



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS.**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES SECTOR
SERVICIOS, CLÍNICAS, DISTRITO DE CALLERIA, AÑO
2017**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Br. ALEX DAVIS ASTOHUAMAN HUARANGA

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2017

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortiz García
Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas
Miembro

Dr. Geider Grandes García
Presidente

Mba. Crysber Valdiviezo Saravia
Asesor

AGRADECIMIENTO

Especial agradecimiento a mi padre Alex que está en el cielo, a mi madre Lilian, hermano Diego y a mi padre político Willy, por ser parte de este gran logro; mi carrera profesional, gracias por su apoyo incondicional.

Alex Davis Astohuaman Huaranga.

DEDICATORIA

Este logro dedico a mi madre, a la universidad ULADECH y a mi tutor MBA. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia, por ser guías importantes en mi carrera que hoy culmina.

Alex Davis Astohuaman Huaranga.

RESUMEN

La investigación se realizó para determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Calleria, año 2017. El trabajo académico se elaboró desarrollando una metodología de investigación del tipo descriptivo –no experimental – correlacional; donde además se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al microempresario: 52,94% están entre 40 y 49 años de edad; 82,35% son de sexo masculino y 64.7% de profesión médicos. Respecto a formalización: 76.47% tienen sus trámites completos de formalización y el 17,6% aún tiene algún permiso por obtener o renovar; el 88.2% está constituido como persona jurídica. El 76.5% tiene en planilla a sus trabajadores. Respecto a gestión de calidad: 82.4% tiene un Plan de Negocios; sin embargo 88,24% no cuentan con una misión y una visión definida y tampoco la conocen sus colaboradores. Respecto a atención al cliente: 41.2% no evidencia una gestión al respecto; 35.3% no cuenta con local propio; 11.8% mantiene en acondicionamiento sus instalaciones; 52.9% no capacita a su personal; 70.6% no cuenta con algún protocolo oficial; sin embargo los encuestados indican que la práctica de atención al cliente conlleva a “nuevos clientes” (35.3%), “disminución de quejas y reclamos” (29.4%) porque 47.1% indica que su personal tiene actitud de servicio. Finalmente, el 88,24% asegura que sus clientes se fidelizan al valorar el buen servicio ofrecido, 11,8% indica no estar de acuerdo.

Palabras clave: Gestión de Calidad, formalización, atención en el cliente, servicio.

ABSTRACT

The research was carried out to determine the quality management under the focus of customer service in the mypes of the services sector, clinics, Calleria district, 2017. The academic work was developed by developing a research methodology of the descriptive type -not experimental - correlational; where a structured questionnaire of 23 questions was also applied through the survey technique, obtaining as results: Regarding the microentrepreneur: 52.94% are between 40 and 49 years of age; 82.35% are male and 64.7% are medical professionals. Regarding formalization: 76.47% have completed formalization procedures and 17.6% still have a permit to obtain or renew; 88.2% is constituted as a legal entity. 76.5% have their workers on the payroll. Regarding quality management: 82.4% have a Business Plan; However, 88.24% do not have a mission and a defined vision, nor do their collaborators know about it. Regarding customer service: 41.2% does not evidence management in this regard; 35.3% do not have their own premises; 11.8% keep its facilities in conditioning; 52.9% do not train their personnel; 70.6% do not have any official protocol; However, respondents indicate that the practice of customer service leads to "new customers" (35.3%), "decrease in complaints and claims" (29.4%) because 47.1% indicate that their staff has a service attitude. Finally, 88.24% say that their clients are loyal when they value the good service offered, 11.8% indicate they do not agree.

Keywords: Quality Management, formalization, customer service, service.

ÍNDICE GENERAL

Título de la Tesis	i
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento de la Investigación.....	3
1.1.1 Caracterización del Problema	3
1.1.2 Enunciado del Problema	4
1.2 Objetivos de la investigación	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos.....	4
1.3 Justificación	5
CAPITULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	7
2.2 Bases Teóricas.....	10
2.2.1 Atención al cliente	10
2.2.2 Gestión de Calidad	12
2.2.2 Servicio	16
2.3 Marco conceptual	20
2.3.1 La micro y pequeña empresa	20
2.3.2 Glosario de términos	25
CAPÍTULO III HIPÓTESIS	33
3.1 Hipótesis General	33
3.2 Hipótesis Específicas.....	33
CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
4.1 Tipo de investigación	34
4.2 Nivel de investigación	34
4.3 Diseño de la Investigación	34
4.3.1 No experimental.....	35
4.3.2 Descriptivo	35
4.3.3 Correlacional.....	35
4.4 Universo o Población	35
4.4.1 Población.....	35
4.4.2 Muestra.....	36
4.5 Definición y Operacionalización de variables e indicadores	37
4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	38

4.6.1	Técnicas	38
4.6.2	Instrumentos	38
4.7	Plan de análisis de datos	38
4.8	Matriz de Consistencia.....	39
4.9	Principios éticos.....	41
CAPITULO V	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
5.1	Resultados.....	43
5.2	Análisis de Resultados.....	66
CAPÍTULO VI	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
6.1	Conclusiones	71
6.2	Recomendaciones	72
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
	ANEXOS.....	77
1.-	Presupuesto.....	77
2.-	Cronograma.....	78
3.	Encuesta	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Caracterización de las Mypes según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes)	21
Tabla 2: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N°28015.....	22
Tabla 3 : Características de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008.....	23
Tabla 4: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056.....	24
Tabla 5: Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de Mypes.....	24
Tabla 6. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	37
Tabla 7. Matriz de consistencia de la investigación.....	39
Tabla 8: Edad del emprendedor.....	43
Tabla 9: Sexo del emprendedor.....	44
Tabla 10:¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?.....	45
Tabla 11: ¿Su empresa está formalizada?.....	46
Tabla 12: ¿Porqué motivo no culmina sus trámites de formalización?.....	47
Tabla 13 ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	48
Tabla 14: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	49
Tabla 15 ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	50
Tabla 16: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	51
Tabla 17: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	52
Tabla 18: ¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios?.....	53
Tabla 19: ¿Ha definido y exhibe .la misión, visión y valores de su empresa?.....	54
Tabla 20: ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?.....	55

Tabla 21: ¿Cuenta con local propio?.....	56
Tabla 22 ¿Las instalaciones y organización, está pensado para facilidad del cliente?..57	
Tabla 23: ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?.....	58
Tabla 24 ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?.....	59
Tabla 25: ¿Se ha diseñado y se sigue protocolo de atención al cliente?.....	60
Tabla 26 ¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?.....	61
Tabla 27: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?.....	62
Tabla 28 ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?.....	63
Tabla 29 ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?.....	64
Tabla 30: En general: ¿Su personal tiene actitud de servicio?.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad del emprendedor.....	43
Gráfico 2: Sexo del emprendedor.....	44
Gráfico 3: ¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?.....	45
Gráfico 4: ¿Su empresa está formalizada?.....	46
Gráfico 5: ¿Por qué motivo no culmina sus trámites de formalización?.....	47
Gráfico 6 ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	48
Gráfico 7: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	49
Gráfico 8 ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	50
Gráfico 9: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	51
Gráfico 10: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	52
Gráfico 11: ¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios?.....	53
Gráfico 12: ¿Ha definido y exhibe .la misión, visión y valores de su empresa?.....	54
Gráfico 13: ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?.....	55
Gráfico 14: ¿Cuenta con local propio?.....	56
Gráfico 15 ¿Las instalaciones y organización, está pensado para facilidad del cliente?.....	57
Gráfico 16: ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?.....	58
Gráfico 17 ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?.....	59
Gráfico 18: ¿Se ha diseñado y se sigue protocolo de atención al cliente?.....	60
Gráfico 19 ¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?.....	61

Gráfico 20: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?.....	62
Gráfico 21: ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?.....	63
Gráfico 22: ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?.....	64
Gráfico 23: En general: ¿Su personal tiene actitud de servicio?.....	65

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

En tiempos tan competitivos, se requiere de procesos con calidad y que sean enfocados en atención al cliente. En realidad, se ha convertido en una constante para que todas las empresas tengan opción de crecer y desarrollarse en el entorno donde interactúan. La preocupación por nuestras mypes es que sean cada vez mejores, ha impulsado a que busquen la necesidad de invertir en capacitaciones sobre atención al cliente; esta será la línea de investigación dentro del cual se enmarcará el presente trabajo.

En consonancia con los cambios del entorno competitivo, reflejado en una mayor competitividad de las empresas en los distintos sectores, son las empresas jóvenes las más afectadas directamente, por lo tanto, los últimos gobiernos han brindado disposiciones para incentivar alternativamente a las micro y pequeñas empresas a fin de dar mayor promoción de mano de obra e implementando gestión de calidad para una mejor satisfacción del cliente y mayores ingresos económicos.

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las mypes, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o requerir de un servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo

cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias.

Bajo este contexto, la ciudad de Pucallpa, vienen experimentando la presencia de nuevas inversiones en clínicas a nivel mypes, algunas no cuentan con una gestión de calidad y destaca la ausencia de un enfoque de atención al cliente, tema que se torna preocupante para la sociedad, y que podría impactar negativamente en los ingresos económicos.

Por lo tanto, el presente informe final de investigación tiene como finalidad encargarse de los asuntos que inciden en la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clínicas, distrito de Calleria, año 2017, que tiene que ver principalmente con el análisis de servicio de salud y la mejora continua en calidad de atención.

1.1 Planteamiento de la Investigación

Para que se lleve a cabo esta investigación, se planteó si las mypes del sector servicios, clínicas del distrito de Calleria, año 2017, están diseñadas bajo la gestión de calidad y modelos de servicio de atención al cliente.

Además, se va a determinar si las mypes del sector servicios, clínicas, distrito de Calleria, año 2017, tienen personal capacitado en atención al cliente en las mypes del sector servicios.

1.1.1 Caracterización del Problema

La apertura del mercado liberal para realizar empresas ha conducido a que muchos emprendedores puedan consolidar su presencia en los diversos sectores comerciales. En el sector servicios, las clínicas, no han sido ajeno a la inversión privada cuyo objetivo es brindar servicios médicos de calidad en distintas especialidades y sobre todo sin mayores esperas.

La capacidad de organización en los servicios de salud para brindar adecuados servicios es básica para atender y buscar las condiciones adecuadas de salud y vida de los pacientes (clientes).

Son numerosas las quejas respecto al nivel de servicio y capacidad que brindan los hospitales del Estado, por lo que crea la necesidad de los pacientes busquen en las clínicas un mejor trato y atención de calidad, pero que la falta de capacitación y otros aspectos a investigar, hacen que esa expectativa se vea afectada.

Nuestro proyecto se enfocará en investigar y analizar el impacto que tiene un enfoque de atención al cliente en las mypes de clínicas en el distrito de Callería.

1.1.2 Enunciado del Problema

De la caracterización del problema expuesto, se pretende establecer el enunciado que encierre la idea de la problemática: Por eso es necesario investigar y formulamos el siguiente enunciado:

¿Las micro y pequeñas empresas del sector servicios de salud, clínicas, evidencian un proceso de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Determinar si las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Calleria, año 2017, evidencian técnicas de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de calidad de atención al cliente para el logro de satisfacción del cliente en las clínicas, distrito de Calleria, año 2017.

- Determinar que técnicas de atención al cliente, aplican las mypes del sector servicios, clínicas, distrito de Calleria, año 2017.
- Determinar si las mypes del sector servicio, clínicas tienen diseñado y aplican un plan de atención al cliente.

1.3 Justificación

Las mypes del sector servicio, clínicas corresponden a un rubro de servicios muy particular y delicado, que están también bajo la supervisión de la autoridad de salud y entidades correspondientes.

En los últimos años en la ciudad de Pucallpa se viene notando el incremento de clínicas junto a ello una serie de problemas que repercuten en forma negativa en la demanda de los clientes. Uno de los problemas más resaltantes que se puede observar es la calidad de atención que incide en forma directa en la satisfacción de los clientes.

Sin embargo, el incremento de la población en la ciudad de Pucallpa, y su expansión urbana, constituyen la principal justificación para nuevos emprendimientos.

Para nuestro estudio esto reviste importancia, porque constituyen varias interrogantes respecto a cómo se organizan, dirigen y se gestionan el nivel de

competitividad pues las apariciones de nuevas clínicas aceleran más el mercado para los inversionistas en la ciudad de Pucallpa, y alcanzan grandes niveles de competitividad en el sector servicios de salud privados.

CAPITULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes de la Investigación.

Romero C. (2015). Se define como servicio al cliente como el conjunto de estrategias que tanto una compañía u organización definen para satisfacer las necesidades de los usuarios tanto internos como externos, también cumple con las expectativas de los usuarios. La gestión de calidad está compuesta por los distintos factores primordiales para el éxito total de las empresas y los objetivos que quiere alcanzar estos son: integridad, calidad de gestión, mejoramiento continuo y sobre todo el comportamiento q se muestra hacia los clientes, marketing, entre otros factores de gran importancia para existencia en los mercados. En la actualidad, el servicio al cliente es un tema de gran importancia en el mercado, avanza progresivamente gracias a los tratados de libre comercio y la entrada de competidores, innovando con tecnología y productos que realmente cumplan con las exigencias de las normas internacionales de calidad, obligando así a la industria y al comercio a ponerse a derecho con estos asuntos que han tenido mucha importancia y practica en el desarrollo comercial e industrial. A inicios fueron las compañías del sector privado quienes aplicaron planes referidos a temas de servicio al cliente, de esta forma el sector publico también implanto temas referidos al servicio al cliente llegando a la misma altura y cumpliendo con los desafíos de programas de gestión. El servicio al cliente también tiene gran importancia tanto en áreas, como salud, transporte y el comercio en todos sus rubros, demostrando que el servicio al cliente es de suma importancia para el desarrollo de determinada actividad económica, siendo necesaria la creación de estrategias que complazcan a cabalidad la demanda no solo de un bien sino también la

demanda esperada en los servicios de calidad y sentido social. Además, debe estar implementada por ambientes agradables en su operación y función de sectores comerciales y de servicios. Tras su expansión en temas de gestión y de servicio genero mayor conocimiento y capacidad de reconocimiento en distintos temas que incluye el manejo de gestión y la capacidad de reconocimiento de la comunidad, estos cambios se muestran en distintos aspectos, tales como educación, tecnológicos y social económicos. Generando así mayores índices de competitividad en el mundo del mercado comercial e industrial con mayores alcances de gestión de calidad y servicio de atención.

Gonzales C. (2015). El comercio desde inicios de la humanidad se ha convertido en un elemento esencial en el desarrollo de las sociedades, debido que gracias a la economía ha ido evolucionando de manera notable las distintas organizaciones inscritas, muchas veces se habla de servicio al cliente desde una perspectiva del primer mundo, implantando modelos de estratégicos de gestión para un mayor desarrollo en el mercado donde se desenvuelven, muchas veces cayendo sin éxito debido que no se tiene un buen manejo de gestión o no se conoce los alcances de servicio referidos a los clientes. Uno de los principales problemas que tiene el cliente latino es que no sabe exigir sus derechos ni se queja cuando recibe un servicio pésimo, a consecuencia genera competitividad baja ya que no son temas de importancia en las organizaciones sobre el manejo de gestión. Se entiende por servicio al cliente como el proceso mediante el cual se establece un trato cordial, adecuado y amable por parte de las empresas a los clientes que las visitan, pero se entiende como atención al cliente a los actos y esfuerzos que realiza las empresas para satisfacer a los clientes, tanto en empresas públicas como privadas, cualquier sector comercial o de servicio deben implantar métodos o estrategias para brindar un buen servicio que llene las

expectativas de los clientes. El servicio al cliente cuenta con los siguientes protocolos: Mirar al cliente, sonreírle, saludarlo, y mostrar tratos de servicio al cliente en el sector comercial o de servicio que se encuentren. Tenemos que en los años 50's había mucha demanda y poco producto, la atención al cliente y calidad en los servicios que se presentaban no eran de mayor prioridad por las organizaciones debido que se mantenían cautivos a los clientes, por una oferta limitada de fabricantes. En los años 60, ya se notaba a cambiar los hábitos de consumo de los usuarios de igual manera con la ideología social, surgieron nuevos fabricantes que rápidamente se fueron infiltrando en el mercado global, aunque sin tanta satisfacción de producto y servicio. Durante la década de los setenta comenzaron a enmarcarse profundamente en lo que demanda la satisfacción de sus clientes, debido que se había producido bajas significativas con clientes insatisfechos, quiere decir que los clientes no recibían un servicio de calidad ni mucho menos productos de gran demanda, debido a que se preocupaban más por producir que por satisfacer. En la década de los 80 llegó la aparición de aparatos electrónicos, generando mayor desarrollo e innovación en la sociedad. Una empresa, organización, o compañía para que alcance con sus objetivos diseñados y que a su vez perdure en el mercado, proporcionando de capacitación en el servicio al cliente, comenzando desde desarrollo seminario, libros y videos de capacitación adicionales.

Illera (2008). Menciona que las influencias que puede enfrentar una organización son provenientes del mundo, del país, la región y el sector donde realiza su actividad; estas pueden ser económicas, sociales, tecnológicas, culturales, físicas y políticas. Es decir, estos factores deben ser estudiados y analizados por la organización con el fin de establecer una adaptación ante cambios, ya que estos representan grandes

amenazas sobre las estrategias establecidas por la organización. La organización debe identificar los factores que representan mayor importancia para su actividad económica en un entorno expuesto al cambio, a partir de un análisis que permita la identificación de fuerzas que están en su entorno y de la evaluación de estas. El entorno empresarial ya no se basa en una simple ganancia de utilidades a corto plazo, sino que busca un desarrollo que involucre los beneficios sociales, ambientales y la protección las líneas con sus proveedores y clientes, con el fin de favorecer el crecimiento organizacional frente a los comportamientos y exigencias del mercado. Los sistemas de gestión son la posibilidad para que las empresas adopten un compromiso social; por esto, la organización Forética creó el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, con el fin de que las empresas se comprometan mediante procesos de su propia cultura y, lo más importante, mediante políticas autónomas para el mejoramiento del entorno organizacional. Algunas herramientas adicionales para el mejoramiento del entorno son los elementos diferenciadores a la hora de llegar al mercado, y que no solo se presentan en las grandes organizaciones, sino que las pequeñas empresas tienen la capacidad de utilizar diversas herramientas para generar productos competitivos, de alta calidad y ecológicos, de tal manera que se adapten al nuevo entorno organizacional del siglo XXI.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Atención al cliente

Botero M.; Peña P. (2003). El hecho que una empresa tenga hoy en día participación en el mercado es debido que se tiene un buen enfoque estratégico de

gestión de calidad, significa que aplicaron prácticas valiosas, aunque debe ser mejorada en aspectos significativos de su estructura. En la actualidad el servicio al cliente es una práctica que se ha vuelto inevitable, permanente y necesaria para cualquier organización o empresa de dicho sector tanto comercial como industrial. Los clientes necesitan tener la mayor atención y mejor trato, desean exactamente lo que quieren, en el lugar y la forma como lo desean. En el mundo globalizado, numerosas organizaciones se están dando cuenta que los éxitos de las empresas dependen esencialmente de las estrategias implantadas en gran medida del grado hasta el cual pueden satisfacer a sus clientes. Así el servicio al cliente aparece como el factor diferenciador en el mercado, convirtiéndose en la estrategia, en el nuevo producto, indispensable para sobrevivir en los mercados actuales. Con tal razón, las empresas deben realizarse un cambio estratégico que implique dejar de pensar en los clientes como en una masa indiferenciada de personas que compran un producto o servicio, y comenzar a considerarlos como un conjunto de individuos, identificables y diferenciables, con los cuales se puede establecer una relación uno a uno y servicio que se brinda en los centros de atención a usuarios a través de la herramienta del cliente. La percepción de la calidad en el servicio debe estar respaldada por una estructura y gestión organizacional, de tal forma que se cree una filosofía de servicio que busque superar las expectativas de los clientes. La percepción de un buen servicio está ligada a elementos tangibles, al cumplimiento de promesa, la actitud de servicio, la competencia del personal y la empatía. La percepción referidos hacia los clientes está referidos netamente a la satisfacción de los clientes, mostrando competencia del personal y la empatía. La regulación económica actual pretende generar las condiciones necesarias para llevar a los mercados de distintos sectores generando

competencia en beneficio del usuario. procedimientos, es el estudio presentado bajo artículos de investigación más amplia que tiene como objetivo principal desarrollar una cultura de competitividad generando mayores ingresos para la organización de los distintos negocios.

2.2.2 Gestión de Calidad

Gonzales C. (2007). El concepto de desarrollo de calidad es utilizado desde antes siendo pieza fundamental en el mundo del comercio como de la industria. El concepto de calidad implica satisfacer las necesidades y anhelos de los usuarios. Por lo tanto, partiendo del uso de calidad es sinónimo de excelencia, tenemos que en la actualidad es frecuente utilizar las expresiones sello de calidad o marca de calidad, con ambas lo que se consigue, básicamente con la gestión de calidad y servicio es alcanzar niveles de competitividad en el mercado. Por eso el concepto de calidad tomo mayor alcance en los años 50's donde aparece el cambio de mentalidad en el manejo de estrategia de servicio y calidad. El concepto de calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. En general, podríamos decir que un producto o servicio es de calidad cuando cuenta con insumos de primera, cuenta con diseños atractivo sobre los productos. El concepto de calidad está asociado con satisfacer las necesidades de los consumidores, la calidad es un concepto relativo y depende de la valoración que tiene una persona por las prestaciones de un producto o servicio. De esta forma se explica que un mismo producto puede ser percibido en forma distintas, siendo de manera personalísima el

trato hacia cada cliente. Pero el concepto primordial de la calidad es satisfacer los requerimientos del cliente, en el grado con el que cumpla con las especificaciones. Calidad es la aplicación de los principios y técnicas estadísticas en todas las fases de la producción dirigida a la fabricación más económica de un producto que es útil en grado máximo y tiene mercado. El círculo de calidad se transforma en un proceso de mejora continua, para analizar cuál es la problemática y esto nos ayuda a conocerlo mejor, y no dejar de descuidar el proceso. Para poder estar dentro de la nueva era de la economía, se tiene que establecer el liderazgo dirigido al cambio, sabemos que el cambio de cultura no es fácil, que las altas gerencias pueden lograrlo con métodos estratégicos de gestión y de servicio de calidad. Se tiene que mejorar el sistema de producción y de servicios, esto debe hacerse de una forma constante y permanente para poder mejorar la calidad y productividad, y reducir los errores que conlleva a una baja económica de los ingresos. Sin dejar de lado la supervisión es responsabilidad de la administración y debe de eliminar las barreras que le impidan al trabajador desarrollar sus actividades con orgullo.

Mateo R. (2010). Según este autor define a la palabra gestión de calidad descomponiendo en palabras y darle una definición por separado:

Sistema. Es el conjunto de elementos relacionados ordenadamente a un determinado objeto.

Gestión. Es la acción o efecto de hacer actividades para un negocio. De estas dos definiciones podemos definir que un sistema de gestión de calidad son actividades

netamente empresariales, planificadas y controladas, sobre el elemento para lograr la calidad.

Los elementos de un sistema de gestión de calidad se encuentran los siguientes:
Estructura organizacional, planificación, recursos, procesos, procedimientos.

La estructura organizacional. se define como la jerarquía de funciones y responsabilidades que tiene una empresa para alcanzar sus objetivos diseñado.

La planificación. Es el conjunto de actividades que permiten a la organización llegar a los objetivos que se ha planteado.

El recurso. Es todo aquello que está relacionado con la infraestructura, los recursos que presenta una empresa para un mejor desarrollo.

Los Procedimientos. Son la forma de seguir un proceso, cuáles son los pasos detallados que se deben de seguir en la organización de las empresas.

Todos estos elementos mencionados están relacionados dinámicamente entre sí. La Planificación de la Calidad: Son actividades para establecer los requisitos y los objetivos para calidad y para la aplicación de los elementos de un Sistema de Calidad.

La planificación de la calidad consta de los siguientes pasos:

- Establecer el proyecto
- Identificar los clientes
- Identificar los requisitos del cliente
- Desarrollar el producto
- Desarrollar el proceso

El Control de la Calidad, son conjuntos de operaciones para mantener la estabilidad y evitar debilidades para cambios adversos, para mantener el desempeño actual es necesario de estabilidad, se mide el desempeño actual y se comparan con objetivos establecidos que se encuentren en dicha organización y empresas. La mejora de calidad se establece en las actividades que llevan a la organización hacia mejores cambios, en el nivel de sector comercial y de servicios. Para que un sistema de gestión de calidad falle, es necesario que incumpla con las normas de gestión.

ISO 9001:2008 – Requisitos para un sistema de gestión de la calidad

La norma ISO 9001:2008. No es más que un documento que establece requisitos para la implementación de un sistema de gestión de la calidad, y que pertenece a la familia ISO 9000 la cual es un conjunto de normas que representa un consenso internacional en buenas prácticas de gestión con el objetivo de que una organización pueda entregar productos y servicios que satisfagan los requisitos de calidad de los clientes.

La familia de normas ISO 9000 se divide en tres, como se presenta a continuación:

Familia de normas ISO 9000. Como se puede observar en el gráfico, la ISO 9001:2008 es la única norma dentro de la familia que establece requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad y la única que es auditable y certificable.

Es necesario aclarar que la norma ISO 9001 solo establece requisitos, es decir, el QUÉ tenemos que hacer, pero no nos dice COMO debemos de hacerlo por lo que

contribuye a que el documento sea flexible y pueda ser aplicado a diversos sectores. A continuación, se presentan algunos paradigmas de la norma:

La ISO 9000:2005 es la norma de fundamentos y vocabulario y en ella se encuentra la definición de los términos utilizados en todo el conjunto de normas que comprende la familia 9000, los 8 principios de la calidad en la cual está basada la familia de normas ISO 9000 y una breve introducción a los Sistemas de Gestión de Calidad.

2.2.2 Servicio

Guido J. (2014). En su libro *“el servicio que nos merecemos”* nos muestra un enfoque sobre las relaciones entre empresas y clientes: Aunque, en nuestro país, los empresarios parecen ser muy conscientes de la importancia de la buena atención, en la práctica, salvo honrosas excepciones, la calidad de los servicios en este aspecto deja mucho que desear. ¿Cuáles son las razones que explican esta brecha entre el ideal al que se aspira y la realidad que se observa en el día a día?

Todas las personas aspiran a hacer un trabajo de calidad, pues lo natural es que quieran tener éxito, hacer bien las cosas. Pero lo que se observa en la práctica es que las expectativas que tienen no siempre se concretan en hechos reales. Por ejemplo, es habitual que un empresario considere que está haciendo muy bien su propio trabajo por los resultados que obtiene, cuando esto no necesariamente es así. Como en el Perú no estamos acostumbrados a dar o recibir retroalimentación, el cliente que no se sintió satisfecho con el servicio nunca le dirá al dueño *“oye, me estas atendiendo mal”*, sino que simplemente se ira y se lo contará a todo el mundo: a sus familiares, a sus amigos,

a sus compañeros de trabajo. Entonces se quejará durante toda la semana de lo mal que lo atendieron en ese negocio, pero la empresa seguirá trabajando con estándares deficientes y, probablemente, el jefe ni se dará cuenta del problema que tiene.

Lo que hay es una especie de conformismo, que se expresa en frases como “*no te preocupes*”, “*déjalo así nomás*”, “*ya no importa*”. ¿Pero cómo no va a importar que te atiendan bien? Lo que pasa es que tenemos un pobre concepto de la calidad, un concepto cortoplacista, es decir, queremos que todo nos salga bien de inmediato y sin esfuerzo. Por eso, los peatones son incapaces de tomarse la molestia de caminar unos pasos más y cruzar por las ceras pintada en la esquina. No tienen que cruzar por media pista y en diagonal porque sienten que así, ahorrándose el trabajo de caminar unos pasos más, ya se están ganando algo, aunque eso signifique arriesgar su vida. Y quien no puede hacer con calidad algo tan elemental como cruzar la calle, ¿Cómo va a estar en condiciones de exigir calidad a los demás?

La calidad es algo que se va construyendo por la suma de experiencias, de fracasos, de errores. No naces sabiendo hacer las cosas con calidad, sino que vas aprendiendo, a través de un largo camino en el que te equivocas y corriges. La calidad es una construcción que nace de la perseverancia y de la vocación por hacer bien las cosas, de las ganas de buscar la perfección utilizando, de la mejor manera posible, los elementos que se cuenta.

Totalmente de acuerdo. Creo que, en el Perú, muchos mensajes se han entendido bastante mal o han sido manipulados. “*El ganaras el pan con el sudor de tu frente*” se ha entendido como “*Ganaras el pan con el sudor del de enfrente*”, y entonces buscamos el aprovechamiento máximo, el ganar mucho en el plazo más breve

y con el menor esfuerzo posible. La idea parece ser *“quiero poner un negocio ahora y ganar plata inmediatamente. Y si mi cliente queda satisfecho, que me importa, lo único que interesa es ganar”*.

Muchas personas aceptan cualquier trabajo o emprenden cualquier negocio pensando solo en ganar dinero, y luego la insatisfacción es tan grande que se desahogan con el cliente en el momento de atenderlo. Algo similar sucede con las personas que toman cualquier empleo, como consideran que no tienen la posibilidad de elegir, entonces se aferran a lo que se les presenta.

La consecuencia es que trabajan con una insatisfacción permanente que transmiten en cada contacto con el cliente, porque el sentimiento que las guía no es el deseo de hacer las cosas bien, sino la rabia. Su actitud equivale a decirle a cada cliente *“Encima de que no me gusta este empleo y me pagan mal, te apareces tú y me complicas la vida”*.

La calidad es la llave para ingresar al mundo globalizado. Sin calidad no se puede competir, exportar, participar en el amplísimo mercado global. Sin embargo, me parece que nosotros nos hacemos los que cumplimos con los estándares internacionales, pero en el fondo no creemos en ellos.

He visitado algunas empresas que muestran orgullosas las certificaciones ISO que obtienen, pero también he comprobado que su personal no está realmente comprometido, no mantiene un estándar alto de trabajo. Hasta ha llegado a preguntarme si su ISO no será bamba, comprado en Azángaro.

El ejecutivo **Gabriel Vallejo López** tiene 18 años viviendo de cerca el tema del servicio al cliente. Lo que ha visto es que cada vez más las empresas dicen que el cliente es su prioridad, pero eso resulta ser una teoría.

Esas situaciones, entre otras, llevaron a Vallejo y a Fernando Sánchez a publicar el libro 'Un paso adelante: cómo lograr la ventaja competitiva a través del servicio al cliente'. El libro, publicado por Editorial Norma, según Gabriel Vallejo, propone un esquema en el cual el cliente prime en la estructura de la empresa. De acuerdo con Vallejo, junto con Sánchez, buscan en el texto mostrar el mundo del servicio desde el punto de vista práctico. "Cuando uno le pregunta a alguien –dice– qué experiencia grata ha tenido en el tema del servicio en los últimos tres días, tiene que pensar 15 ó 20 minutos, pero cuando uno pide una experiencia negativa aparecen infinidad de ejemplos". El error de las grandes compañías es, invertir más en infraestructura y no en la calidad de producto y servicio de atención al cliente.

Según Vallejo, más que un secreto para tener una buena atención a los clientes se debe hablar de la coherencia y de una filosofía. Se trata de que con el mismo empeño que se mide el ahorro de costos o el nivel de ventas, se mida el nivel de satisfacción de los clientes, porque es el que va permitir la supervivencia de las empresas. Para las empresas o distintas organizaciones no debe ser un miedo el invertir en capacitaciones, presentar un personal capacitado traerá mejores frutos a la empresa u organización que se desenvuelven.

El libro plantea que, si para una compañía el cliente es la prioridad, ésta tiene que diseñar su estrategia y organizar su estructura, pensando en él y no pensando en la propia empresa, que es lo que se ve en la mayoría de los casos. Implantar procesos estratégicos de manera constante, con objetivos planteados, y con la misión y visión de cada compañía.

Es necesario, dice, que, en el comité de presidencia, donde se habla de ventas y de flujo de caja, alguien se refiera a la satisfacción de los clientes. Cada empresa debe plantearse metas, para seguir adelante con el objetivo principal que es el de la satisfacción de los clientes.

Agrega que un departamento de servicio al cliente no tiene la capacidad de cambiar procesos y hábitos de los empleados para atender bien.

“Al cliente no le importa que le digan que tiene la razón o no –señala Vallejo– Quiere tres cosas: claridad en lo que le dicen cuando le dicen que no, comunicación oportuna y reparación de los daños”.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 La micro y pequeña empresa

El concepto de “Mypes” tiene un sin número de acciones, dependiendo de la institución que lo define o a la realidad en la que se ubica. A continuación, se exponen

algunas de ellas, para posteriormente determinar qué acepción se tomará en cuenta en esta investigación.

Según un estudio promovido por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, Álvarez y Durán proponen definir homogéneamente a las empresas según su tamaño, como se observa en la Tabla 1 (2009, pp.31-32):

Tabla 1. Caracterización de las Mypes según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes).

Tamaño de economía vs Empresa	Micro	Pequeñas
Grandes	1 a 10	76 a 250
Medianas	1 a 10	11 a 50
Pequeñas	1 a 10	11 a 35

Adaptado de: Álvarez y Durán (2009)

Según este estudio, el Perú se encuentra caracterizado como una economía mediana, por lo cual, las Mypes, para este contexto, se definen como empresas que tienen entre 1 a 50 trabajadores (Álvarez y Durán, 2009, p.32).

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo, define a las Mypes según el número de los asalariados, tal como se muestra en la Tabla 05 (Oficina Internacional del Trabajo, 2004, párr.322):

La definición de Mypes en el Perú ha variado a través del tiempo. Para este estudio analizaremos las tres últimas variaciones: la Ley N.º 28015 correspondientes al año 2003, el Decreto Legislativo N°1086, correspondientes al año 2008, y la Ley N°30056, correspondientes al año 2013. A continuación, se exponen los dos casos:

Según la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios ((Ley N.º 28015, 03/07/2003).

Asimismo, según la Ley en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT, tal como se muestra en la Tabla 2:

Tabla 2. Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N°28015

Tamaño de empresa	Nº Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-50	De 150 a 850 UIT

Adaptada de: Ley N°28015 (2003)

Según el Artículo N°4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley Mypes (Decreto Supremo N° 007-2008-TR,2008), se define a la Micro y Pequeña Empresa como “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De igual modo, según el Decreto Supremo en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores y ventas anuales de hasta 1700 UIT, tal como se muestra en la siguiente Tabla 3:

Tabla 3. Características de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008

Empresa según criterio	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-100	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 2008

De acuerdo con las modificaciones a los artículos 1, 5,14 y 42 Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley N° 30056), las Mypes se definen sólo por el volumen de ventas anuales, como se detalla en la Tabla 4:

Tabla 4. Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056

Tipo de empresa	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Ley N° 30056 (2013)

A partir de estos conceptos recogidos a través de estas tres instituciones, se ha elaborado un cuadro de ventajas y desventajas para poder definir el término MYPE para esta investigación. A continuación, se detalla en la Tabla 5:

Tabla 5. Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de Mypes

Propuesta según la entidad	Ventajas	Desventajas
GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes	Es un indicador que trata de abordar un concepto común de Mypes en el mundo, lo cual nos permitirá medir a las Mypes peruanas en términos de desarrollo de comercio electrónico, no sólo en el Perú, sino con respecto a otros países.	Sólo proponen un indicador, el cual aborda el número de trabajadores en la empresa, más no el de ventas u otras características. El indicador no es igual para las Mypes de todos los países, sino que difiere en función a tres niveles económicos, lo cual nos limita en cierto grado la comparación
Organización Internacional del Trabajo	Es un indicador que dentro de un rango general, de 1 a 50 trabajadores, es igual al que propone la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes en la opción elegida para el Perú	Sólo proponen un solo indicador para medir a las Mypes: número de trabajadores en una empresa. Los rangos propuestos para este indicador son muy imprecisos y no se logra

		ubicar en qué posición se encuentra el Perú
Gobierno Peruano	Muestra dos indicadores: el número de trabajadores y el rango de ventas. Existen dos estudios para definir Mypes	Los rangos propuestos, sobre todo con el número de trabajadores, son muy disímiles a los propuestos por las otras dos entidades. El nivel de ventas se mide a través del indicador UIT (monto no fijo).

A partir de este análisis de ventajas y desventajas acerca del uso de conceptos, se ha optado por crear una definición apropiada de MYPE para esta investigación, al acoplar las definiciones propuestas por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes y la definición propuesta por Gobierno Peruano en la Ley N°28015 del año 2003. Con respecto a esto último, se tomará en cuenta la legislación anterior, ya que nos permitirá comparar el nivel de ventas y juntar este indicador con aquel propuesto por la GTZ- Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, el cual es el número de empleados.

En este sentido la definición de Mypes que se utilizará en esta investigación estará definida por tener 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT.

2.3.2 Glosario de términos

Asistencia. Comprende los servicios prestados a los individuos o a la comunidad por el sistema sanitario o por los profesionales de la salud con el objetivo de promocionar, mantener, controlar o restablecer la salud. La asistencia sanitaria

recoge una amplia gama de servicios y actividades realizados por equipos de personal sanitario. Es un concepto diferente al de asistencia médica, que se refiere a los actos diagnósticos y terapéuticos efectuados por -o bajo la supervisión de- un médico. **(Wojtczak, 2003)**

Atención primaria de salud. La Organización Mundial de la Salud define la atención primaria de salud como el principal sistema de asistencia sanitaria a nivel local en el sistema sanitario de un país. Es la asistencia sanitaria básica a un coste que la comunidad se puede permitir y que se lleva a cabo con métodos prácticos, científicamente demostrados y socialmente aceptables. Todas las personas de la comunidad deben tener acceso a la misma, y todos deben estar implicados en ella. Además de tratar correctamente las enfermedades y lesiones más habituales, de proveer los medicamentos esenciales, promover la salud materno-infantil, y de prevenir y controlar las enfermedades endémicas locales y las vacunaciones, la medicina de atención primaria también debe incluir la educación de la comunidad sobre los problemas sanitarios de mayor prevalencia y los métodos para prevenirlos, promover una correcta nutrición, el consumo de agua potable y de las medidas higiénicas básicas. **(Wojtczak, 2003).**

Calidad asistencial. Nivel de resultados o de logros que caracteriza a la asistencia sanitaria. En última instancia, la medición de la calidad asistencial depende siempre de los resultados clínicos o de los juicios de valor, aunque existen ingredientes y determinantes de la calidad que se pueden medir de manera objetiva como la estructura, los procesos o procedimientos y los resultados. **(Wojtczak, 2003).**

Enfermedad. Término general que se utiliza para indicar cualquier forma de alteración de la salud de un paciente. Se puede definir como un trastorno de la función del organismo o como un proceso destructivo que afecta a distintos órganos, sistemas o todo el organismo con signos y síntomas reconocibles y, en muchos casos, con una causa conocida. Los términos enfermedad, malestar desajuste se utilizan a menudo de manera indistinta, pero no son sinónimos. Así, mientras que el término enfermedad hace referencia a una disfunción fisiológica o psicológica, el de malestar representa un estado subjetivo del paciente que no se siente bien, y el de desajuste se refiere a una situación de disfunción social, como puede ser el papel que asume el individuo cuando está enfermo. **(Wojtczak, 2003).**

Médico. Profesional cualificado por su formación y autorizado por la ley para la práctica de la medicina. La esencia de este tipo de profesional es su capacidad para encontrar soluciones a problemas difíciles para los que no existen respuestas sencillas, así como su competencia para manejar con efectividad situaciones médicas en las que dos pacientes nunca son idénticos, aunque presenten la misma enfermedad. Esto es lo que diferencia al profesional -que debe resolver problemas complejos de carácter habitualmente ambiguo mediante la aportación de soluciones claras- del técnico de alta cualificación. **(Wojtczak, 2003).**

Salud. Según la Organización Mundial de la Salud (1948), la salud se define como "un estado de bienestar físico, mental y social completo, y no simplemente la ausencia de enfermedad o malestar". La salud se define en este caso como un concepto

positivo en el que quedan reflejados los aspectos sociales y personales, así como los aspectos físicos. **(Wojtczak, 2003).**

Bioseguridad. Conjunto de medidas y acciones orientadas a la protección del personal, comunidad y medio ambiente para el manejo de agentes que representan un riesgo a la salud.

Bitácora. Instrumento de registro en donde se inscriben, en hojas foliadas consecutivas, en formato electrónico o manual, las acciones de revisión, de servicio u otras relacionadas a la gestión de equipos médicos, junto con su fecha de realización. **(Tena, 2016).**

Blindaje (o barrera protectora). Es una pared protectora de materiales de atenuación de la radiación, usada para reducir la dosis equivalente de lado opuesto a la fuente de radiación. Un blindaje o barrera primaria es una pared, techo, piso o cualquier otra estructura diseñada para atenuar el haz de radiación al nivel requerido. **(Tena, 2016).**

Centros de salud. Es aquel establecimiento o institución en el cual se imparten los servicios y la atención de salud más básica y principal. Los centros de salud son una versión reducida o simplificada de los hospitales y de los sanatorios ya que, si bien cuentan con los elementos y recursos básicos para las curaciones, no disponen de grandes tecnologías ni de espacios complejos que si existe en hospitales. el objetivo

principal de los centros de salud es el brindar la atención más primaria y urgente ante situaciones de salud que deben ser tratadas. **(Bembibre, 2010).**

Consultorio. Es un espacio físico en el cual un médico o varios médicos asociados atienden a sus pacientes. normalmente los consultorios pueden establecerse en departamentos, casas, o bien formar parte de un centro de asistencia sanitaria. Los consultorios que están integrados a un centro asistencial u hospital consisten en habitaciones que están especialmente acondicionadas para llevar a cabo la mencionada tarea. disponen de un escritorio en el cual el medico entrevista a su paciente, es decir, conversan acerca de los motivos de la consulta. De acuerdo con esos comentarios el medico puede recomendarle determinadas acciones, derivados a otros especialistas, extenderle órdenes para que se someta a alguna práctica, entre otras cuestiones. **(Ucha, 2008).**

Clínica. La clínica observa varios usos. Uno de los usos más extendidos de la palabra es para referirse a la disciplina de la medicina que se ocupa de la observación directa del paciente y de su posterior tratamiento en caso de ser necesario.

A partir de la serie de datos e informaciones que el medico clínico va recolectando a través de la entrevista al paciente, acompañado todo esto por los signos que resultan de la exploración física o de exploraciones complementarias de laboratorio o pruebas de imagen, el medico clínico podrá diagnosticar una enfermedad y pautará un tratamiento para desaparecerla o bien para atenuar sus síntomas. **(Florencia, 2010).**

Inyección. Es una forma de administrar un tratamiento medicamentoso en forma líquida a través de una aguja. Cuando la inyección se coloca en la vena hablamos de inyección intravenosa. Es la mejor vía para utilizar en situaciones de urgencia, pero también cuando debemos aplicar productos cáusticos para evitar el contacto cutáneo o muscular. También se utiliza para colocar productos de contraste al realizar pruebas de imagen médicas. Las venas de grueso calibre son las preferidas para colocar una inyección intravenosa. (Francois, 2014).

Laboratorio. Es un lugar físico que se encuentra especialmente equipado con diversos instrumentos y elementos de medida o equipo, en orden a satisfacer las demandas y necesidades de experimentos o investigaciones diversas, según el ámbito al cual pertenezca el laboratorio en cuestión claro está. También es muy común que las escuelas, universidades o cualquier otro reducto académico cuenten con un laboratorio en el cual se dictaran clases prácticas u otros trabajos relacionados exclusivamente con un fin educativo. (Ucha, 2008).

La buena atención médica. Es el tipo de medicina que practican y enseñan los líderes reconocidos de la profesión médica en un cierto periodo del desarrollo social, cultural y profesional de una determinada comunidad o grupo de población. Los criterios en que se basan los procedimientos básicos de la atención médica en lo relativo tanto a prevención y diagnóstico de las enfermedades como a su tratamiento no son sin embargo estándares definitivos. La práctica médica es un arte, y como tal no puede ser estandarizado, del mismo modo que no se puede uniformar el arte de escribir. Todo escritor obedece ciertas reglas de gramática, pero cada uno mantiene la

individualidad de su expresión; de manera similar, algunos aspectos básicos de la práctica médica actualizada se aceptan de manera general, aunque cada médico desarrolla sus propios métodos y procedimientos. Por tanto, en la descripción de los servicios esenciales para una buena atención médica, únicamente se han utilizado los requerimientos más ampliamente aceptados. En una definición así no tienen lugar los detalles técnicos, que deben ser buscados en las fuentes apropiadas: libros de texto y revistas especializadas de medicina, odontología, enfermería y salud pública. **(Lee, 1933).**

Quirófano. Aquella sala o habitación que se halla en sanatorios, hospitales o centros de atención médica y que está especialmente acondicionada para la práctica de operaciones quirúrgicas a aquellos pacientes que así lo demanden. Asimismo, en el quirófano, se pueden desplegar otras actividades relacionadas, tales como: el suministro de anestesia, una acción de reanimación, entre otras, para así, luego, poder llevar a buen puerto la mencionada intervención quirúrgica. **(Ucha, 2008).**

Sala de espera. Es aquella parte de un edificio, de una casa o de un departamento destinado especialmente para que la gente se siente y espere a que el hecho que están esperando finalmente se concrete. Por ejemplo, cuando uno acude a la consulta de un médico, antes de ingresar a la mencionada consulta y una vez que nos anunciamos, la enfermera o asistente del médico nos pedirá que aguardemos a ser llamados en la sala de espera, un espacio generalmente continuo al consultorio del médico, en el cual se encuentran dispuestas una serie de sillas para que los pacientes aguarden allí sentados la llegada de su turno. **(Ucha, 2008).**

Tecnología médica. Es un área del conocimiento complementaria a las ciencias de la salud que tiene como finalidad llevar a cabo procedimientos de investigación, diagnóstico y tratamientos de diversas enfermedades bajo la vigilancia y supervisión del médico tratante. **(Paz de Andrade, 2014).**

Equipo de disección. Es el conjunto de herramientas empleadas en distintas aplicaciones como son cortar, producir hemostasia, sujetar, exponer tejidos, etc. Saber cuál es la utilidad de cada pieza es fundamental porque será el instrumental que se ocupa para cualquier cirugía. El equipo de disección se clasifica de acuerdo con la utilidad de los instrumentos que cumplen distintas funciones. Estuche de disección, elementos de corte, elementos de sujeción, fórceps, presión, etc. **(Botello, 2014).**

CAPÍTULO III HIPÓTESIS

El tipo de investigación que se desarrolló en el presente informe es del tipo descriptiva y no requiere de hipótesis.

Sin embargo, se formula una hipótesis general y específicas que parte de ciertos supuestos que se desea comprobar.

3.1 Hipótesis General

Las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Calleria, que alinean su gestión con un enfoque de atención al cliente, cumplen con los atributos de valor de servicio de sus clientes.

3.2 Hipótesis Específicas

- Las mypes del sector servicio, clínicas del distrito de Callería, que aplican las técnicas de gestión de calidad presentan un esperado desempeño respecto a la expectativa de sus clientes.
- Como parte de la gestión de calidad, las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Callería, exhiben su misión, visión y valores y es de conocimiento de la empresa.
- Las mypes del sector servicios, clínicas ubicadas en el distrito de Calleria, mantiene actualizados todos sus permisos de operación.

CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo de investigación

Es del tipo cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.2 Nivel de investigación

Es nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizó comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

4.3 Diseño de la Investigación

El diseño de esta investigación será no experimental – transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

4.3.1 No experimental

La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

4.3.2 Descriptivo

La investigación tendrá carácter descriptivo, sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.

4.3.3 Correlacional

Analiza el comportamiento de dos o más variables. Para nuestra investigación, Gestión de Calidad y Atención al Cliente.

4.4 Universo o Población

4.4.1 Población

La población está constituida por las 18 micros y pequeñas empresas dedicadas al sector servicios, Clínicas, para tal efecto se solicitó información a los registros de la Dirección Regional de Salud de Ucayali y Sunat.

4.4.2 Muestra

La muestra se determina mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Reemplazando:

N= Población (18 mypes de Centros de Salud Privados)

E= 5% (0.05) Margen de error

P= 0.5 probabilidad de éxito

Q= 0.5 probabilidad de fracaso

Z = 95% (1.96) Nivel de confianza

Para nuestra investigación, la muestra se determina en 17 clínicas.

4.5 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 6

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Es el estilo de conducción de una organización bajo un enfoque de mejora continua y cumpliendo los requerimientos del cliente con eficiencia y eficacia	Plan de Calidad	- Diseño. - Aplicación	Nominal
		Procesos Estandarizados	- Selección de Procesos - Difusión	Nominal
		Misión, Visión, Valores	- Difunda. - Todos lo conocen	Nominal
Enfoque en atención al cliente	Es destinar el plan de acciones en identificar, organizar, satisfacer y evaluar los atributos que valora el cliente.	Nivel de Servicio	- Plan - Capacitación	Nominal
		Atención a quejas y sugerencias.	- Actitud de servicio - Calidad de Servicio - Tiempo de atención	Nominal

Fuente: Elaboración Propia

4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

4.6.1 Técnicas

Se utilizó la observación, entrevistas y encuesta para la obtención de los datos necesarios a la investigación.

4.6.2 Instrumentos

Se elaboró un cuestionario estructurado contenido en una encuesta.

4.7 Plan de análisis de datos

Los datos recolectados en la investigación serán tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizará el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22.

4.8 Matriz de Consistencia

Tabla 7

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<p>La falta de capacitación y actitud de servicios menoscaban la imagen de las mypes del sector servicios, Clínicas del distrito de Callería año 2017.</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar si las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Calleria, año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar si las mypes en el sector servicios, clínicas del distrito de Calleria, se encuentra en el marco de la formalización. 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Atención al Cliente.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Gestión de Calidad.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL Las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Calleria, que alinean su gestión con un enfoque de atención al cliente, cumplen con los atributos de valor de servicio de sus clientes.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las mypes del sector servicio, clínicas del distrito de Callería, que aplican las técnicas de gestión de calidad presentan un esperado 	<p>TIPO. El tipo de investigación es cuantitativo.</p> <p>NIVEL: El nivel de la investigación es no experimental, descriptivo, transversal.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA Población: 18 mypes del sector servicios, clínicas del distrito de Callería.</p>	<p>Técnica: Encuesta. Aplicada a las mypes del sector servicios, clínicas del distrito de Callería.</p> <p>Instrumento: Encuesta</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer si las mypes del sector servicios, clínicas del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente. • Conocer si las mypes en el sector servicios, clínicas del distrito de Callería, capacitan a su personal según los requerimientos del cliente. 		<p>desempeño respecto a la expectativa de sus clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como parte de la gestión de calidad, las mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Callería, exhiben su misión, visión y valores y es de conocimiento de la empresa. • Las mypes del sector servicios, clínicas ubicadas en el distrito de Calleria, mantiene actualizados todos sus permisos de operación. 	<p>Muestra: Se determinará en 17 clínicas.</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	--

Fuente: Elaboración Propia.

4.9 Principios éticos.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, en todo su desarrollo:

- **Respeto por las personas.** Este principio incorpora al menos dos convicciones éticas; primera: que los individuos deben ser tratados como agentes autónomos; segunda: que las personas con autonomía disminuida tienen derecho a protección. El principio del respeto por las personas se divide entonces en dos requerimientos morales separados: el de reconocer la autonomía y el de proteger a quienes la tienen disminuida.
- **Equidad.** Dar a cada uno lo que le corresponde, es un valor de seguir con las normas implantadas, desde tiempos remotos adquirido mayor auge y con gran sentido de igualdad.
- **Justicia.** Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas. ¿Quién debiera recibir los beneficios de la investigación y quién soportar sus cargas?; esta es una cuestión de justicia en el sentido de "equidad en la distribución" o "lo que se merece". Ocurre injusticia cuando se le niega a una persona algún beneficio al que tiene derecho sin que para ello haya una buena razón, o se le impone indebidamente alguna carga. Otra manera de concebir el principio de la justicia es que los iguales deben ser igualmente tratados. Sin

embargo, este planteamiento requiere explicación. ¿Quién es igual y quién desigual?; ¿qué consideraciones justifican apartarse de la distribución igual?; casi todos los tratadistas conceden que las distinciones basadas en la experiencia, la edad, la carencia, la competencia, el mérito y la posición si constituyen algunas veces criterios que justifican el tratamiento diferencial para ciertos propósitos. Es entonces necesario explicar en qué aspectos la gente debe ser tratada igualmente. Hay varias formulaciones ampliamente aceptadas de formas justas para distribuir las cargas y los beneficios.

CAPITULO V RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

A: DATOS GENERALES

TABLA 8

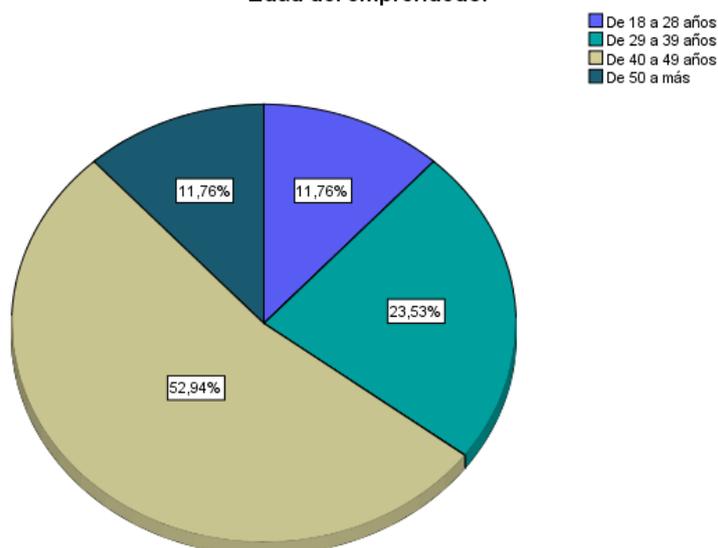
Edad del emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 18 a 28 años	2	11,8	11,8	11,8
De 29 a 39 años	4	23,5	23,5	35,3
De 40 a 49 años	9	52,9	52,9	88,2
De 50 a más	2	11,8	11,8	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Gráfico 1

Edad del emprendedor



Interpretación:

Según el gráfico, 11% están en el rango “de 18 a 28 años”; 23,53% “de 29 a 39 años”; 52,94% “entre 40 y 49 años” y el 11,76% “de 50 años a más”.

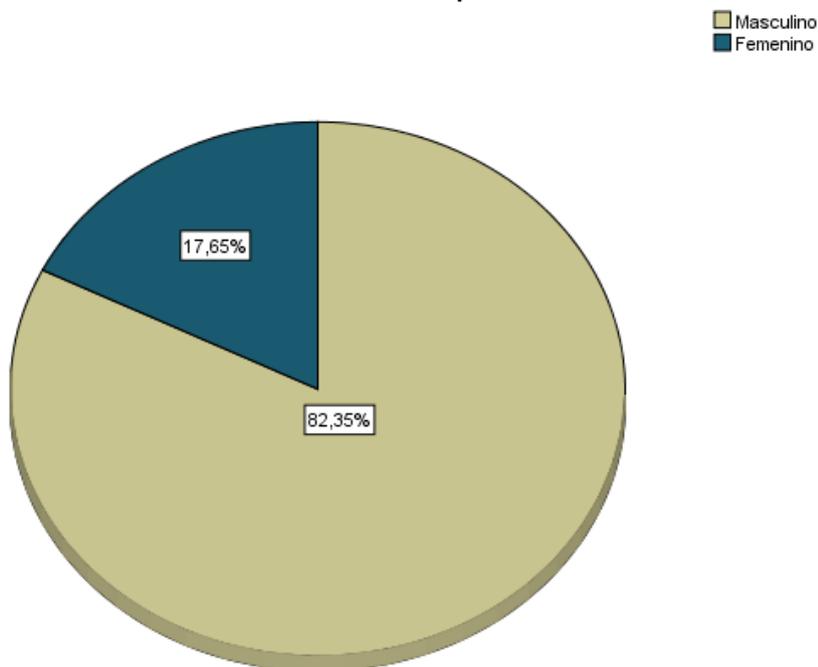
TABLA 9
Sexo del emprendedor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	14	82,4	82,4	82,4
	Femenino	3	17,6	17,6	100,0
Total		17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 2

Sexo del emprendedor



Interpretación:

Según el gráfico, el 82,35% de emprendedores son de sexo masculino y el 17,65% del sexo femenino.

TABLA 10

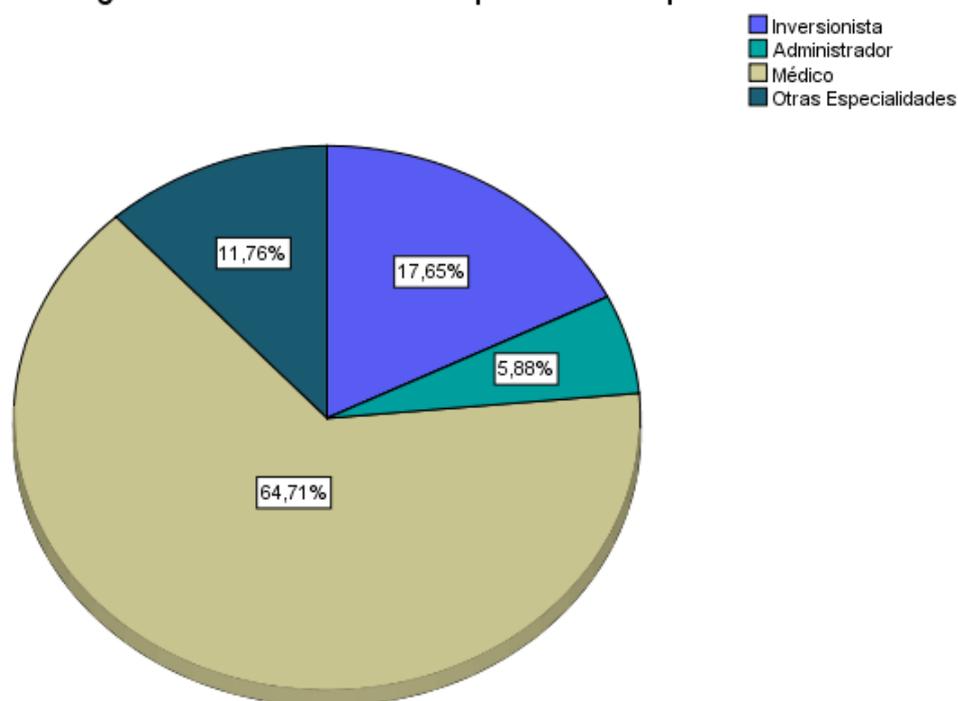
¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inversionista	3	17,6	17,6	17,6
	Administrador	1	5,9	5,9	23,5
	Médico	11	64,7	64,7	88,2
	Otras Especialidades	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 3

¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?



Interpretación:

Según el gráfico, el 17,65% son inversionistas; 5,88% de profesión Administrador; 64,71% médicos y 11,76% otras especialidades.

TABLA 11

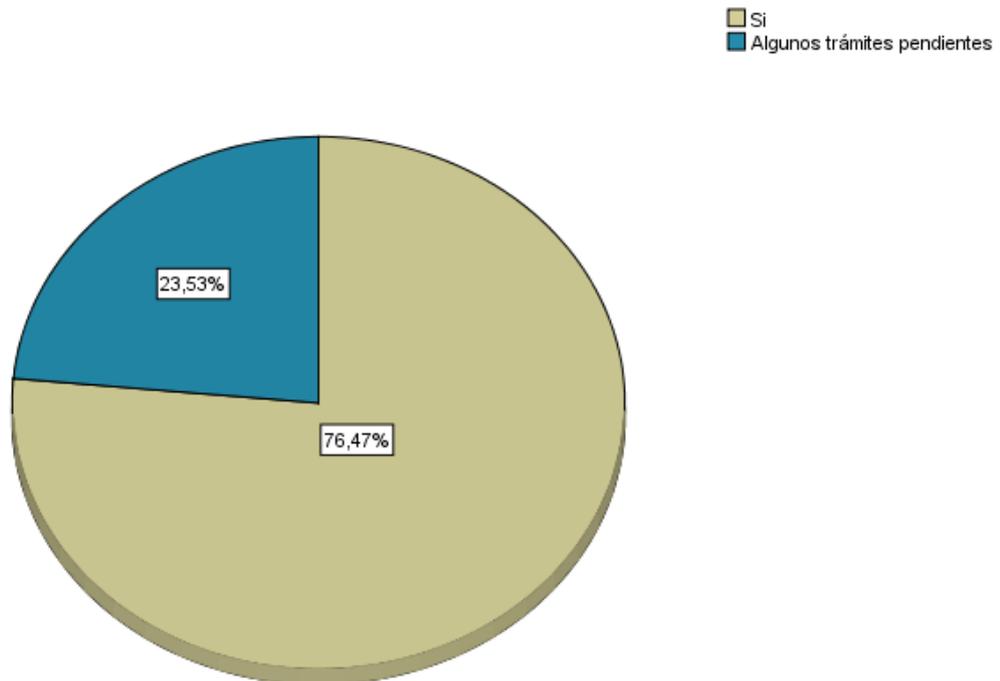
¿Su empresa está formalizada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	13	76,5	76,5	76,5
Algunos trámites pendientes	4	23,5	23,5	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Gráfico 4

¿Su empresa está formalizada?



Interpretación:

Según el gráfico, el 76.47% están formalizados y el 23,53% tiene trámites pendientes por actualización y/o renovación.

TABLA 12

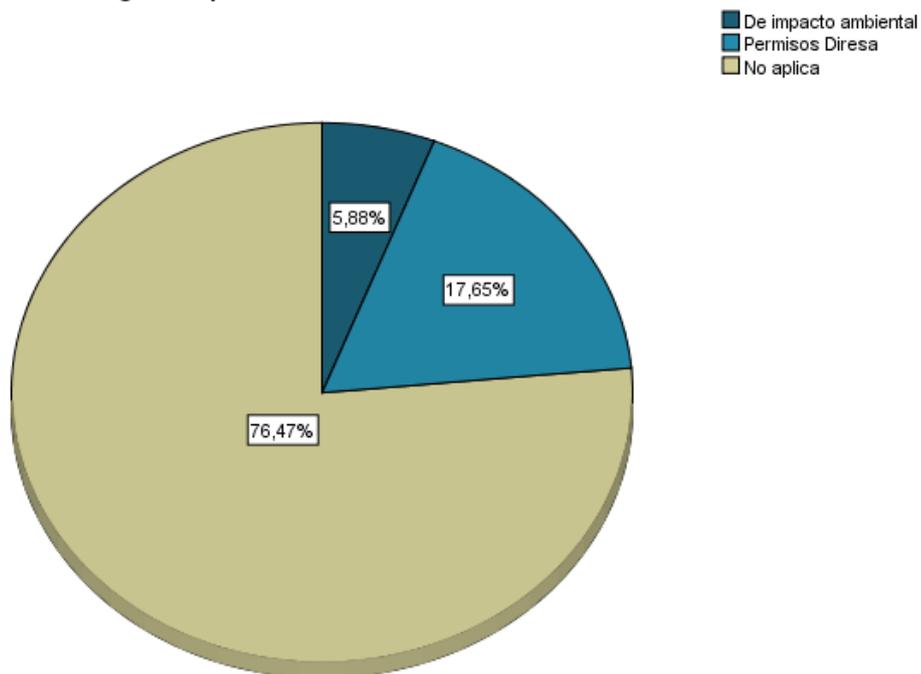
¿Qué tipo de trámites de formalización no culmina?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De impacto ambiental	1	5,9	5,9	5,9
Permisos Diresa	3	17,6	17,6	23,5
No aplica	13	76,5	76,5	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 5

¿Que tipo de trámites de formalización no culmina?



Interpretación:

Según la información obtenida, entre los trámites pendientes destacan: evaluación de impacto ambiental (5.88%); renovación y/o actualización de permisos de la Dirección Regional de Salud (17,65%).

TABLA 13

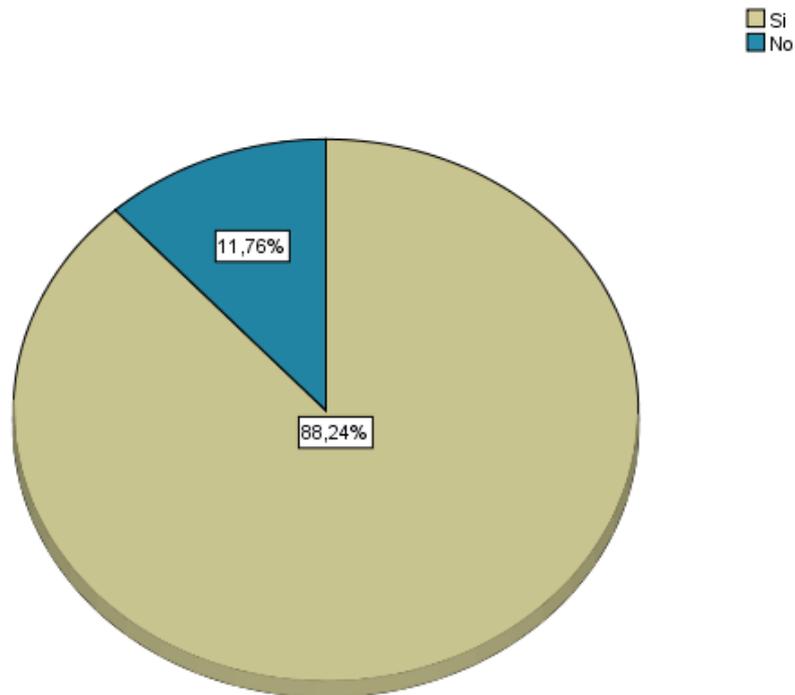
¿Se ha constituido como persona jurídica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	88,2	88,2	88,2
	No	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Gráfico 6

¿Se ha constituido como persona jurídica?



Interpretación:

Según el gráfico, el 88,24% están constituidas como personas jurídicas. Como persona natural 11,76%

TABLA 14

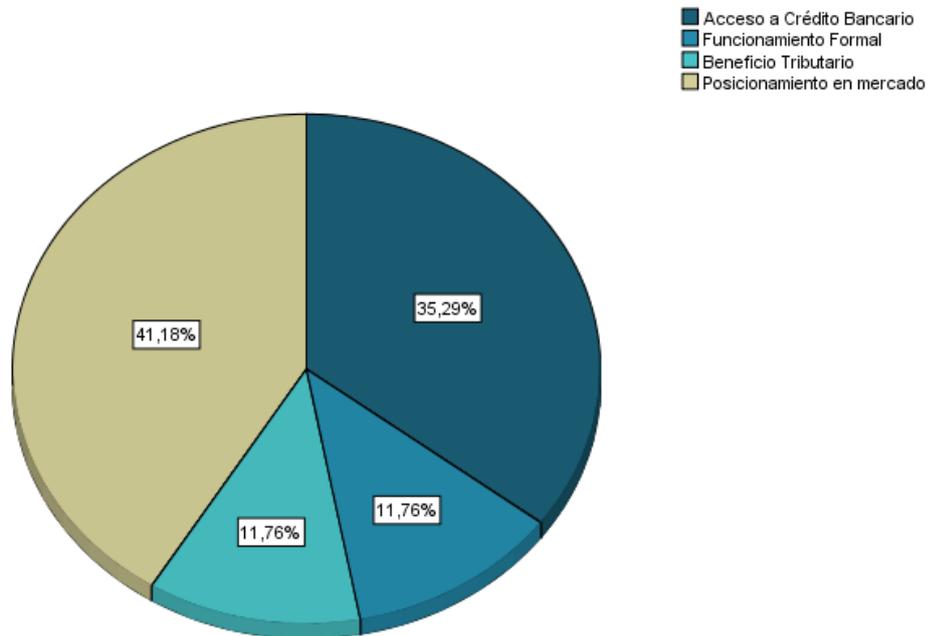
¿Qué beneficios identifica de la formalización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Acceso a Crédito Bancario	6	35,3	35,3	35,3
	Funcionamiento Formal	2	11,8	11,8	47,1
	Beneficio Tributario	2	11,8	11,8	58,8
	Posicionamiento en mercado	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 7

¿Qué beneficios identifica de la formalización?



Interpretación:

Según el gráfico, 35.29% por “acceso a créditos bancarios”; 11.76% “funcionamiento formal”; 11.76% “beneficios tributarios” y 41,18% “posicionamiento del mercado”.

TABLA 15

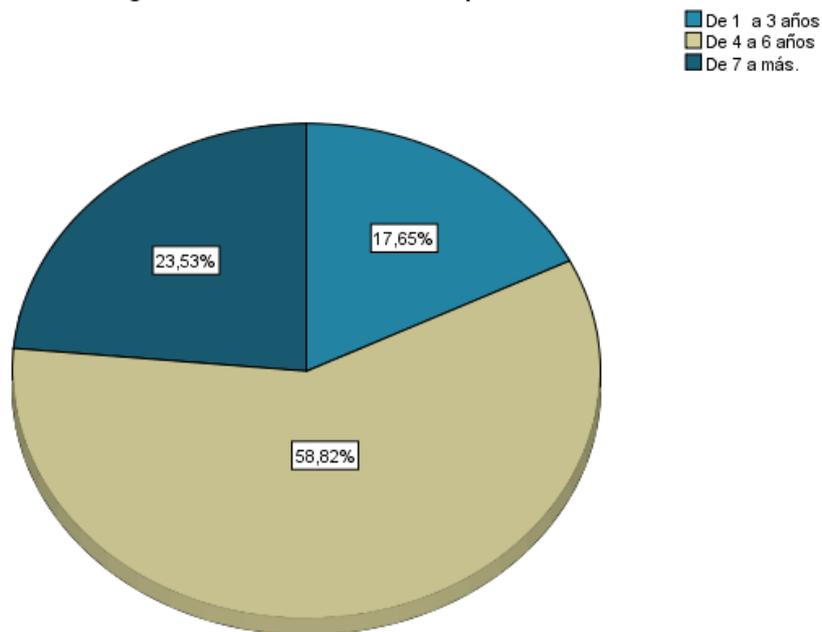
¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 1 a 3 años	3	17,6	17,6	17,6
De 4 a 6 años	10	58,8	58,8	76,5
De 7 a más.	4	23,5	23,5	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Gráfico 8

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?



Interpretación:

Según el gráfico, el 17,65% tiene de 1 a 3 años; 58,82% de 4 a 6 años y de 23,53% de 7 años a más.

TABLA 16

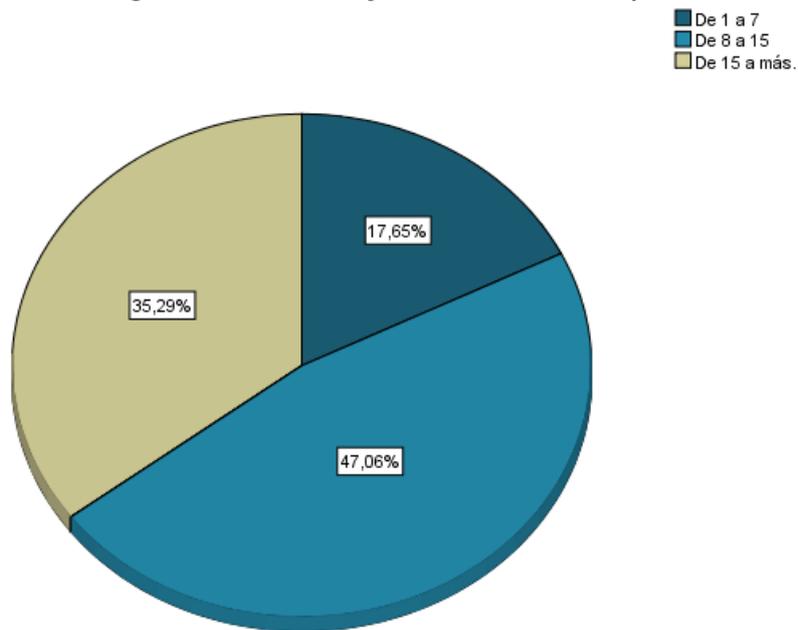
¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 1 a 7	3	17,6	17,6	17,6
De 8 a 15	8	47,1	47,1	64,7
De 15 a más.	6	35,3	35,3	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Gráfico 9

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?



Interpretación:

Según el gráfico, 17,65% “de 1 a 7 trabajadores”; 47,06% “de 8 a 15 trabajadores” y 35,29% “de 15 trabajadores a más”.

TABLA 17

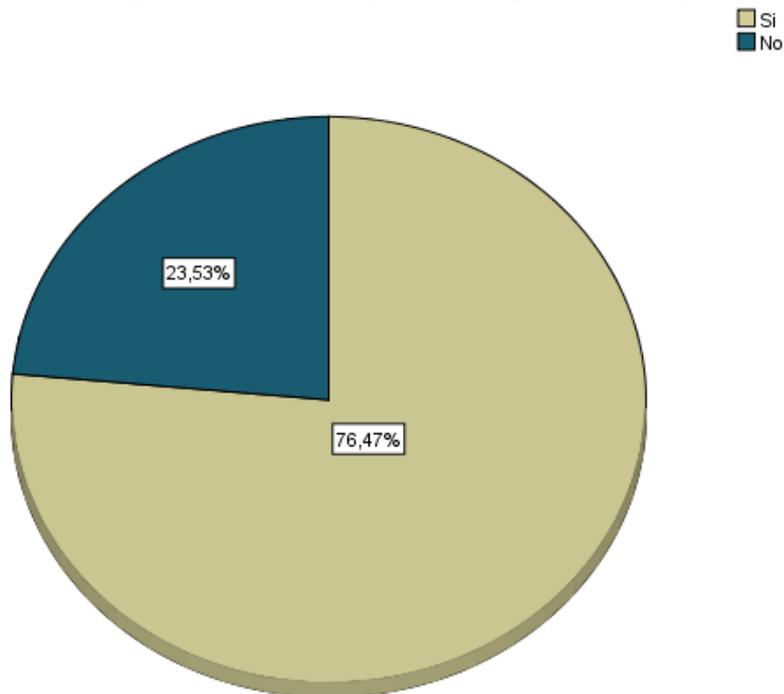
¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	76,5	76,5	76,5
	No	4	23,5	23,5	100,0
Total		17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 10

¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?



Interpretación:

Según la información de las encuestas, el 76% de las Clínicas registran a sus trabajadores en planilla. 23.53% definitivamente no.

TABLA 18

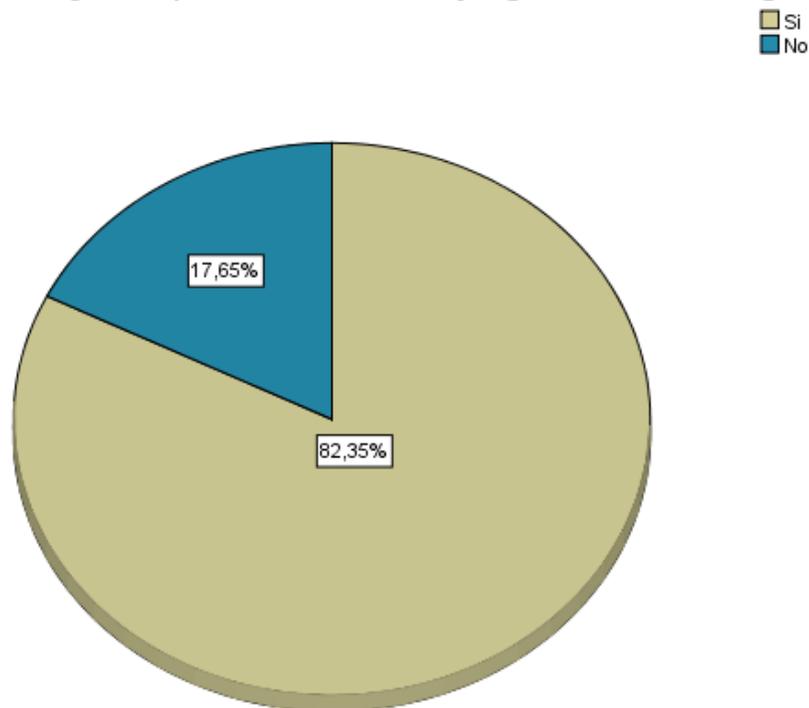
¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	82,4	82,4	82,4
	No	3	17,6	17,6	100,0
Total		17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 11

¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios?



Interpretación:

Según la investigación, el 82,35% sigue un plan de negocios a diferencia del 17,65% que aún no establece un plan de negocios.

TABLA 19

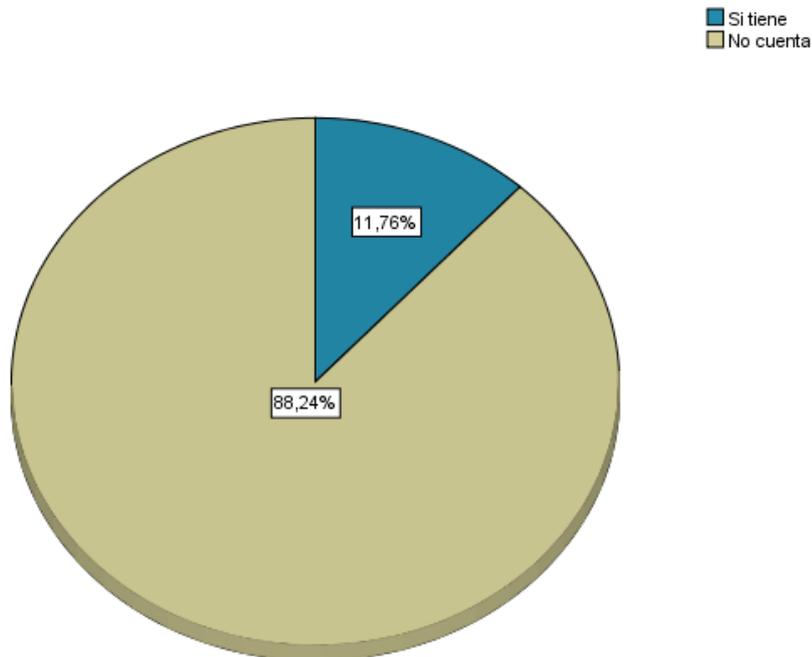
¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si tiene	2	11,8	11,8	11,8
	No cuenta	15	88,2	88,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 12

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?



Interpretación:

Según la encuesta, el 11,76% si definió y publica la misión, visión y valores de la organización e hizo de conocimiento a sus colaboradores. Otro hallazgo, 88,24% no aplica.

TABLA 20

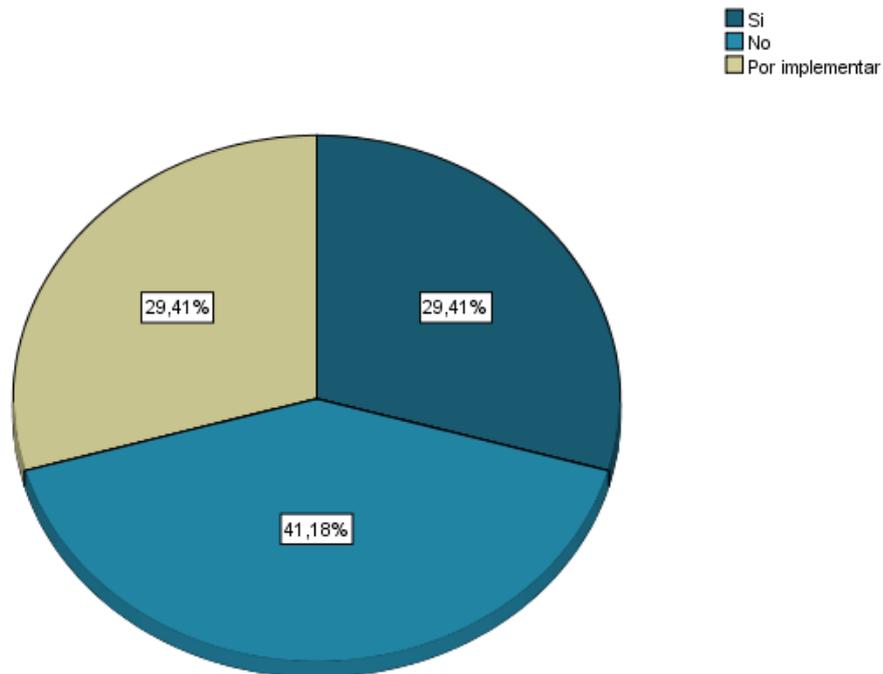
¿Evidencia una gestión de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	29,4	29,4	29,4
	No	7	41,2	41,2	70,6
	Por implementar	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 13

¿Evidencia una gestión de atención al cliente?



Interpretación:

Según el trabajo de campo, el 29,41% deja notar una buena atención a sus clientes; 41,18% lo contrario, no evidencia calidad de atención y 29,41% se encuentra interesado en implementar.

TABLA 21

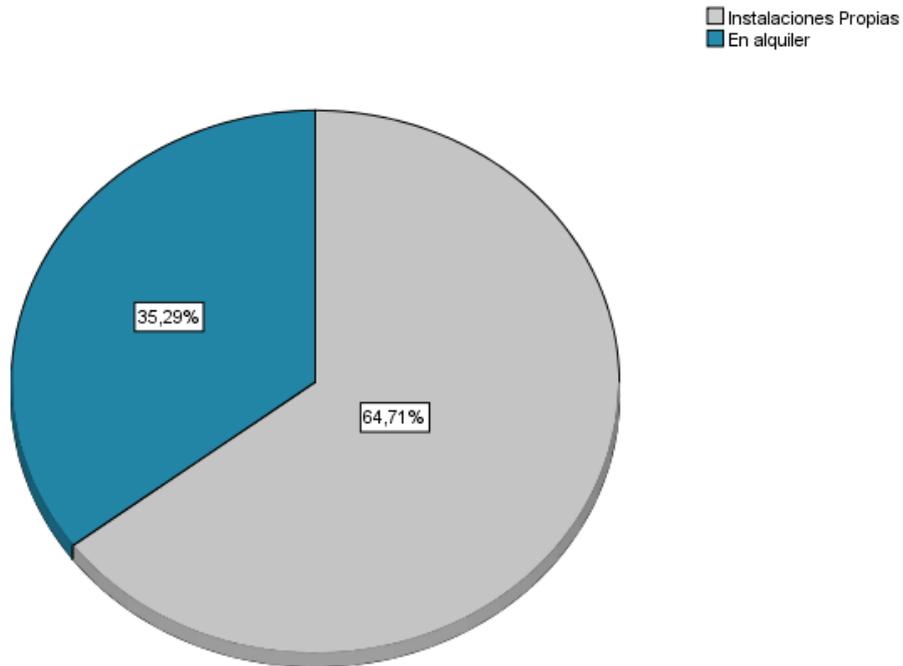
¿Cuenta con local propio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Instalaciones Propias	11	64,7	64,7	64,7
	En alquiler	6	35,3	35,3	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 14

¿Cuenta con local propio?



Interpretación:

Según la investigación, el 64,71% tiene instalaciones propias y 35,29% de las mypes el local es alquilado.

TABLA 22

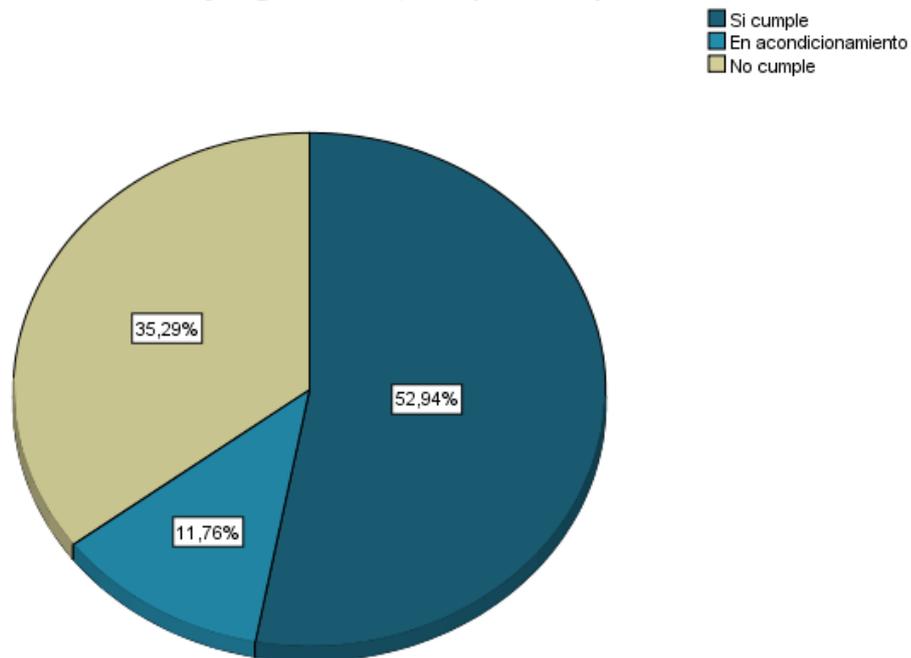
¿Las instalaciones y organización, está pensado para facilidad del cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si cumple	9	52,9	52,9	52,9
En acondicionamiento	2	11,8	11,8	64,7
No cumple	6	35,3	35,3	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Gráfico 15

¿Las instalaciones y organización, está pensado para facilidad del cliente?



Interpretación:

Según el trabajo de campo, el 52,94% cuenta con instalaciones adecuadas para las atenciones médicas; 11,76% están en proceso de acondicionamiento y 35,29% tiene ambientes que no cumplen los requisitos apropiados para brindar un servicio de salud.

TABLA 23

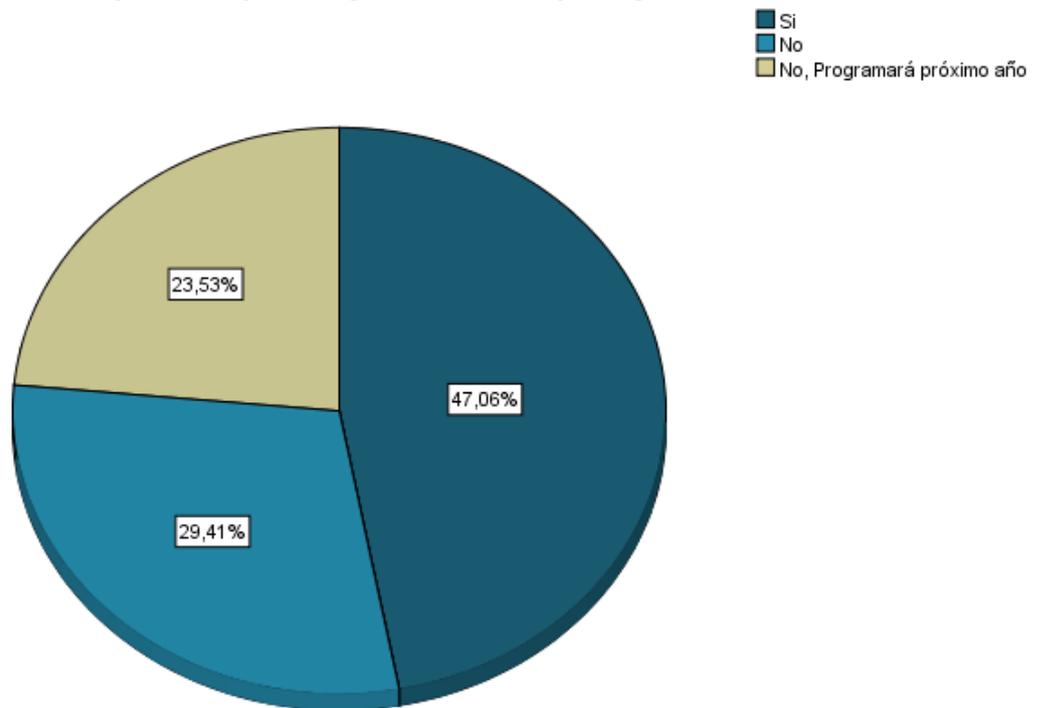
¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	47,1	47,1	47,1
	No	5	29,4	29,4	76,5
	No, Programará próximo año	4	23,5	23,5	100,0
Total		17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 16

¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?



Interpretación:

Según la información obtenida, el 47,06% capacita a su personal; 29,41% no constituye su prioridad y 23,53% tiene interés en brindar o gestionarlo para el siguiente año.

TABLA 24

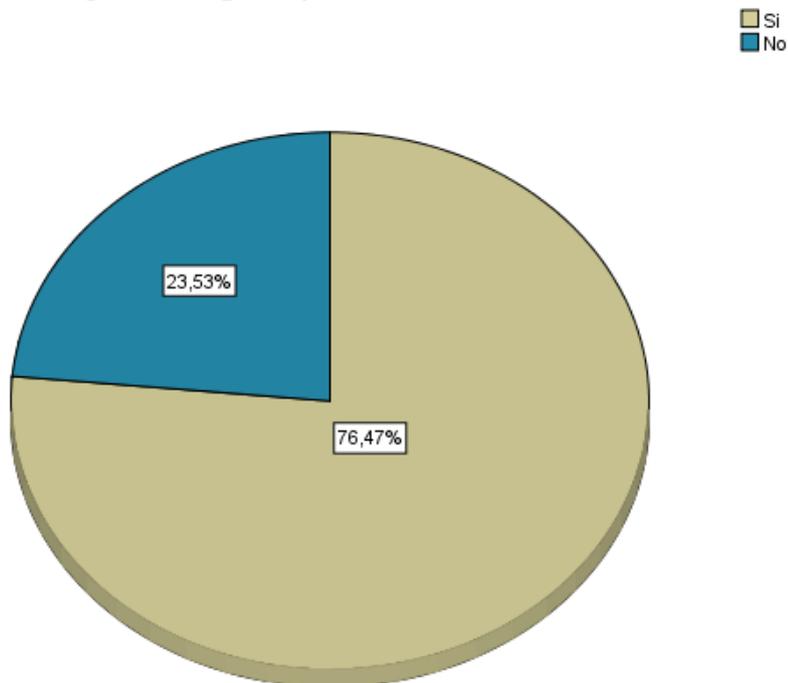
¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	76,5	76,5	76,5
	No	4	23,5	23,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 17

¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?



Interpretación:

Según las encuestas, se desprende que 76,57% de las clínicas encuestadas existe cultura de buen servicio. En cambio 23,53% no, se aprecia falta de interés de los colaboradores.

TABLA 25

¿Se ha diseñado y se sigue protocolo de atención al cliente?

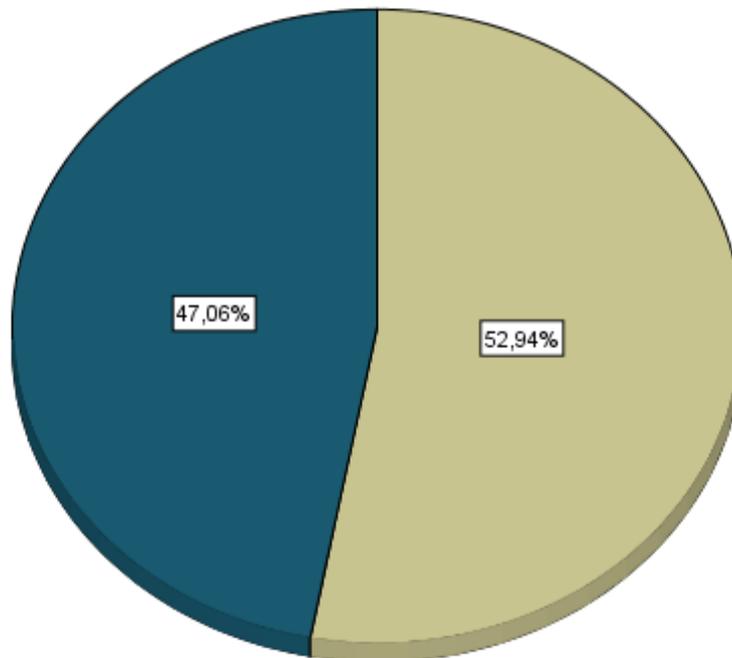
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	29,4	29,4	29,4
	No	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Gráfico 18

¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?

■ Sin ninguna restricción
■ Según orden de llegada



Interpretación:

Según el gráfico, el 29, 41% tiene a su personal aplicando protocolo de servicio; la mayoría (70,59%) carece.

TABLA 26

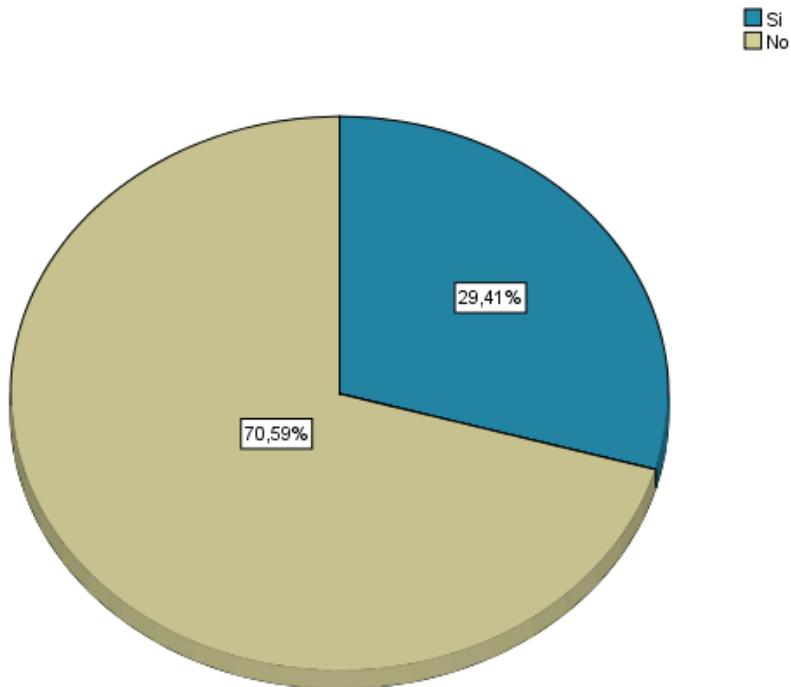
¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin ninguna restricción	9	52,9	52,9	52,9
	Según orden de llegada	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 19

¿Se ha diseñado y se sigue protocolo de atención al cliente?



Interpretación:

Según la información recogida de las encuestas, el 52.9% no realiza ningún tipo de discriminación de ningún tipo. Para otro sector (47,06%) la atención es por orden de llegada al establecimiento.

TABLA 27

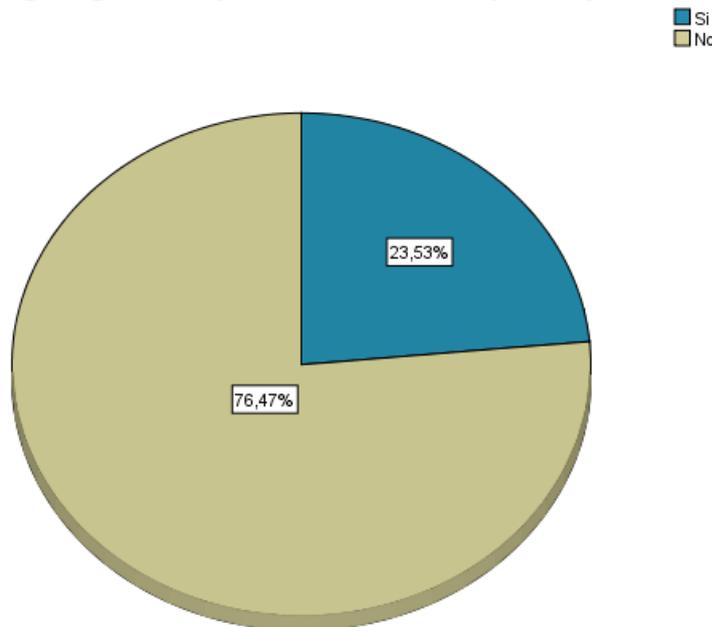
¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	23,5	23,5	23,5
	No	13	76,5	76,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 20

¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?



Interpretación:

Para un sector de las mypes en estudio (23,53%) “Sí” constituye una oportunidad de mejora. En cambio, para el 76,47% -la mayoría- no tienen en cuenta la opinión de los clientes.

TABLA 28

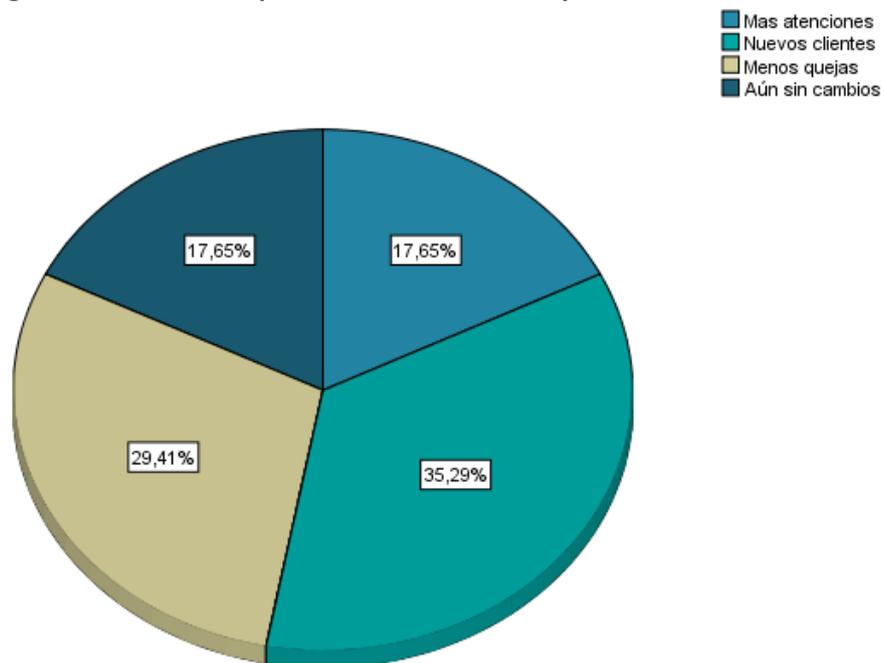
¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mas atenciones	3	17,6	17,6	17,6
	Nuevos clientes	6	35,3	35,3	52,9
	Menos quejas	5	29,4	29,4	82,4
	Aún sin cambios	3	17,6	17,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 21

¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?



Interpretación:

En la gráfica se aprecia que 17,65% representa “mejores ventas”; 35,29% “nuevos clientes”; 29,41% “disminución de quejas y reclamos” y 17,65% “no experimenta cambio alguno”.

TABLA 29

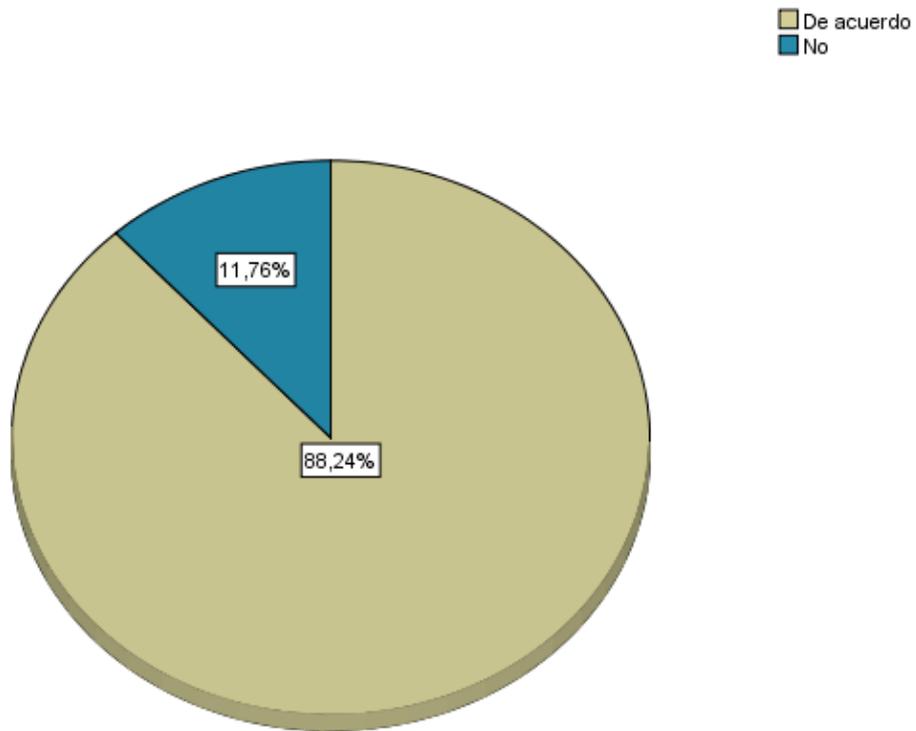
¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	15	88,2	88,2	88,2
	No	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 22

¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?



Interpretación:

El resultado de la investigación indica que para un sector de las mypes (88,24%) un buen servicio fideliza al cliente. En cambio, para un 11,24% los clientes no considera este factor, considerando que es algo inherente.

TABLA 30

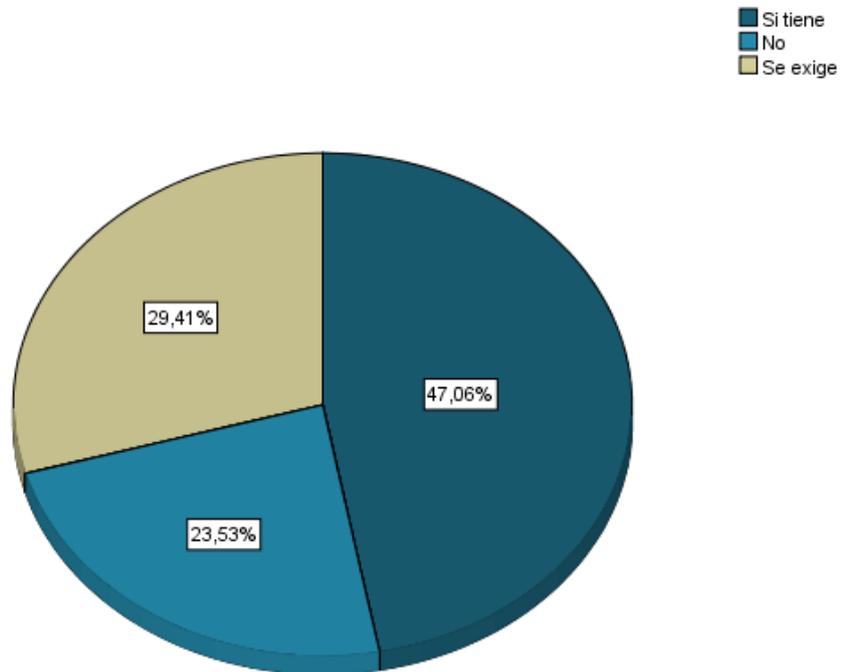
En general: ¿Su personal tiene actitud de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si tiene	8	47,1	47,1	47,1
	No	4	23,5	23,5	70,6
	Se exige	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

Grafico 23

En general: ¿Su personal tiene actitud de servicio?



Interpretación:

Según el gráfico, se aprecia que el 47,06 % de las mypes, su personal tiene actitud de servicio. Un 23,53% no tiene actitud de servicio y para un 29,41% de las clínicas encuestadas se exige al personal mantener una actitud de servicio.

5.2 Análisis de Resultados

Luego del trabajo de investigación de campo, tabulación y proceso de graficar e interpretación de resultados, procederemos a analizar estos resultados relacionándolos con nuestro marco teórico, objetivos e hipótesis respectivamente.

A: DATOS GENERALES

A la pregunta: ¿Edad del emprendedor: el 11% están en el rango “de 18 a 28 años”; 23,53% “de 29 a 39 años”; 52,94% “entre 40 y 49 años” y el 11,76% “de 50 años a más”.

En cuanto a ¿Cuál es el Sexo del emprendedor’: 82,35% de emprendedores son de sexo masculino y el 17,65% del sexo femenino.

¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

Según las encuestas, el 17,65% son inversionistas; 5,88% de profesión administrador; 64,71% médicos y 11.76% otras especialidades.

B: De la Formalización

¿Su empresa está formalizada?

Según el gráfico, el 76.47% están formalizados y el 23,53% tiene trámites pendientes por actualización y/o renovación.

¿Qué tipo de trámites de formalización no culmina?

Según la información obtenida, entre los trámites pendientes destacan: evaluación de impacto ambiental (5.88%); renovación y/o actualización de permisos de la Dirección Regional de Salud de Ucayali - Diresa (17,65%).

¿Se ha constituido como persona jurídica?

88,24% están constituidas como personas jurídicas. Como persona natural 11,76%

¿Qué beneficios identifica de la formalización?

35.29% por “acceso a créditos bancarios”; 11.76% “funcionamiento formal”; 11.76% “beneficios tributarios” y 41,18% “posicionamiento del mercado”.

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

El 17.65% tiene de 1 a 3 años; 58,82% de 4 a 6 años y de 23,53% de 7 años a más.

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

17,65% “de 1 a 7 trabajadores”; 47,06% “de 8 a 15 trabajadores” y 35,29% “de 15 trabajadores a más”.

¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Según la información de las encuestas, el 76% de las Clínicas registran a sus trabajadores en planilla. 23.53% definitivamente no.

C: De la Gestión de Calidad y Atención al Cliente:

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

Según la encuesta, el 11,76% si definió y publica la misión, visión y valores de la organización e hizo de conocimiento a sus colaboradores. Otro hallazgo, 88,24% no aplica.

¿Evidencia una gestión de atención al cliente?

Según el trabajo de campo, el 29,41% deja notar una buena atención a sus clientes; 41,18% lo contrario, no evidencia calidad de atención y 29,41% se encuentra interesado en implementar.

¿Cuenta con local propio?

Según la investigación, el 64,71% tiene instalaciones propias y 35.29% de las mypes el local es alquilado.

¿Las instalaciones y organización, está pensado para facilidad del cliente?

Según el trabajo de campo, el 52,94% cuenta con instalaciones adecuadas para las atenciones médicas; 11.76% están en proceso de acondicionamiento y 35,29% tiene ambientes que no cumplen los requisitos apropiados para brindar un servicio de salud.

¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?

Según la información obtenida, el 47,06% capacita a su personal; 29,41% no constituye su prioridad y 23,53% tiene interés en brindar o gestionarlo para el siguiente año.

¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?

Según las encuestas, se desprende que 76,57% de las clínicas encuestadas existe cultura de buen servicio. En cambio 23,53% no, se aprecia falta de interés de los colaboradores.

¿Se ha diseñado y se sigue protocolo de atención al cliente?

Según el gráfico, el 29,41% tiene a su personal aplicando protocolo de servicio; la mayoría (70,59%) carece.

¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?

Según la información recogida de las encuestas, el 52.9% no realiza ningún tipo de discriminación de ningún tipo. Para otro sector (47,06%) la atención es por orden de llegada al establecimiento.

: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?

Para un sector de las mypes en estudio (23,53%) “Sí” constituye una oportunidad de mejora. En cambio, para el 76,47% -la mayoría- no tienen en cuenta la opinión de los clientes.

¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?

En la gráfica se aprecia que 17,65% representa “mejores ventas”; 35,29% “nuevos clientes”; 29,41% “disminución de quejas y reclamos” y 17,65% “no experimenta cambio alguno”.

¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?

El resultado de la investigación indica que para un sector de las mypes (88,24%) un buen servicio fideliza al cliente. En cambio, para un 11,24% los clientes no considera este factor, considerando que es algo inherente.

En general: ¿Su personal tiene actitud de servicio?

Según el gráfico, se aprecia que el 47,06 % de las mypes, su personal tiene actitud de servicio. Un 23,53% no tiene actitud de servicio y para un 29,41% de las clínicas encuestadas se exige al personal mantener una actitud de servicio.

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Al concluir el presente trabajo de investigación estamos más cerca a dar una respuesta efectiva a los problemas o situaciones del sector de Centros de Salud Privados.

- Las mypes del sector Servicios, Clínica del distrito de Callería, son emprendimientos de profesionales universitarios (64.7%) y preferentemente están en rango de edad de 40 a 49 años (52,9%). La participación del sexo femenino es de 7.6%.
- El nivel de formalización de las mypes es de 76.5%. El 88.2% se constituyó como persona jurídica.
- El 18.0% son nuevos emprendimientos, en lo que va de los últimos años.

De la gestión y atención al cliente.

- Cuenta con Plan de Negocios pero no han definido ni exhiben su misión, visión y valores de la organización.

- El 41.2% no evidencia Calidad de Atención al cliente. Y 29.4% tiene interés en implementar en el futuro.
- 52.9% no capacita a su personal. 29.4% no representa prioridad. Un sector conformado por el 23.5% lo programará para el próximo año.
- Sin embargo, la mayoría (76.57%) indican que promueven una cultura de servicio pero no han definido un protocolo de servicio, ni toman como oportunidad de mejora las sugerencias y reclamos de los clientes.
- 82.4% de los directivos de las clínicas si reconocen las ventajas de una atención de calidad al cliente y están de acuerdo que genera fidelización, pero 23.5% reconoce que su personal no tiene actitud de servicio.

En conclusión, la adopción de una gestión para brindar una correcta atención al cliente el tema de atención aún no es aceptada por los directivos de las clínicas, razón por la cual tampoco su personal se ha comprometido con el clientes.

6.2 Recomendaciones

- Los emprendedores de las mypes de Clínicas del distrito de Callería, deben respetar las condiciones laborales de sus trabajadores, en el sentido de registrarlos a todos en planillas y no acogerse a prácticas que desmedren sus beneficios.

- Con la visión que comparten las mypes de que son negocios que visionan un crecimiento de sus servicios, es recomendable que la estrategia de alcance de estas metas estén acompañados de la adopción de un sistema de gestión de calidad que les asegure el éxito.
- Se requiere que las autoridades fiscalicen a las mypes de clínicas y evitar cualquier amenaza a la salud de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bembibre, C. (28 de Octubre de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/salud/centro-de-salud.php>

Botello, Y. (10 de Septiembre de 2014). *Slideshare*. Obtenido de Slideshar: <https://es.slideshare.net/minnebotello/equipo-de-diseccin-uqi>

Florencia, U. (2 de Diciembre de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/salud/clinica.php>

Illera, L., & E., E. (1995). Analisis Estrtegico del Entorno Empresarial. En L. Illera, & E. E., *Analisis Estrtegico del Entorno Empresarial* (pág. 1 Edicion). Bogota-Colombia: Sin Editorial.

Ramirez, C. (2005). Fundamentos de la Administracion. En C. Ramirez, *Fundamentos de la Administracion* (pág. 195). Bogota, Colombia.

Rodrigo, J. y. (2008). *Aula de economia*. Sin editorial.

Rafael, J. M. (21 de Agosto de 2009). *Qualitytrends*. Obtenido de Qualitytrends: <http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>

Rafael, J. M. (3 de Marzo de 2010). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

Serna, H. (2006). Concepto basico. En servicio al cliente. En H. Serna, *Serna, H.* (págs. 19-27). Colombia: Panamericana Editorial Ltda.

Gonzales, A. C. (18 de Marzo de 2007). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/14-puntos-de-la-calidad-segun-edwards-deming/>

Ucha, F. (30 de Octubre de 2008). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:
<https://www.definicionabc.com/salud/hospital.php>

Ucha, F. (27 de Noviembre de 2008). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:
<https://www.definicionabc.com/ciencia/laboratorio.php>

Ucha, F. (28 de Septiembre de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:
<https://www.definicionabc.com/general/sala.php>

Ucha, F. (18 de Marzo de 2013). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:
<https://www.definicionabc.com/salud/consultorio.php>

Ucha, F. (22 de Diciembre de 2014). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:
<http://salud.ccm.net/faq/20828-inyeccion-intravenosa-definicion>

Ucha, F. (18 de Enero de 2015). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/salud/quirofano.php>

Romero, S. C. (2015). *Calameo*. Obtenido de Calameo: <http://es.calameo.com/books/0042370234505abfb5a0>

Gonzales, C. (12 de Mayo de 2015). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/kvqvxhsh4ktg/antecedentes-fundamentales-del-servicio-al-cliente/>

ANEXOS

1.- Presupuesto

Para la realización del presente Informe de Investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/.5719, cubiertos con recursos propios.

Tabla 31

Item	Concepto	Unidad Medida	Cantidad	V Unitario S/.	C. Total S/.
1	Asesoramiento	Sesiones	1	2300	2300
2	Adquisición de documentos y libros	Und	4	60	240
3	Adquisición de copias	Juegos	180	0.1	18
4	Comunicaciones telefónicas	mensual	4	90	360
5	Kit Utiles de oficina	Und	2	35	70
6	Anillados	Und	3	15	45
7	Transportes	Und	16	6	96
8	Alimentación	Und	24	10	240
9	Curso de Titulación	Und	1	1650	1650
10	Gastos diversos	Und	1	700	700
				Total S/.	5719

Fuente: Elaboración propia.

2.- Cronograma

El cronograma de seguimiento y cumplimiento en el desarrollo del presente proyecto, en semanas por mes es el siguiente:

Tabla 32

CRONOGRAMA DE AVANCE	2017																
	JULIO		AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE		
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificación de las variables.	X	X															
Determinación del sector y rubro a estudiar.	X	X															
Título del proyecto de investigación.	X	X															
Elaboración de Planteamiento de la investigación.			X														
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.			X	X	X	X											
Elaboración de Metodología de la investigación.					X	X	X										
Presentación de Proyectos de Investigación.						X	X	X	X								
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.						X	X	X	X	X	X						
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.											X	X	X	X			
Revisión de referencias bibliográficas, APA.													X	X	X		
Presentación del informe final de investigación.														X	X		
Revisión turnitin.														X	X	X	
Elaboración de artículo científico y diapositivas.																X	X
Prebanca y sustentación del informe final.																X	X

Fuente: Elaboración propia

3. Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, clínicas, distrito de Calleria, año 2017”.

ENCUESTA

La información que usted nos proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece su valiosa colaboración.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20....

A. DATOS GENERALES:

1. Edad del emprendedor de la empresa:

De 28 a 35 años ()

De 36 a 45 años ()

De 46 a 55 años ()

De 56 a más ()

2. Sexo

a) Masculino.....b) Femenino.....

3. ¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor?

Inversionista ()

Administrador ()

Médico ()

Otras Especialidades ()

B. DE LA FORMALIZACIÓN

4. ¿La clínica está formalizada?

Si () Algunos trámites pendientes ()

5. ¿Qué tipo de trámites de formalización no culmina?

De impacto ambiental ()

Permiso DIRESA ()

No aplica ()

6. ¿Se ha constituido como persona jurídica?

Si () No()

7. ¿Qué beneficios identifica de la formalización?

Acceso a crédito bancario ()

- Funcionamiento formal
- Beneficios Tributarios
- Posicionamiento en el mercado

8. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

De 1 a 3 De 4 a 6 de 7 a más

9. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

De 1 a 7 De 8 a 15 De 15 a más

10. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Si No

C. DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

11. ¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocios?

Si No

12. ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

Si No

13. ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?

Si No

14. ¿Cuenta con local propio?

Si No

15. ¿Las instalaciones y organización, está pensado para facilidad del cliente?

Si No

16. ¿Capacita al personal para brindar una buena atención?

Si No

- 17.** ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?
Si () No ()
- 18.** ¿Se ha diseñado y se sigue un protocolo de atención al cliente?
Si () No ()
- 19.** ¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?
Sin ninguna restricción () Según orden de llegada ()
- 20.** ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?
Si () No ()
- 21.** ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?
Si () No ()
- 22.** ¿ Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?
Si () No ()
- 23.** En general: ¿Su personal tiene actitud de servicio?
Si () No ()