalizados”, tienen como objetivo determinar la calidad percibida de la atención de Enfermería en pacientes hospitalizados en un establecimiento de salud en Colombia. Esta investigación se llevó a cabo mediante un estudio descriptivo, de corte transversal, cuantitativo, usando como instrumento una encuesta tipo cuestionario aplicada a 158 pacientes, considerando el cumplimiento de criterios de inclusión y exclusión. De los resultados obtenidos encontramos que el 78% de los pacientes percibió altos niveles de calidad en la atención de Enfermería; el 17% modestos niveles de calidad percibida; y el 4% bajos niveles de calidad percibida.

Nacional

Entre los estudios realizados en el territorio nacional encontramos a Jiménez y Salazar (2015), quienes desarrollaron la tesis titulada “Calidad de atención según expectativas y percepciones de las gestantes durante la atención prenatal en consultorios externos de obstetricia del Hospital II ESSALUD - Tarapoto, periodo enero - mayo 2015”. Esta investigación tuvo como objetivo determinar la calidad de atención con base en las expectativas y percepciones de las gestantes durante la atención prenatal en el servicio de consultorios externos de Obstetricia, se trata de un estudio no experimental, de tipo descriptivo correlacional, de corte transversal, realizado a través de una encuesta aplicada a una muestra conformada por 169 mujeres gestantes. Entre los principales resultados encontramos respecto a la percepción que el 74.6% y el 64.5% de las gestantes percibieron una calidad de atención buena en las dimensiones de tangibilidad y empatía respectivamente, seguido del 77.5%, 66.3% y 56.8% que percibieron una calidad de atención

regular en las dimensiones de confiabilidad, proyección a la seguridad y respuesta pronta al usuario respectivamente. Factores fundamentales en la medición de la calidad percibida por las pacientes.

Tenemos también un estudio realizado por Ubilluz (2015), en su tesis “Percepción de la atención de calidad de las usuarias víctimas de violencia familiar. Centro de Salud de Kimbiri 2015”. Esta investigación tuvo como finalidad conocer la percepción de la calidad de atención por usuarias víctimas de violencia familiar del Centro de Emergencia Mujer, y así contribuir a que los profesionales de la institución desarrollen estrategias de mejora continua para la calidad de atención. El estudio en mención es de tipo no experimental con diseño descriptivo transversal, y se llevó a cabo con muestra estuvo compuesta por 50 usuarias que acudieron al Centro de Emergencia Mujer, el tipo de muestreo fue no probabilístico y la técnica de recolección de datos fue una encuesta. De los resultados y conclusiones se determina que el 92% de usuarias están en desacuerdo con la instalación física y el 76% aprueban los cuatro aspectos de elementos tangibles; el 73% opina favorablemente sobre la fiabilidad; por otro lado, el 89,9% aprueba la dimensión de capacidad de respuesta y el 90,7% está de acuerdo con la dimensión seguridad, finalmente podemos decir que el 100% de usuarias está de acuerdo con la dimensión empatía del centro Emergencia Mujer de Kimbiri.

Otro estudio realizado en el ámbito nacional es el de Landauro (2014), “Factores sociodemográficos relacionados con la percepción del cuidado humanizado de enfermería por el paciente del servicio de Cirugía. Hospital III Yanahuara ESSALUD Arequipa 2013”. Este estudio de tipo cuantitativo, descriptivo de diseño correlacional y corte transversal se realizó con una muestra de 117 pacientes de un total de 290 atendidos durante el mes de julio del 2013. El método utilizado fue la encuesta, como técnica la entrevista y como instrumento la “Guía de Entrevista de la percepción sobre cuidado que brinda la enfermera” de Miriam Delgado Panez, Licenciada en enfermería egresada de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El objetivo principal de este estudio fue: Establecer relación entre los factores sociodemográficos y la percepción del cuidado humanizado de enfermería de los pacientes del servicio de cirugía del Hospital III Yanahuara ESSALUD Arequipa 2013. Y entre sus conclusiones encontramos que la percepción global del Cuidado humanizado de Enfermería es Medianamente favorable con un 59.0%, Favorable en un 19.7% y Desfavorable en un 21.4% según las encuestas realizadas. Asimismo, al relacionar la percepción del Cuidado humanizado con los factores sociodemográficos de los pacientes tenemos que existe significancia en cuanto se refiere al sexo, días de hospitalización y número de hospitalizaciones. En cambio, la edad, el estado civil, grado de instrucción y religión no manifestaron significancia estadística desde el punto de vista de las encuestas realizadas. Este dato es importante para nosotros al momento de decidir no relacionar la percepción de calidad con los factores sociodemográficos sino con el segmento de mercado al cual pertenecen los pacientes, lo cual sí podría ser significativo.

Local

Timaná (2002), estudió la “Percepción de la calidad de atención por el usuario externo del servicio de Emergencia del Hospital Nacional Daniel Alcides Carrión”, con una muestra conformada por 314 usuarios del servicio de emergencia, la misma que se obtuvo a través de la metodología de muestreo no probabilístico. La técnica empleada en esta investigación fue la encuesta directa, de la cual llegamos a las siguientes conclusiones: el 48% de usuarios percibe la calidad de atención ofrecida como un servicio de buena calidad, mientras que el 45% la percibe como un servicio de regular calidad; por otro lado, el 57% de usuarios, percibe que la calidez del servicio es regular, mientras un 37% refiere que la calidez del servicio es buena, en la dimensión de resultados de la atención el 80% de usuarios considera que sí mejoró su estado de salud tras atenderse en el servicio de emergencia, por lo tanto la percepción de la calidad de atención ofrecida en el servicio de emergencia es regular del mismo modo es regular para cada dimensión evaluada.

Romero (2008) en su trabajo “Percepción del paciente acerca de la calidad de atención que brinda la enfermera en el servicio de medicina en el Hospital Nacional Daniel Alcides Carrión”, tuvo como objetivo determinar la percepción del paciente acerca de la calidad de atención que brinda la enfermera en el servicio de medicina. Esta investigación fue de nivel aplicativo, tipo cuantitativo, método descriptivo de corte transversal. Se trabajó con una muestra de 60 pacientes, la misma que fue obtenida a través de la metodología de muestreo aleatorio simple. El instrumento utilizado fue un formulario tipo cuestionario, con la técnica de la entrevista. De los resultados más significativos concluimos que la mayoría de los pacientes perciben de forma desfavorable la atención que brinda la enfermera, pero se debe resaltar que hay un buen porcentaje que percibe la atención de manera favorable.

Delgado, Álvarez y Aliaga (2007), desarrollaron la investigación “Calidad de atención de enfermería desde la percepción del usuario que acude al servicio de emergencia del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen” con el objetivo de evaluar la calidad de atención de enfermería desde la percepción de los usuarios en el servicio de emergencia del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen. Este fue un estudio descriptivo de corte transversal llevado a cabo con una muestra constituida por 130 pacientes atendidos en el servicio de emergencia. El instrumento empleado fue una encuesta de 20 preguntas cerradas, que dio como resultado que más del 50% de pacientes mostraron porcentajes de aprobación (categorías siempre y casi siempre) respecto a la percepción de la calidad de atención de enfermería. De las características negativas de percepción de la calidad, se encontró que el 58.4% de pacientes indica haber sido tratado como un número de cama o un diagnóstico más y la mayoría refiere haber percibido un ambiente incómodo (81.5%) y presencia de ruidos durante su atención (90.0%). Se concluye, entonces, que la calidad de atención de enfermería desde la percepción de los usuarios del servicio de emergencia cuenta con una buena aceptación en cuanto al servicio, pero con tendencia a la insatisfacción con el ambiente físico.

Marco teórico

Mercado

Para poder identificar claramente el marco teórico al cual nos estamos enfocando es bueno tener claros los conceptos relacionados a la investigación que se está planteando y para ello el concepto de mercado es de los principales a considerar. Mercado se puede entender como: “Un grupo de individuos que buscan satisfacer un deseo o necesidad mediante la compra de productos o servicios” (Cravens; 1987) del mismo modo, Kotler (1993, p. 9) nos explica que el mercado es: “Todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a tener la capacidad para realizar un intercambio para satisfacer esa necesidad o deseo”. Podemos deducir entonces que el mercado son todas las personas que están involucradas en la posible adquisición de un bien o servicio a favor suyo o de la organización a la que representan.

Segmentación de Mercado

Encontramos que en la literatura de marketing diversos autores nos hablan sobre segmentación de mercados. Todos los autores en general nos comentan que la segmentación supone la división de mercados o de características que tienen las personas como usuarios.

A continuación se hará una recopilación de qué es segmentación de mercado para los principales autores:

Para Shiffman y Kanuk (2001) se entiende como segmentación de mercados al procedimiento de dividir un grupo o segmento de personas que tienen similares necesidades o deseos comunes, estos objetivos o deseos comunes pueden generar que se pueda agrupar a los diversos segmentos mediante un mix de marketing adecuado.

Kotler (2001) nos dice que la segmentación de mercado es la acción de dividir un mercado y de identificar de manera clara los clientes que han de requerir diversos productos o servicios.

Por último, tenemos que el American Marketing Association (2006), comenta que la segmentación de mercados tiene como característica principal la división de diversos segmentos de mercado y que estos mismos significan diversos subconjuntos que se comportan de manera similar o que tienen necesidades comunes.

Estilos de vida

Encontramos que Arellano (2010), nos menciona que los estilos de vida son las formas de actuar y ser de las personas; estas de un modo u otra son compartidas por un grupo importante o significativo de personas.

Las personas para que tengan un estilo de vida similar deben asemejarse por razones demográficas, psicológicas, conductuales, de equipamiento, de infraestructura, entre otras.

Encontramos que a estas personas les gusta ser similares, de algún modo u otro en sus acciones actúan de manera similar (en la forma en que piensan y que proyectan su futuro). Bajo esta lógica, las personas que tienen un estilo de vida similar piensan que han de vivir de una manera en particular y esta no está delimitada necesariamente por el dinero.

Los estilos de vida por ser una cuestión psicológica conllevan también a reacciones subconscientes tal es que tener un estilo de vida también puede significar que involucre los músculos (a donde va la persona), el cerebro (que piensa la persona), el corazón (qué siente la persona) y el estómago (qué le conviene a la persona).

En base a lo que se expone líneas arriba, vemos que Arellano nos propone seis tipos diferentes de segmentos de personas que se explican a continuación:

- Los Sofisticados, son aquellos que tienen nivel de ingresos y educación más elevados. La gran mayoría cuenta con estudios universitarios completos. A este segmento le gusta mucho la moda y el status es de mucha importancia para ellos. En líneas generales cuidan su salud y suelen consumir frecuentemente productos light. Respecto a sus hábitos de compra encontramos que les agrada los productos innovadores y suelen ser los que más usan nuevos medios de compra (compras online, por ejemplo), tienen una relación muy cercana a las marcas e incluso pueden sentirse muy identificados con ellas
- Los Progresistas, son personas que por lo general buscan siempre el progreso personal o familiar. Buscan oportunidades y tienen el deseo de revertir la situación en la que se encuentran. Son un segmento que suele estudiar carreras cortas para poder producir lo más pronto posible. Respecto a sus compras han de buscar siempre el costo – beneficio,

valoran el hecho de que los productos tengan un menor precio e incluso, pueden sacrificar atributos de un producto si es que se puede conseguir un beneficio adicional. Consumen principalmente tradicionales, no pagarán más por la novedad.

- Las Modernas, ellas buscan trabajar y estudiar. Su meta es salir adelante y complementar también, en muchos casos, su responsabilidad como madres. Les gusta mucho salir de compras y adquirir productos de marca. Gustan mucho de cuidar su imagen y estética, las marcas son como una suerte de símbolo social y de calidad. No les interesa mucho el gasto de dinero si consiguen la calidad que requieren.
- Los Formalistas, son hombres que se orientan más a la familia y han de valorar su estatus social. No adoptan las modas de inmediato, lo hacen luego de los sofisticados. Les encanta la tecnología y frecuentemente suelen ser machistas en sus compras y hábitos en general.
- Las conservadoras, son en su forma de actuar muy religiosas, están siempre pendiente del bienestar de sus hijos. No son personas preocupadas por su vestimenta y en caso de ir a arreglar será en ocasiones especiales. Sus compras son una necesidad más no es un placer. Son personas muy ahorrativas.
- Los Austeros, este segmento de la población es la que menos recursos tiene, son personas que prefieren vivir de manera simple y sin complicaciones. No suelen tomar riesgos y muchas personas son inmigrantes. En lo que respecta a sus compras, son personas que priorizan sus recursos debido a la escasez del dinero con el que cuentan.

Calidad

Para entender el concepto de calidad debemos hacer un análisis de las diversas teorías que están relacionadas con ella. El autor con mayor relevancia para el estudio de calidad es William Deming, esta persona, es aquella que sentó las bases estadísticas en lo que conocemos como calidad. Deming (1989) nos comenta que existen 14 puntos a tomar en consideración para tener clara la calidad dentro de las organizaciones donde nos encontramos. Los 14 puntos son:

1. Que se cree una constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, de permanecer en el negocio y de proporcionar puestos de trabajo.
2. Adoptar la nueva filosofía; Nos encontramos en una nueva era económica y los diferentes objetivos deben ser conscientes del reto, deben aprender sus responsabilidades y hacerse cargo del liderazgo para cambiar.

3. Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad; Se debe tratar de disminuir en mayor medida el control y poner énfasis en una producción con mayores estándares de calidad.
4. Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio.
5. Mejora constante y siempre el sistema de producción y servicio, se ha de mejorar la calidad y productividad, y así reducir los costos continuamente.
6. Métodos modernos de capacitación. El personal debe estar entrenado para hacer frente a nuevos retos de calidad o requerimientos de los usuarios.
7. Implantar métodos de liderazgo. De esta manera, la gente debe estar motivada y trabajar en pos de la mejora continua.
8. Eliminar el miedo, de manera que cada uno pueda trabajar con eficacia para la compañía.
9. Romper las barreras entre los departamentos. Debe existir una mayor comunicación entre los departamentos que existen en las empresas pensando en un trabajo en equipo.
10. Eliminar los eslogan, exhortaciones y metas para pedir a la mano de obra cero defectos y nuevos niveles de productividad. Se debe motivar al personal para la mejora de la productividad y la calidad de los productos.
11. Eliminar los estándares de trabajo (cupos) en planta. Sustituir por el liderazgo.
12. Eliminar las barreras que privan al trabajador de su derecho a estar orgulloso de su trabajo. La responsabilidad de los supervisores es de no ver solo netamente desde el punto de vista numérico, se ha de enfocar en la calidad.
13. Implantar un programa riguroso de educación y auto mejora.
14. Poner a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación. La transformación como eje central de la mejora continua y el desarrollo de capacidades en pos de la calidad.

De esto podemos deducir que las organizaciones implantan sistemas de calidad y no han de pensar únicamente en el producto final que van a entregar sino también en el personal que está dentro de la organización que sin una motivación adecuada, no van a poder cumplir los objetivos organizacionales y mantener una cultura en base a la calidad.

Juran (1990) en su libro Juran y la planificación de la calidad nos muestra que existen cinco puntos a tomar en consideración para que una organización tenga una cultura basada en la calidad:

1. Se ha de medir el costo de tener una calidad pobre. Si tenemos una mala calidad qué podría sucederle a la organización, qué repercusiones podría acarrear.
2. Adecuar el producto para su uso. El cliente debe poder satisfacer sus necesidades de la manera más plena posible. A mayor calidad, esto debería involucrar mayor precio.
3. Lograr la conformidad con las especificaciones. La comunicación con el cliente como eje principal para ver si se está cumpliendo con lo requerido
4. Mejorar proyecto por proyecto. Se realiza un proyecto con gran calidad, sin embargo, el siguiente proyecto se debe mostrar con una calidad aún superior.

5. La calidad es el mejor negocio. Invertir en temas de calidad es el mejor negocio por los réditos que trae (mayores ventas, satisfacción al cliente, etc.).

En base a lo expresado por Juran encontramos que las organizaciones han de ser flexibles, esto quiere decir, que deben estar preparadas a los cambios y constantes mejoras para ser competitivos en el mercado. Ergo, debemos preocuparnos por la satisfacción plena de los clientes viendo cuales son los productos o servicios complementarios para satisfacer sus necesidades.

Calidad en servicios

Encontramos que Grönroos (1984) hace una acotación en lo que respecta a la calidad en los servicios en donde comenta que hay un énfasis en entender lo que un cliente busca en realidad y lo que viene a evaluar luego de tomado un producto o servicio. Bajo esta premisa, el propone dos dimensiones del servicio que debe entregar. Se tiene por un lado la calidad técnica o “diseño del servicio”, es acá en donde se pone en relieve aquello que desea el cliente y tiene un resultado global de la calidad del servicio; se tiene en contraparte la calidad funcional o “proceso de la calidad del servicio” es acá en donde se logra explicar cómo se va a prestar el servicio.

Para el autor en mención la capacidad funcional impacta en la calidad técnica, es acá en donde vemos que cada experiencia o actividad va a impactar en lo que resulte del servicio en sí mismo y a final de cuentas en la evaluación realizada por el cliente nosotros veremos lo que la persona crea en su mente como imagen del producto o servicio.

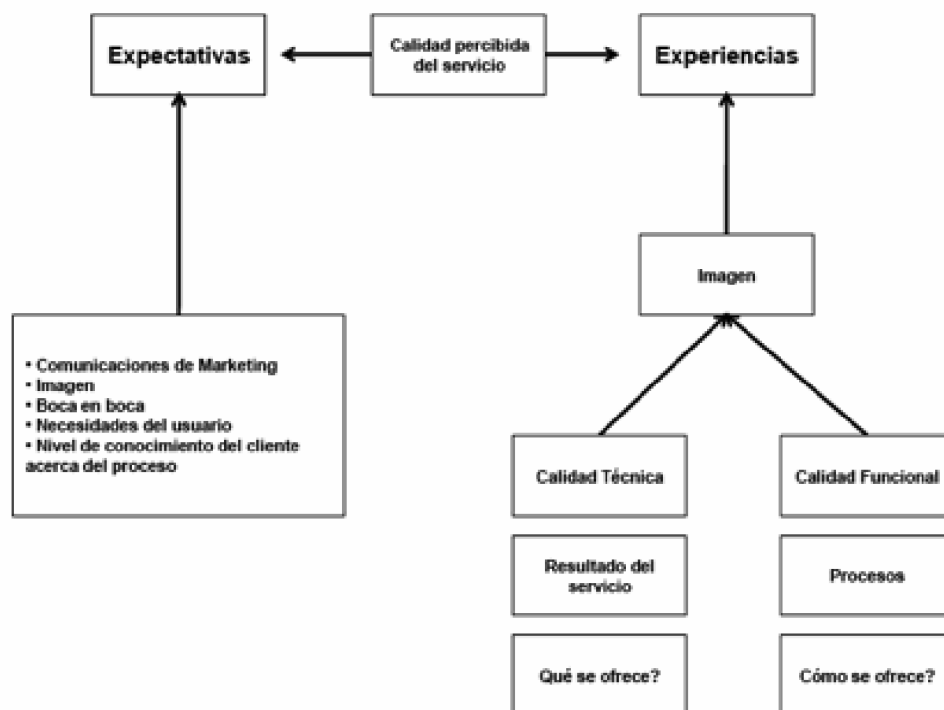


Figura 1: Modelo de la Calidad percibida del servicio.

Fonte: Grönroos, 1984.

En base al cuadro podemos observar que existe una brecha en lo que respecta a la calidad del servicio que se da por expectativas que se generan por cuestiones netamente de los usuarios y los elementos que influyen en ellos.

Calidad en salud

Si revisamos la literatura, podemos encontrar diversos autores que nos hablan sobre la calidad en salud. La primera en mención es según Rodríguez (2013) el "Desempeño adecuado (de acuerdo con las normas) en las intervenciones consideradas seguras, que están al alcance de las sociedades en cuestión y que tiene la capacidad de producir un impacto en la mortalidad, morbilidad, discapacidad y malnutrición" por otro lado, tenemos a Ipinza (2007) que nos dice: "La calidad de la atención técnica consiste en la aplicación de la ciencia y tecnología médica de manera tal que maximice sus

beneficios a la salud sin aumentar al mismo tiempo los riesgos. El grado de calidad es, por lo tanto, el punto en el cual se espera que la atención provista logre el balance más favorable de riesgos y beneficios".

Entonces podemos obtener como conclusión de estos enunciados que la calidad puede ser entendida como una respuesta a los problemas o situaciones sanitarias que van a tener una implicancia en la población y supone la satisfacción de los pacientes, la familia y la comunidad.

Bajo estos términos, es competencia de las autoridades de los nosocomios sensibilizar y capacitar a los profesionales de manera tal que puedan obtener los resultados óptimos y que la gente pueda percibir una mejora en los servicios de calidad.

Para mejorar lo que corresponde a la calidad en el sector salud debemos considerar que la comunicación es vital para que los pacientes tengan la información completa respecto a sus tratamientos con información la más certera posible y se pueda evitar de este modo posibles malos tratamientos o errores en los ensayos clínicos.

Metodología:

La presente investigación se desarrollará bajo la metodología de la **investigación documental** la cual se explica como “una investigación cualitativa y consiste en un estudio de preguntas que utiliza documentos oficiales y personales como fuente de información” (Investigación Científica; 2019) . Los documentos que se utilizan pueden ser varios: **impresos, electrónicos o gráficos**.

Baena (1985) nos dice: “la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, bibliotecas de periódicos, centros de documentación e información”.

Por otro lado, Garza (1988) nos menciona que “la investigación documental se caracteriza por el uso predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información”

Encontramos que la investigación documental tiene una gran relevancia en el medio académico por el gran volumen de investigaciones realizadas bajo este formato.

Se cuentan con 3 tipos de fuentes para la realización de este tipo de artículos y son:

- Materiales impresos. Pueden ser libros, revistas y otros artículos de revisión entre otros.
- Materiales electrónicos. En esta parte encontramos páginas web y revistas especializadas.
- Materiales gráficos. En caso se requieran las fotografías, mapas o imágenes a investigar
- Materiales audiovisuales. En esta parte podemos encontrar videos especializados o que sirvan para la investigación.

Fuentes de información según el nivel

- **Fuentes primarias de información.** Son aquellas que son elaboradas por los investigadores del artículo de revisión.
- **Fuentes secundarias de información.** Estas fuentes son aquellas realizadas por investigaciones de terceros y que sirven para la elaboración del documento en mención.

Conclusiones

Lo que a nosotros nos compete es saber qué implicancia tienen los estilos de vida según la teoría de Arellano en la percepción de calidad de los clientes de la Clínica Good Hope ubicada en Miraflores.

Antes que nada, podemos identificar que todos de los seis estilos de vida planteados en la teoría de Arellano son un público potencial para la Clínica Good Hope. En primer lugar, tenemos a los Sofisticados, como se mencionó en la parte de teoría, son aquellos que suelen tener mejores ingresos y les gusta ostentar, son personas que gustan de marcas y el estatus en el que se encuentran. Podemos encontrar que la clínica Good Hope es una de las clínicas mejores ubicadas de Lima ya que, como se ha mencionado, se encuentra en el distrito de Miraflores y goza de gran prestigio y estatus. De este

modo, identificamos que los sofisticados son el primer grupo potencial que utiliza los servicios de la empresa.

En segundo lugar, tenemos a Las Modernas. Este segmento de la población al igual que los Sofisticados, están al pendiente de la moda y no escatiman en sus gastos. Suelen ostentar y se preocupan mucho por su imagen.

Nosotros podemos encontrar por las características propias de estos dos segmentos de la población que tratamos con clientes exigentes, estos por su lado, buscan comodidad y una buena atención. Tal como pudimos ver en la teoría, calidad en el servicio y más en una empresa de salud implica una rápida atención por parte del área de enfermería así como la información que ellos brinden debe ser la más certera y oportuna para el correcto tratamiento de las enfermedades.

En base a estas evidencias, podemos encontrar que la Clínica Good Hope , específicamente en el área de enfermería en gran medida cumple con los requisitos de calidad para con sus clientes, esto se ve reflejado en la consultoría que se realizó para la empresa en el año 2018 por el Instituto de Análisis y Gestión en donde la satisfacción de los clientes era del 96% en el área más específicamente de enfermería.

Como corolario podemos comentar que la percepción de los clientes de acuerdo a una adecuada segmentación de mercado nos da luces de los requerimientos que puede solicitar nuestro grupo beneficiario por las características de compra de los mismos y las necesidades que tienen.

Referencias

Alarcón, P. (2014). Factores Sociodemográficos y Organizacionales asociados a la percepción de la calidad de atención en usuarias del consultorio externo de obstetricia Hospital Regional de Ayacucho, 2013. Tesis para optar el grado académico de Maestro en gerencia en servicios de salud. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho. Perú.

Álvarez A., García A., Tovar B. (2006). Percepción de los pacientes hemodializados sobre la atención de enfermería. Querétaro, México.

Acosta S., Vázquez M. y Velásquez E. (2010). Calidad de atención en enfermería entre las hospitalizadas en el servicio de maternidad del Hospital Regional de Ciudad del Este (H.R.C.D.E.), Paraguay. Trabajo final de Grado no publicado, Universidad Nacional del Este, Ciudad del Este, Paraguay.

Arellano, Rolando (2010) Al fondo hay sitio. El crecimiento social según los estilos de vida. Tomado de la página <https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/> el día 12 de julio de 2019 a las 13:18 horas

Borré, Y. y Vega, Y. (2014). Calidad percibida de la atención de enfermería por pacientes hospitalizados. *Ciencia y Enfermería XX*, (03), 81-94

Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, Título I, Cap. 3, Art. 18.

Delgado A., Álvarez Y. y Aliaga R. (2007). Calidad de atención de enfermería desde la percepción del usuario que acude al servicio de emergencia del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen. *Revista Ciencias de la Salud*, 66-67. Lima, Perú.

Deming, W. Edwards; “Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis”; Editorial Díaz de Santos; Madrid, 1989.

Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.

Jiménez, L. y Salazar, V. (2015). Calidad de atención según expectativas y percepciones de las gestantes durante la atención prenatal en consultorios externos de obstetricia del Hospital II ESSALUD - Tarapoto, periodo enero - mayo 2015. Tesis para optar el título profesional de Obstetra. Universidad Nacional de San Martín. Tarapoto. Perú.

Juran, Joseph M.; “Juran y la planificación de la calidad”; Editorial Díaz de Santos; Madrid, 1990

Landauro, K. (2014) Factores sociodemográficos relacionados con la percepción del cuidado humanizado de enfermería por el paciente del servicio de Cirugía. Hospital III Yanahuara ESSALUD Arequipa 2013. Tesis para obtener el Título Profesional de Enfermera. Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa. Perú.

Navarrete, S. (2013). La investigación sobre calidad de la atención en el Instituto Mexicano del Seguro Social. *Estudio bibliométrico. Salud Pública Mexicano*, (55), 564- 571.

OMS (2006). Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud. Conferencia Internacional para la Promoción de la Salud. Ottawa.

Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, Artículo 12.

Res. N° 0025-2017/SPC- Indecopi

Romero L. (2008). Percepción del paciente acerca de la calidad de atención que brinda la enfermera en el servicio de medicina en el Hospital Nacional Daniel Alcides Carrión. Tesis de licenciatura no publicada, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

ScienceDirect (2018). Revista Médica Clínica Las Condes. La enfermería y la investigación. Tomado de la página <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864018300531> el día 18 de julio de 2019 a las 9:42am.

Timana, L. (2002). Percepción de la Calidad de Atención por el usuario externo del servicio de Emergencia del Hospital Nacional Daniel Alcides Carrión; Lima. Publicaciones de Medicina en Portales Médicos.com. Buscador Google. Calidad de Atención.

Torres C. y Buitrago M. (2011). Percepción de la calidad del cuidado en pacientes oncológicos hospitalizados en Bucaramanga-Colombia. Revista de Investigación de Escuela de Enfermería de Universidad de Santander, 138-148.

Trenzano. F. (2004) Enciclopedia Marketing y Ventas Editorial Océano Barcelona, España

Ubilluz, R. (2015). Percepción de la atención de calidad de las usuarias víctimas de violencia familiar. Centro de Salud de Kimbiri 2015. (Tesis para optar el Grado de Magister en Gestión Pública). Universidad César Vallejo.

Matlin W, Foley J. Sensación y percepción. México: Prentice Hall; 1996. 550-4 p.

Varo J. Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios: Un modelo de gestión hospitalaria: Ediciones Díaz de Santos; 1993.

DiPrete L, Mille L, Rafeh N, Hatzell T. Garantía de calidad de la atención de salud en los países en desarrollo. 2, editor. U.S.A.: USAID; 1990.

Morales V, Hernandez A. La calidad y su gestión. Revista Digital Buenos Aires.
2004;10(76).

Bernuy L. Calidad de atención en la clínica central de Facultad de Oodntología de la 46

Martínez M. Promoción y Educación den Salud. Nicaragua: CIES/UNAN; 2005.