



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
DE CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TITULO:

**“CARACTERISTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO
EL ENFOQUE DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LA CLÍNICA J & C INMACULADA CONCEPCIÓN S.A.C.
DEL DISTRITO DEL SULLANA AÑO 2017”**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

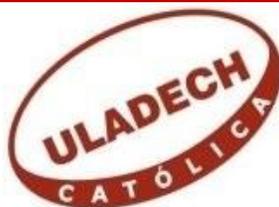
Br. GEYDI YUBITZA ALBURQUEQUE GUTIERREZ

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
DE CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TITULO:

**“CARACTERISTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO
EL ENFOQUE DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LA CLÍNICA J & C INMACULADA CONCEPCIÓN S.A.C.
DEL DISTRITO DEL SULLANA AÑO 2017”**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PRO FESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Br. GEYDI YUBITZA ALBURQUEQUE GUTIERREZ

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

**Mgtr. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS
PRESIDENTE**

**Mgtr. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO
SECRETARIO**

**Lic. Adm. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA
MIEMBRO**

**Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
ASESOR**

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios porque él me dio el Don de la perseverancia para alcanzar esta meta.

A mi tía que está en todo momento conmigo apoyándome y guiándome.

Agradezco a mi asesor de tesis el profesor CARLOS DAVID RAMOS ROSAS por su constante apoyo en el proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto:

A mi tía MARIA CATALINA MORE
PURIZACA por mostrarme el camino
hacia la superación y su apoyo
incondicional.

A Dios porque sin su bendición nada de
esto hubiera sido posible

RESUMEN

El estudio titulado: Características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C del distrito de Sullana año 2017; tiene como objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. del distrito de Sullana año 2017. La metodología que se utilizara para el proyecto de investigación es de tipo cuantitativa, de diseño no experimental – descriptivo, la población de estudio está constituida por los pacientes de clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. y muestra está compuesta por 96 de ellos, a los cuales se les aplico un cuestionario estructurado de 18 preguntas de las cuales se obtuvo como resultados que del 100% de los encuestados el 44% opina que la buena atención que brinda la clínica a veces determina la calidad del servicio el 39% opina la buena atención que brinda la clínica siempre determina la calidad del servicio y el 17% opina que la buena atención que brinda la clínica nunca determina la calidad del servicio concluyendo que la gestión de calidad se caracteriza por ser determinante para mejorar las ventajas competitivas de la clínica mediante procesos y estrategias que permiten alcanzar la satisfacción del cliente. La gestión de calidad dentro de la clínica mejora los procesos, de los servicios brindados.

Palabras clave: gestión de calidad, atención al cliente, procesos

ABSTRACT

The study titled: Characteristics of the quality management under the approach of the service of customer in the clinic J & C Inmaculada Concepción S.A.C of the district of Sullana year 2017; aims to determine the main characteristics of quality management under the focus of customer service at the J & C Inmaculada Concepción S.A.C. of the district of Sullana in 2017. The methodology to be used for the research project is a quantitative type, non-experimental design - descriptive, the study population is constituted by the patients of clinical J & C Inmaculada Concepción S.A.C. and sample is composed of 96 of them, to whom they were applied a structured questionnaire of 18 questions of which it was obtained as results that of the 100% of the respondents 44% thinks that the good attention that the clinic provides sometimes determines the quality of the service 39% believes the good care provided by the clinic always determines the quality of the service and 17% believe that the good care provided by the clinic never determines the quality of the service concluding that Quality management is characterized by being determinant to improve the competitive advantages of the clinic through processes and strategies that allow to reach customer satisfaction. Quality management within the clinic improves the processes of the services provided.

Keywords: quality management, customer service, processes

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
CONTENIDO	vi
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE GRAFICOS	ix
INDICE DE CUADROS.....	x
INTRODUCCION	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	18
2.1. Antecedentes.....	18
2.1.1. Internacionales	18
2.1.2. Nacionales.....	22
2.1.3. Regionales.....	26
2.1.4. Locales	30
2.2. Bases Teóricas	32
2.2.1. Clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C.	32
2.2.2. Gestión de calidad.....	35

2.2.3.	Atención al cliente.....	60
3.	Metodología.....	73
3.1.	Tipo De Investigación:	73
3.2.	Nivel de la investigación	73
3.3.	Diseño de la investigación.....	74
3.4.	Población y muestra.....	75
3.5.	Definición y operacionalización de variables e indicadores	78
3.6.	Técnicas e instrumentos.....	80
3.7.	Plan de análisis	81
3.8.	Matriz de consistencia	82
3.9.	Principios éticos.....	83
4.	RESULTADOS	84
4.1.	Resultados.....	84
4.2.	Análisis de Resultados.....	100
5.	CONCLUSIONES.....	107
6.	PROPUESTA DE MEJORA	109
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	112
8.	ANEXOS	117

INDICE DE TABLAS

	Pág.	
Tabla 01	¿Considera que la calidad de atención que brinda la clínica satisface sus expectativas?	84
Tabla 02	¿Considera usted que el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área?	85
Tabla 03	¿Considera que es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica?	86
Tabla 04	¿Considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorará la eficiencia de la empresa?	87
Tabla 05	¿Considera que los médicos de la clínica cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad?	88
Tabla 06	¿Considera que la clínica cuenta con el equipo necesario para brindar un buen servicio?	89
Tabla 07	¿Considera que los trabajadores de la clínica tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia?	90
Tabla 08	¿Considera que la calidad de atención al cliente de la clínica es inmejorable ante la competencia?	91
Tabla 09	¿Recomendaría usted los servicios que brindan los médicos de la clínica?	92
Tabla 10	¿Considera que el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad?	93
Tabla 11	¿Consideras que el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible?	94
Tabla 12	¿Considera que el personal de la clínica atiende de manera profesional?	95
Tabla 13	¿Considera que los médicos y enfermeros (as) atienden a los pacientes de manera educada y Cortez?	96
Tabla 14	¿Considera que el personal de la clínica se preocupa por conocer sus necesidades?	97
Tabla 15	¿Considera que los médicos de la clínica tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente?	98
Tabla 16	¿Considera que el personal de la clínica le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen?	99

INDICE DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 01 ¿Considera que la calidad de atención que brinda la clínica satisface sus expectativas?	84
Grafico 02 ¿Considera usted que el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área?	85
Grafico 03 ¿Considera que es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica?	86
Grafico 04 ¿Considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorar la eficiencia de la empresa?	87
Grafico 05 ¿Considera que los médicos de la clínica cuentan con los medios s necesarios para proporcionar una atención de calidad?	88
Grafico 06 ¿Considera que la clínica cuenta con el equipo necesario para brindar un buen servicio?	89
Grafico 07 ¿Considera que los trabajadores de la clínica tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia?	90
Grafico 08 ¿Considera que la calidad de atención al cliente de la clínica es inmejorable ante la competencia?	91
Grafico 09 ¿Recomendaría usted los servicios que brindan los médicos de la clínica?	92
Grafico 10 ¿Considera que el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad?	93
Grafico 11 ¿Consideras que el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible?	94
Grafico 12 ¿Considera que el personal de la clínica atiende de manera profesional?	95
Grafico 13 ¿Considera que los médicos y enfermeros (as) atienden a los pacientes de manera educada y Cortez?	96
Grafico 14 ¿Considera que el personal de la clínica se preocupa por conocer sus necesidades?	97
Grafico 15 ¿Considera que los médicos de la clínica tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente?	98
Grafico 16 ¿Considera que el personal de la clínica le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen?	99

INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 01 Definición y operacionalización de variables	78
Cuadro 02 Definición y operacionalización de variables	79
Cuadro 03 Matriz de consistencia	82

INTRODUCCION

En la actualidad las MYPE representan un estrato muy importante en la estructura productiva del país, tanto por la cantidad de establecimientos como por la generación de empleo, habiendo desarrollado en los últimos años una presencia mayoritaria, constituyéndose en algunas zonas del interior del país como la única forma de organización empresarial existente sobre la cual gira la actividad económica.

Las micro y pequeñas empresas (MYPE) también cumplen un papel muy importante en el desarrollo del país, siendo una de las mayores fuentes de empleo fortaleciendo el mercado; a su vez son los que más generan el desarrollo en la población y desde luego es muy preocupante y penoso que el estado les brinda muy pocas oportunidades de crecimiento.

En el Perú se tiene una alta tasa de emprendimiento, sin embargo; las cifras que acompañan al desarrollo de la micro y pequeña empresa no son muy estimulantes. Según datos de la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) las micro y pequeñas empresas peruanas aportan entre el 40 y el 45% del PBI, emplean a casi el 60% de la PEA y llegan a cerca de los 4 millones de unidades productivas, pero sólo el 20% de ellas tienen índices de acumulación, es decir; ganan dinero haciendo lo que hacen y a nivel regional más del 60% de ellas muere durante los dos primeros años de vida (Huaruco, 2014).

Es innegable la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas (MYPE) en el dinamismo del mercado interno en nuestro país. Sin embargo, la Sociedad de Comercio Exterior (COMEX Perú), alertó que el 84.7% de estas unidades

empresariales son informales, al no estar registradas como persona jurídica o empresa individual. Peor aún, el 72.7% no lleva ningún tipo de registro de ventas y el 71.1% de los trabajadores no están afiliados a ningún sistema de pensión (Aparicio, 2014).

Al menos el 60% de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del Perú fueron creadas por una necesidad antes que por una oportunidad de negocio y en el Perú el número de MYPES supera los 3 millones, de las cuales alrededor de 1.5 millones están formalizadas. De este grupo solo 400 mil acceden a créditos en el sistema financiero formal (Villarán, s.f.).

Por actividad económica, el 84.2% de las MYPES desarrollan actividades en el sector terciario de la economía (47.2% en comercio y 37% en servicios); en el sector secundario participan el 13.1 % (manufactura 10.3% y 2.8% en el sector construcción); y en el sector primario, el 2.7 % (Ravelo, 2010).

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) dedicadas a la prestación de servicios se incrementaron de 43.5% a 50.3% del total, el rubro de servicios lidera el sector de las MYPES, seguido por comercio con 36.7% y la manufactura con un 18% (Andina, 2012).

En la región Piura, según el tamaño de empresa, las MYPES absorbieron el 31.9 % de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, esto es 283 mil 701 trabajadores, por tanto la mayor cantidad de trabajadores se encuentran en las ramas de actividad económica extractiva con 34.9 % y servicios con 24.4 % (Taboada, 2016).

Respecto a la gestión de la calidad a través de políticas y procedimientos con actividades de mejoramiento continuo. Las empresas, en esta primera década del siglo XXI, deben enfrentarse a realidades inevitables. Una de ellas es la creciente demanda del público de un mayor compromiso de calidad por parte de los proveedores respecto a los productos o servicios que ofrecen. La Calidad ha dejado de ser un aspecto más y se ha convertido en uno de los principales factores competitivos, sin el cual cualquier empresa estará condenada al fracaso y a su posterior desaparición. En la actualidad la promoción de ventas y la calidad es un factor indispensable y de mayor visibilidad en las empresas. Si una empresa no es competitiva en cuanto a la promoción de ventas y la calidad, ni siquiera puede ingresar en el mercado y si a esto se agrega la relación costo calidad, se estará ante una fórmula que quien no logre satisfacerla no podrá mantenerse en el mercado (Salazar, 2016).

En los últimos años hemos sido testigos del crecimiento de las empresas de prestación de servicios de clínicas privadas, esto debido al incremento de personas que buscan encontrar una buena salud acudiendo a las mismas. Sin embargo; actualmente estas empresas se ven constantemente amenazadas por la creciente competencia que existe en el sector de servicios, puesto que cada día surge un nuevo consultorio de médicos y clínicas con el fin de satisfacer una serie de necesidades de los clientes quienes respecto a la gestión de calidad optan por el establecimiento al cual concurren, la gestión de calidad que brindan la gran mayoría de médicos y clínicas se ve afectada pues existe el desconocimiento o poco interés por parte de los propietarios. Ya que tan solo los propietarios o gerentes realizan publicidades en gran cantidad saturando así con gran información el mercado de servicios y los

consumidores ya tienden a sentirse confundidos ya que no se brinda información clara y precisa (Vargas, 2012).

En lo que se refiere a la variable gestión de calidad de atención en el servicio de salud existen diversas normas Leyes, Resoluciones, Directivas, etc., que regulan, orientan y en algunos casos obligan a cumplir aspectos o exigencias de calidad en la atención de un paciente en una institución de salud, sea esta pública o privada. Al respecto la Clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. no es ajena a estas exigencias que muchas veces se ve mellada por factores internos y externos a la institución. La Clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C en el distrito de Sullana, también debe cumplir con las diversas exigencias que obligan una atención de calidad a pacientes que recurren por una atención de salud, y contar con estándares de calidad.

Hoy en día para una clínica es muy importante contar con una certificación de calidad puesto que te ayuda a ordenar, documentar y estandarizar los procesos tanto administrativos como médicos”, existen múltiples certificados de calidad a los que un centro médico puede acreditarse y uno de los más importantes es la JCI, el cual consiste en el cambio de cultura y procesos de atención al paciente con el enfoque de seguridad y calidad, en base a la evaluación de estándares de calidad por medio de supervisiones y entrevistas, además Rodríguez, también nos cuenta qué tan importante es que un centro médico cuente con un certificado de calidad. “Una certificación médica asegura el compromiso de una empresa con la calidad del servicio que brinda a sus pacientes. En el caso de las acreditaciones específicas en salud, se incluyen lineamientos de estándares internacionales enfocados en garantizar

una atención de calidad, asegurar la seguridad del paciente y brindar un servicio humano, tres aspectos claves en el servicio de toda institución de salud” (Marroquín, 2016).

El propósito de cualquier empresa es identificar y satisfacer las necesidades de sus usuarios (pacientes, empleados, proveedores, sociedad) para lograr ventaja competitiva y para hacerlo de una manera eficaz y eficiente, además de obtener, mantener y mejorar el desempeño general de la empresa y es fundamental contar con un sistema de calidad, directrices para la mejora de los procesos en las empresas de servicios de salud, directrices para los planes de la calidad, busca mejorar el grado de satisfacción de los pacientes y por tanto el éxito de la empresa (Lloverá, 2012).

Hoy en día vivimos un mundo de estrés y situaciones que no nos llegan a satisfacer, por lo que estamos ávidos de un buen trato y de que nos consientan, por tanto las empresas deben invertir en conocer cuáles son las necesidades de sus clientes y tratar de satisfacerlas, y mientras las conoce y cuenta con el presupuesto adecuado para lograrlo, es importante consentir a los clientes mediante detalles que pueden hacer la diferencia entre un servicio y otro, mostrando así la calidad con la que cuentan y consiguiendo la ventaja competitiva que todas las empresas necesitan para lograr acaparar el mercado (Fowler, 2014).

Actualmente, la satisfacción de los pacientes es utilizada como un indicador para evaluar las intervenciones de los servicios salud. Si bien la gestión de calidad es un término difícil de definir, debemos considerar que las dimensiones que considera el paciente para definirla; se centran en tangibilidad, confiabilidad, respuesta pronta al

paciente, proyección de seguridad y empatía en el servicio brindado (Verástegui, 2015).

Por tanto la competencia en el mercado de diferentes servicios ha generado que el servicio al cliente sea un plus para las empresas que quieren colocarse como líderes en el mercado, además la importancia de esta investigación radica en la gestión de calidad bajo el enfoque del sector servicio de atención al cliente de la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C., y esto a su vez qué importancia le dan al servicio y la atención que las empresas les ofrecen. El conocer un nivel de servicio de atención al cliente da a conocer una referencia de que tan satisfechos se encuentra el paciente, además de conocer el grado de calidad que las empresas aportan al servicio a sus clientes. Vivimos en una economía de servicios, tanto en los países de desarrollo como en los que están en vías de desarrollo, dicho sector de los servicios está creciendo en todo el mundo y Sullana no es ajeno a eso (Pantoja, 2016).

Como podemos observar, la calidad en el servicio juega un papel muy importante dentro de la empresa, porque no sólo nos jugamos la venta hecha, sino que la imagen y la confianza que deposita ese cliente en nuestro producto y/o servicio; por consiguiente, un cliente insatisfecho representa una pérdida para la empresa tanto en utilidad como en imagen, y si pasa lo contrario, obtenemos un cliente satisfecho y leal a nuestro servicio y/o producto, además de una publicidad gratis por sus recomendaciones y mayores ingresos en la empresa (Méndez, 2013).

A nivel de ambiente externo o microambiente, se encuentra el factor político legal, sobre el crecimiento económico en el mercado de salud privada en el Perú se ha

empezado a desacelerar. De acuerdo con la consultora Total Market Solutions (TMS), el sector creció 9,8% durante el primer trimestre del año, frente al 24% y esta tendencia se mantendría hacia el final del año y que el mercado cerraría con una facturación de US\$1.200 millones (Inga, 2015).

La facturación anual de las clínicas privadas en Lima Metropolitana alcanzó los US\$800 millones en el 2015, mientras que en el ámbito nacional sumó US\$1.200 millones aproximadamente. Además los planes de salud brindados por las clínicas privadas– están en el grupo financiador que más creció en el año, al reportar una variación positiva de 19%. La facturación correspondiente a las empresas prestadoras de salud (EPS) creció 5%; mientras que la de seguros, un 15% (Gálvez, 2016).

Definitivamente, el crecimiento económico del país hace que la gente vaya subiendo el escalafón, es una característica de la salud a nivel mundial que, al ser una necesidad con una oferta limitada, siempre tiene una demanda ilimitada. Por lo tanto, se generan barreras de acceso: la del sector público, que se da por capacidad instalada; y la del sector privado, que se da por el pago, por tanto el crecimiento económico del país se iba traduciendo en una mayor demanda de servicios privados de salud en Lima, con lo cual la oferta, sin titubear, no le perdió el paso. En los últimos años, las principales clínicas del país se han propuesto, mediante inversiones, expansiones y planes estratégicos, ofrecer servicios de calidad a esa clase emergente que empieza a demandar más y mejor salud en sus vidas (Garrido, 2013).

En lo que respecta a las importaciones de mobiliarios médicos crecerán alrededor de 7,7% hasta los US\$8,4 millones, según estadísticas de COMSALUD, la demanda de

camas hospitalarias, sillones multifuncionales y equipamiento para sala de operaciones ha aumentado por parte de establecimientos de salud privada por eso este sector creció 59,5%, porque existen clínicas que realizaron mayores adquisiciones de camillas, camas para cuidados clínicos y para cuidados críticos, siendo el principal proveedor EE.UU, le siguen Alemania, China e Italia, cuyos desempeños respecto al mismo periodo del año anterior se dieron en el orden de 119,8%, -27,4% y 442,5%, respectivamente (Hurtado, 2016).

La estabilidad económica y política en el país se traduce en oportunidades más prometedoras y los indicadores económicos lo convierten en un mercado atractivo para el emprendimiento de negocios. Perú también ha realizado avances importantes en expandir el acceso a medicinas a través de mayores inversiones en la salud. Creemos que es importante para el país continuar en este camino, ampliando la cobertura farmacológica. Dichas inversiones ayudarán al Perú a cerrar la brecha que existe con otros países de América Latina en su gasto en salud como un porcentaje de su PBI (Ochoa, 2014).

Respecto al factor económico, los ciclos económicos son los movimientos oscilatorios o fluctuaciones que muestran las economías, y desde finales de la década de los noventa estos ciclos muestran un comportamiento más suave en nuestro país.

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) proyectó que el Producto Bruto Interno (PBI) peruano se situará en 2.7% en el 2015 y 3% en el 2016 impulsado principalmente por las actividades primarias como pesca y minería, además de electricidad y agua y

servicios. Por tanto la economía continua en una fase de desaceleración y las proyecciones para el bienio 2015 y 2016 están supeditadas a la evolución de las expectativas de las empresas (inversiones) y consumidores, las exportaciones, así como del impacto del Fenómeno de El Niño que afectará transversalmente al sector primario, construcción y comercio (Peñaranda, 2015).

En el Perú, las primas de seguros representan aproximadamente el 1.85% del PBI, pero es un nivel lejano al que tienen países vecinos de la región, donde esas primas representan el 3% de su PBI, en esa misma comparativa, La Positiva Seguros ha generado un crecimiento de 33%. Es decir, un crecimiento mayor al del mercado. Esta tendencia de crecer por encima del mercado se ha repetido en los últimos 10 años (Perochena, 2017).

La inflación en el gran grupo Cuidados y Conservación de la Salud aumentaron los precios de los productos medicinales y farmacéuticos (0.5%) como expectorantes mucolíticos, descongestivos oftálmicos y antialérgicos; gastos por hospitalización (0.5%) como el servicio médico por parto y cirugía en clínica y hospital y los servicios médicos (0.3%) en las especialidades de pediatría, ginecología y odontología, los Productos medicinales (0,6%) como los antiasmáticos, broncodilatadores, antibióticos, entre otros; también subieron de precio los anteojos de corrección. Contrariamente, bajaron los precios de análisis médicos (-1,1%) y las consultas médicas (-0,1%), por una mayor competencia (Sánchez, 2016).

Otro factor importante es las áreas de libre comercio donde permite la distribución de medicamentos a los puntos de venta se concentra en pocas empresas, destacando

Química Suiza, Droguerías Kahan (Drokasa), Albis, Perúfarma y Difesa. Las medicinas se distribuyen principalmente en farmacias 65%, clínicas privadas 12% y hospitales y en Essalud 23%. Además existe también una creciente participación de las cadenas de farmacia (por ejemplo, Fasa y Torres de Limatambo), que incluso importan sus propios productos genéricos, con respecto a las boticas y farmacias convencionales. Cabe relevar que su mayor presencia en el mercado les permite negociar precios con los laboratorios y distribuidores (Lama, 2012).

En el factor socio cultural; las MYPE representaron un 13.6% del total de la producción nacional. Asimismo, se registró 5.2 millones de micro y pequeñas empresas ubicadas en su mayoría en zonas urbanas (89.3%), lo que indica una contracción del 8% con respecto al número registrado en 2012 (Aparicio, 2014).

El Observatorio Socio Económico Laboral (OSEL) de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, en base a la información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAHO) para el año 2015 dio a conocer que el total de trabajadores que integran las MYPES el 77.6 % son hombres; según grupos de edad los ocupados se concentran en la población de 14 a 29 años, en un 38 % y de 30 a 59 años un 57 %; y según nivel educativo culminado lo conforman en mayor parte aquellos que culminaron la primaria y secundaria (Taboada, 2016).

La Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú) dijo que los ingresos mensuales obtenidos por las referidas actividades fueron de 1,474; 3,193 y 1,707 nuevos soles, en promedio, respectivamente. Mientras que el costo total mensual promedio en mano de obra fue de 199 soles. La ganancia neta de las mypes fue,

aproximadamente, 742 soles, superior a los 566 soles de 2007. De acuerdo con la referida encuesta, en el 2011 se registraron alrededor de 6.19 millones de mypes, 73% de las cuales se encuentra en zonas urbanas (Andina, 2012).

Cabe indicar que el factor tecnológico es muy importante en los últimos años, es por ello que el 24% de las empresas posee computadoras portátiles o de escritorio, el 60% cuenta con celular y solo el 30% accede a Internet. Asimismo, detalló que apenas el 13% cuenta con una tienda virtual o página web, mientras que el 82% aseguró que no usa las redes sociales para promocionar sus negocios. Si te interesó lo que acabas de leer, recuerda que puedes seguir nuestras últimas publicaciones por Facebook, Twitter y puedes suscribirte aquí a nuestro newsletter (Sánchez, 2013).

Las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), en especial el Internet, son tecnologías que, en términos generales, permiten una comunicación más rápida y un mayor acceso y uso de la información. Recientemente se ha observado una rápida expansión del uso de las mismas dentro de las empresas (ITU, 2011), por lo cual se espera que transformen, en el mediano plazo, las relaciones productivas y sociales de la sociedad en la que vivimos. La relación positiva entre el uso de las TIC y la productividad ha sido ampliamente estudiada para diversos sectores y para diversas herramientas TIC. No obstante, en el Perú, e incluso Latinoamérica, aún no se ha investigado a profundidad y de manera cuantitativa si existe una relación directa entre el uso de Internet y la productividad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) (Huaroto, 2010).

Salvatierra (2017) afirma que el primer paso fue el lanzamiento de su aplicativo para sacar citas médicas, el cual cuenta con 90 mil descargas en su primer año. Pero el segundo, y más ambicioso, es su servicio de teleconsultas., su vicepresidente médico, comenta que con esta iniciativa no solo quieren marcar un hito de innovación, sino también brindar un mejor servicio a sus pacientes a través de la optimización de tiempos. “La mayor parte de las consultas ambulatorias que recibimos son por afecciones no tan complejas como resfríos, dolores lumbares o dolores de cabeza; las cuales podíamos atender bajo esta vía”.

En lo que respecta al microambiente o interno de la clínica realizamos un estudio de las fuerzas competitivas de Porter: El poder de negociación de los pacientes, este dependerá de su concentración, de la cantidad de pacientes que existan en una determinada localización, también dependerá de su diferenciación y de la cantidad de pacientes que soliciten un mismo servicio. En algunas ocasiones aflora a la actualidad la problemática que tienen las personas con enfermedades raras, “que tienen poco poder de negociación”; la atención, la prestación de servicios a este tipo de pacientes para las administraciones, farmacéuticas, etc. son de escasa rentabilidad, el poder de negociación también depende, por otra parte, de la capacidad de cambiar de proveedor, de su capacidad para no acudir a nuestro centro y de poder ir libremente a otro a demandar la prestación de esos cuidados.

El segundo punto es el referido al poder de negociación de los proveedores, reconocido es el poder de la industria farmacéutica, dentro de este sector siempre han existido empresas dominantes que han ejercido su presión a través de su capacidad para fijar precios. De todos son también conocidos los intentos que se hacen para

reducir la factura en farmacia a través de los criticados genéricos, los concursos centralizados de proveedor único para la clínica, sin embargo, existen pocos productos que sí tienen un alto poder de negociación, debido a que sus patentes se mantienen vigentes, etc. Por tanto señalar los múltiples intereses cruzados que impiden o dificultan a nuestro sector sanitario este intento de limitar el poder de los proveedores, algunas veces el problema está dentro del mismo sistema. Si hablamos de nuevos competidores, tanto para el sistema de la clínica como para sus profesionales, tenemos que hablar de las nuevas fórmulas de gestión, de los nuevos modelos de colaboración público privada, etc. Estos modelos lo que ofrecen es un cambio de filosofía y de mentalidad, una mirada más empresarial, en la que por supuesto hay un cambio de rol en todos los profesionales, obligaciones y responsabilidades.

Si nos referimos a servicios sustitutivos, tenemos que hablar de centros de atención en consultorios médicos, ya sean hospitales, clínicas de fisioterapia, consultas médicas o de enfermería privada, etc. Actualmente estaremos de acuerdo en que los servicios sustitutivos son muy amplios, buena calidad, y a menudo se convierten en una prolongación de los servicios de los centros públicos si hablamos de consultas médicas o de enfermería, que no ofrecen ningún salto ni de calidad ni de reducción de costes, sino más bien todo lo contrario.

La rivalidad de los competidores es reconocido ya por todos los profesionales y por gran parte de los pacientes en el debate que se ha establecido con los modelos de gestión médica, por ello no vamos desde aquí a ahondar en ese debate, tan solo aportar una pequeña reflexión o afirmación, la salud es un bien público que no debe

ser objeto de rivalidad o apropiación, ahora bien, no creemos que debamos confundir el derecho a la salud y el derecho a la protección de la salud como bien, con el cómo se estructura y gestiona el sistema, pero esto último, nosotros se lo dejamos a los expertos.

Otro punto es que este proceso de desarrollo va de la mano de la innovación tecnológica para mejorar la calidad del servicio: “Un sistema de información hospitalario debe alinear el proceso general de la atención al cliente con el proceso administrativo, mejorando así el proceso de toma de decisiones”, y que los proyectos como contar con sistemas compartidos de historias clínicas digitales; citas médicas y diagnósticos de evaluación vía Skype; entre otros, ayudarán a optimizar costos y mejorar la calidad de los servicios (Candiotti, 2014).

Hoy en día existe un creciente desarrollo de las MYPE de servicios en atención al cliente, actividad de clínicas y médicos, pero esto no va a la par con el incremento de la gestión de calidad ya que se observa que no están aplicando de manera adecuada y en otros casos desconocen las herramientas de promoción de ventas muy valiosas, en el lugar de trabajo se observa que los clientes no se sienten cómodos ya que no se encuentran informados de los servicios, sucede siempre que hay una desinformación y es por ello el mal uso de los sistemas informáticos, se da porque no están realmente informados para hacer uso, y se sienten insatisfechos lo que implica un clima interno de trabajo inadecuado, y existe una carencia en cuanto a la difusión de información clara de los servicios que se está brindando por el personal.

La Clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C se ubica en Av. José De Lama N° 1011 Urb. Santa Rosa en el distrito de Sullana, en el rubro de: Salud Humana, con RUC: 20526375468, inicio sus actividades: 05 de Mayo del 2011, siendo el gerente general Carmen Julia de Fátima Chávez Mendoza, su principal prioridad es hacer de sus visitas una experiencia positiva y diferente de sus pacientes, atendidos por profesionales altamente capacitados orientados a un servicio excepcional, con esmero, honestidad y transparencia; atendiendo las 24 horas del día los 365 días del año, atención consultorios de 09:00 a 21:00 horas. Tienen convenio con las más prestigiosas aseguradoras del país como son MAFRE SEGURO, RIMAC EPS, RIMAC SEGUROS, PACÍFICO, POSITIVA SANITAS EPS, convenios con empresas públicas y privadas, además cuenta con servicios de emergencia, ecografías 2D, 3D, 4D DOPPER, laboratorio, farmacia, hospitalización.

En este contexto, debemos tener en cuenta que existe un servicio de consulta externa, donde se atiende los principales servicios generales: medicina general, pediatría, cirugía, ginecología, obstetricia, luego por necesidad o a solicitud del paciente podría ser referido a un médico especialista, Se tiene alguna referencia de la calidad del servicio en la consulta externa, pero lamentablemente no se cuenta con una información precisa ni científica que nos diga cómo es la calidad de atención.

Esto implica, que hay muchas cosas que debemos de tener presente para mejorar y contar con un servicio de calidad sostenible en el tiempo que contemple una visión global del mercado, de su competencia y de las necesidades y capacidades internas de la Clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C, y que brinde importancia tanto a los activos intangibles que pueden ser: imagen, calidad de servicio, organización

interna de la clínica; así como a los activos tangibles que podría ser los mobiliarios y equipos.

Si estos aspectos tangibles e intangibles contribuyen a tener una percepción de calidad del servicio que recibe el paciente de la clínica, también es cierto que esta puede estar asociada o relacionada a algún otro factor circundante al paciente que es atendido en esta clínica. Por lo expuesto nos planteamos el siguiente interrogante:

¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. del distrito de Sullana año 2017?; Para dar solución a la interrogante se ha planteado el siguiente Objetivo General: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. del distrito de Sullana año 2017. Para lo cual se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Describir La importancia de la gestión de calidad en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017;
- Identificar las Pautas para la comunicación en atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017;
- Describir las estrategias de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017.

La investigación se justifica, porque permitirá que el personal desarrolle sus habilidades, actitudes, conocimientos en el ámbito de la salud con la finalidad de tener un buen desempeño óptimo. La empresa debe centrar sus bases en el personal

para que tengan la preparación necesaria y especializada que les permita enfrentar en mejores condiciones a sus labores diarias, entre ellas una mejor atención al paciente, que ayuda a alcanzar altos niveles de motivación, productividad, integración y compromiso en el personal, los cuales permitirán a esta empresa ser más competitiva, además deberían contar con estándares de calidad tanto en el servicio y sistemas que utilizan a diario. Hoy más que nunca se debe entender que el éxito de una empresa depende cada vez más del talento humano, habilidades, conocimientos, actitudes y destrezas del personal.

Se justifica de manera Práctica: por esta investigación se realizó con la finalidad de lograr determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente de la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana y por lo tanto se estará en la capacidad de diseñar las estrategias pertinentes pues se estará contando con un diagnóstico preciso que servirá para futura investigaciones.

Teórica por la importancia que hoy recibe atención al cliente como modelo de gestión estratégica en la calidad, el estudio tiene repercusión teórica sobre la competitividad y el marketing en las MYPE.

Metodológica La investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información, que ha sido validado por expertos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacionales

Molina (2014) en su tesis para optar el título de Ingeniera en contabilidad superior, auditoría y finanzas CPA. De la Universidad Regional Autónoma De Los Andes - Ecuador denominada: *“Modelo de Gestión de Calidad para las Pequeñas Empresas textiles del Cantón Antonio Ante que permita mejorar la rentabilidad”*, tuvo como objetivo general “diseñar un modelo de gestión de calidad que permita mejorar la rentabilidad de las pequeñas empresas textiles”; la investigación fue cualitativo-cuantitativo, la población estuvo conformada por 125 empresas, se utilizaron como técnicas de recopilación de información la entrevista y la encuesta, y como herramientas la guía de entrevista y el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados que el 69% muestra compromiso con la dirección, el 40% realiza una planificación para gestionar la calidad, el 70% son responsables con sus procesos, el 43% invierte en infraestructura, el 65% muestra un enfoque al cliente, previendo estrategias de diseño y procesos en un 67%, aunque solo el 30% realiza un seguimiento y mejora continua. Llegando a las siguientes conclusiones que mediante el modelo de gestión de la calidad se determinó que existen varios beneficios en su implementación, tal es el caso de costos más bajo e ingresos más altos, con la evaluación de la gestión de calidad realizada se constató que su control no es el

adecuado, sin embargo existen ciertos parámetros que han permitido su permanencia en el mercado.

Ortiz (2015) en su Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial de la Universidad Politécnica Salesiana Cuenca – Ecuador la cual lleva por título *“Propuesta de Mejora Continua en el Sistema de Gestión de Calidad bajo la Norma ISO 9001:2008 al Proceso Quirófano General, del Hospital José Carrasco Arteaga (Iess) de la Ciudad de Cuenca”*, esta tesis describe el estudio, análisis, y mejora en los procesos quirúrgicos en el área de Quirófano General del Hospital José Carrasco Arteaga en el Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001-2008, esta norma permite identificar estratégicamente la elaboración de planes de mejora desarrollados con eficiencia, y eficacia para así garantizar la satisfacción del cliente. Tuvo como objetivo implementar y certificar el Sistema de Gestión de Calidad bajo la NORMA ISO 9001:2008 para generar una cultura de calidad que promueve el cumplimiento de los requisitos para la satisfacción del paciente / usuario y con ello la mejora continua del sistema, viéndose reflejada dentro de la organización en los diferentes procesos. Tuvo como resultados que el 50% de la norma en el control y verificación de las actividades quirúrgicas a realizar, para garantizar la buena práctica médica. También muestra dos escenarios a modo de ejemplo: en el primer escenario el resultado es del 82% de evaluación del formato control de limpieza, este resultado da a conocer que el

quirófano está listo para la cirugía. En el segundo escenario el resultado es del 68% de evaluación del formato control de limpieza, este resultado da a conocer que el quirófano no está apto para la cirugía. Con la implementación de los formatos se espera que el hospital José Carrasco Arteaga tenga importantes resultados que garanticen el bienestar, seguridad y comodidad de los pacientes/usuarios.

Castillo (2014) es su tesis para optar el título de Psicólogo Industrial / organizacional en el grado académico de Licenciado de la universidad Rafael Landívar de Guatemala la cual lleva por título ***“Atención al Cliente en el Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango”***, que tuvo como objetivo determinar cómo los trabajadores y usuarios perciben y reciben la atención al cliente brindada en el Hospital. Se utilizó una muestra conformada por 60 clientes, 30 trabajadores a quienes se les aplicó el primer instrumento “Cuestionario de atención al cliente dirigido a trabajadores del Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango” y 30 usuarios a quienes se les aplicó el segundo instrumento “Cuestionarios de atención al cliente dirigido a usuarios del Hospital Nacional Jorge Vides Molina de Huehuetenango”, la investigación fue de tipo descriptiva exploratoria, utilizando estadística descriptiva básica; para la presentación de resultados a través de porcentajes representados en gráficas de sectores. Se obtuvieron los siguientes resultados: el 40%

de los colaboradores indica que la satisfacción al usuario es buena, mientras que un 34% la califica como muy buena, de esta manera es importante señalar que la mayoría de trabajadores califica bien la satisfacción que le brindan al usuario según la tabla de valores por pregunta. Se concluyó que las causas de la deficiente atención al cliente brindada por trabajadores del Hospital a los usuarios se ve reflejada en función de servicios, empatía y calidad en el servicio, en algunos puestos de trabajo.

Rodríguez & Caballero (2013) en su tesis para optar el Título de Administrador Público de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano de Santiago de Chile la cual lleva por título *“Calidad de Atención, desde la perspectiva del usuario en el Centro de Diagnóstico Terapéutico del Hospital San Juan de Dios”*, teniendo como objetivo detectar, según la percepción de los usuarios, los puntos críticos de la satisfacción usuaria, que están relacionados con la acreditación hospitalaria en términos de calidad de atención, dentro del CDT hospital san Juan de Dios. El universo del estudio, estará compuesto por personas usuarias de las dependencias del CDT, que estén en proceso de consulta médica periódica y/o también tratamiento de salud. se obtuvieron los siguientes resultados: el 73% de los encuestados evalúa su atención de regular a muy mala; el 83% de los encuestados revela insatisfacción respecto a la rapidez para agendar horas médicas; el 66% se demuestra insatisfecho con la presentación

personal de los funcionarios administrativos. Existe un 67% de insatisfacción usuaria respecto de la capacidad del personal para responder sus dudas y consultas.

2.1.2. Nacionales

Neciosup (2014) en su Tesis para optar el grado académico de Magister en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Trujillo la cual se titula *“Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en la micro y pequeñas empresas del sector manufactura, rubro fabricación de calzado en el distrito El Porvenir, provincia de Trujillo – 2014”*, tuvo como objetivo general, comprobar que la Gestión de Calidad de las MYPES incide en su formalización, en el sector productivo, rubro calzado, del distrito El Porvenir, Provincia de Trujillo, Departamento La Libertad, año 2014. El Diseño de la Investigación es cuantitativo, descriptivo y no experimental. La muestra fue de 42 microempresas, aplicando a los Administradores o representantes legales, un cuestionario de 18 preguntas, obteniéndose como resultado que la Gestión de Calidad de las microempresas inciden en la mayor formalización de las MYPES, por cuanto se genera mayor productividad y rentabilidad, los administradores toman decisiones de carácter técnico administrativo llevando a la practica la planificación con sus respectivos instrumentos, la gestión de calidad permite reducir costos en cada uno de los procesos de fabricación de calzados, al reducir costos mejoran

sus ingresos y en consecuencia su utilidad permitiendo formalizarse y aprovechar las ventajas de una MYPE formalizada. Finalmente la mayoría de microempresarios están de acuerdo formalizarse teniendo un período de gracia de por lo menos 2 años. y se llegó a la conclusión La Gestión de Calidad de las MYPES de Calzados del Distrito El Porvenir se sustenta en sus recursos humanos especializados, en la buena organización, gestión estratégica y una planificación técnicamente formulada.

Beltrán (2014) en su Informe de tesis para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote la cual lleva por título *“Caracterización de la capacitación y la gestión de la calidad de las MYPES sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014”*, tuvo como objetivo general, describir las principales características de la capacitación y la gestión de calidad en las MYPES del sector industria en el rubro panaderías de la ciudad de Chimbote. Se ha desarrollado utilizando la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, se escogió una muestra de 16 MYPES, representando un 50% de población conformada por 32 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: el 56% de las MYPES trabajan informalmente, a la vez que el 50% tienen entre 0 a 5 años en el rubro. El 100% considera que la capacitación empresarial

es una inversión, de los cuales el 94% consideró necesaria la capacitación en las empresas. Asimismo el 100% de las MYPES encuestadas consideró, que un personal capacitado ayuda a mejorar la rentabilidad de su negocio. Por otro lado el 56% señaló que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la rentabilidad de sus productos o servicios, de las MYPES que implementaron sistemas o técnicas en gestión de calidad el 56% manifestó que utilizaron la técnica de la mejora continua, asimismo el 88% consideró importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de calidad en las empresas.

Mori & Cuevas (2014) en su Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego la cual lleva por título *“Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Ventas de Tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la Ciudad de Trujillo 2014”*, teniendo como objetivo establecer la influencia que existe entre la calidad del servicio y el nivel de ventas en tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall de la ciudad de Trujillo. La investigación fue de tipo descriptivo y se utilizó la técnica de la encuesta para el recojo de información obteniendo como resultados el 38% de los encuestados, manifiestan estar de acuerdo que la comunicación de las ofertas brindadas por el promotor de ventas y el cliente es efectiva en cadenas Claro Tottus – Mall, seguido del 47% que está totalmente de acuerdo y el 15% que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Se concluye que la calidad del servicio

brindada en la cadena de Tiendas CLARO- TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas.

Trujillo (2014) en su tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Huaraz la cual lleva por título *“Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro venta minorista de productos textiles bazar del distrito de Huaraz, 2014”*, tuvo como objetivo general caracterizar la capacitación en atención al cliente en las MYPE del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. Para su desarrollo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional, para el recojo de la información se consideró dos poblaciones: La primera conformada por los representantes de los 24 bazares y la segunda población conformada por los 30 empleados de dichos establecimientos, para lo cual se aplicó un cuestionario de 18 preguntas para ambas poblaciones. En cuanto a la encuesta aplicada a los representantes legales, se obtuvieron los siguientes resultados: el 67% consideran que la capacitación es un gasto, el 80% no capacitan a su personal y el 53% mencionan que sus empleados no están capacitados para atender al cliente. Así mismo de la encuesta aplicada

a los trabajadores los resultados fueron: el 60% desconoce la manera correcta de atender a los clientes, el 73% consideran no estar en la capacidad de resolver los problemas diarios sobre atención al cliente y el 53% no le da importancia a las quejas de los clientes.

2.13. Regionales

Balarezo (2015) en su Tesis para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Piura la cual lleva por título: *“Financiamiento y la atención al cliente de las MYPE rubro tiendas musicales en la ciudad de Piura al 2013”*, y por objetivo conocer las características del financiamiento y la atención al cliente de estas MYPE. Existiendo cuatro MYPE actualmente pertenecientes a este rubro, que se tomaron como población, donde el 100% de los encuestados son adultos, de sexo masculino y con secundaria completa. La metodología fue cuantitativa de corte trasversal, se aplicó un cuestionario. Se encontró que un 50% opinan que la razón por la cual eligieron a la entidad para que se obtener tal préstamo es por la rapidez. El 75% de los empresarios no conocían cómo actuar al adquirir un financiamiento, saber que se van a endeudar pero no estar correctamente informado muestra un alto porcentaje de la poca información que se tiene. Se llegó a determinar que respecto a la atención al cliente, las MYPE de este rubro no cuentan con trabajadores, y si los hay son temporales, y son los mismos microempresarios quienes brindan la atención,

llegando ser los únicos impulsores de su negocio, pero aun así es un motivante para que estos puedan llegar a sus clientes de manera positiva y seguir brindando productos de calidad. La importancia que obtiene la atención al cliente para las MYPE es sin duda los beneficios que estas consiguen (ganancias) al brindar una buena atención a sus clientes y no sólo un buen producto.

Patiño (2014) en su tesis para optar el grado de Magíster en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Piura la cual lleva por título *“Caracterización de la Competitividad en el Servicio Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios del distrito de Piura, 2014”*, tuvo como objetivo general: identificar las características de la competitividad en el servicio de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasios en el distrito de Piura, 2014. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal y descriptivo. La información se recabó de una muestra de 11 micro y pequeñas empresas escogidas de manera dirigida y una población de 33 clientes, se les aplicó dos cuestionarios el primero a los propietarios y el segundo a los clientes, se aplicó la técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes resultados: se identificó que el pequeño empresario de este rubro tiene un considerable grado de competitividad en el servicio de atención al cliente, porque toma en cuenta factores que van de la mano con el desarrollo de su empresa ya

que la mayoría de propietarios (72%) frecuentemente renuevan sus equipos, además casi la totalidad de ellos (90%) buscan siempre hacer innovaciones en los servicios que brinda (maquinas, cardio, taeko, spinning, aeróbicos, etc.). Un porcentaje considerable de empresarios (45%) buscan además darles un precio competitivo a sus servicios y se concluye que se ha determinado que los motivos principales de satisfacción del usuario en este rubro son los horarios adecuados en un 66%, en la información clara y comprensible que reciben en un 63%, en que se sienten comprendidos por la empresa al conocer sus intereses y necesidades en un 57%; además de que existe una reacción rápida para absolver una consulta o solucionar un problema en un 57%. Esto denota que existe una satisfacción aceptable del cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasios.

Núñez (2015) en su de tesis para optar el Título profesional de Licenciado en administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Talara, titulada **“Formalización Y Gestión De Calidad De Las MYPES Rubro Lavado De Autos, Talara 2015”**, tuvo como objetivo general identificar las características de la Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015, el proyecto es de tipo descriptivo nivel cuantitativo de diseño no experimental, la información fue recabada mediante una encuesta a 384 clientes de las diferentes MYPE, obteniendo las siguientes resultados se observa que un 52 % de los

usuarios encuestados consideran que los precios del servicio de lavado son competitivos. Los propietarios reflejan que el 100% de las respuestas de los propietarios referente a la valorización del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), es importante para el desarrollo del rubro lavado de autos de Talara, así mismo estando en conformidad ante SUNAT y entidades que les declara la licencia de apertura y funcionamiento actual. Se determinó que los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro Lavados de Autos Talara 2015, no son los adecuados, pues el 58% de los clientes no queda satisfecho con el servicio prestado y califica la atención recibida como regular. Se debe resaltar y consideración de suma importancia mejorar el servicio. Se describió que el compromiso del personal en la gestión de calidad de las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015, se observa que el 58% de los colaboradores no desempeñan adecuadamente su trabajo, con lo cual queda demostrado la falta de compromiso con la MYPE y con los objetivos de la misma.

Marchan (2015), en su tesis para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Talara, titulada ***“Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, Año 2015”*** teniendo como objetivo general determinar qué características tiene la gestión de calidad y merchandising en las MYPE en estudio, la investigación es descriptiva nivel cuantitativo diseño no experimental

transversal, la información se obtuvo de la encuesta aplicada a 58 clientes de las diferentes MYPE, obteniendo como conclusiones: la gestión de calidad en las MYPE rubro imprenta de Talara, año 2015, ha ido evolucionando, ya que las empresas de este rubro han innovado sus técnicas de impresión y la calidad en la atención, haciendo partícipe de esto a sus colaboradores. Por otro lado tienen un alto grado de satisfacción tanto en la entrega del producto como en la atención de servicio que le brindan a sus clientes; esto debido a que los propietarios de los negocios se preocupan por entregar un producto acorde con las exigencias del cliente, en el tiempo indicado y con un precio competitivo; a la vez se puede visualizar que si un pedido requiere otro tipo de material, acabado o técnicas que ellos aún no han desarrollado, se realizan alianzas estratégicas con otras imprentas a nivel nacional para poder cumplir con sus pedidos.

2.14. Locales

Farfán (2015) en su Tesis para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Sullana, la cual lleva por título *“Gestión de la Calidad de las MYPE del sector servicio – rubro pilado de arroz de la provincia Sullana, año 2014”* y tuvo como objetivo general, describir las características de la Gestión de Calidad de las MYPE en estudio. La investigación es de tipo cuantitativa descriptiva, la muestra es de 13 MYPE que fue la totalidad de la población en las cuales se

aplicó un cuestionario, obteniéndose los siguientes resultados el 62% de las empresas tienen más de tres años en el negocio, por otra parte el 46% de los encuestados manifestó que la razón por la que se iniciaron en la actividad fue por que vieron una oportunidad, y el 62% de las empresas cuentan entre 1 a 5 trabajadores. Se pudo conocer también que la mayoría de las MYPE si cuentan con un plan estratégico pero que estos son comunicados algunas veces, además muy pocos microempresarios se capacitan pero que estos si cumplen con los objetivos que se proponen en un plazo determinado. En conclusión las MYPE en estudio en la actualidad tienen deficiencias en sus procesos administrativos y por ende en la satisfacción del cliente; asociados a la falta de capacitación del personal.

Berru, (2014) en su tesis para optar el Título profesional de licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Sullana, titulada ***“Caracterización de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura, año 2014”*** tuvo como objetivo general, determinar la caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES en estudio. La investigación ha sido no experimental, descriptiva y se escogió una muestra de 40 microempresas, aplicando un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: el 63% de las MYPES no asesoran al comprador, mientras que el 38% si

asesoran al comprador. Respecto a sus consultas o reclamos posteriores a la compra el 50% responde con mayor frecuencia y el 13% con poca frecuencia. En cuanto a la competitividad para el buen desempeño de las MYPES; el 88% aprueban la competitividad y el 13% desaprueban. Finalmente las conclusiones son: La mayoría de las MYPES no asesoran al comprador pero responden a sus reclamos posteriores a la compra.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C.

Con el fin de satisfacer las necesidades de atención médica en Sullana, “Clínica J&C. Inmaculada Concepción” inicia sus actividades el 15 de Agosto del 2008 en la Av. José de Lama # 1011 esquina con Av. Champagnat Urb. Santa Rosa.

Clínica Inmaculada Concepción SAC. Con RUC 20526375468, inscrita en registros públicos con partida electrónica n°11044915, comienza una nueva etapa en la que mejoró su infraestructura y modernizó sus equipos médicos con la última tecnología en las especialidades de medicina, ginecología, pediatría y cirugía; siendo su representante legal la Dra. Carmen Julia de Fátima Chávez Mendoza.

Desde entonces se le considera la primera Clínica Privada de Sullana, que realizó una fusión de especialidades con la misión de atender a nuestros clientes con mucho esmero, honestidad y transparencia.

En el 2010 con el incremento de demanda, se amplió el número de consultorios, servicios y centro quirúrgico, ofreciendo un servicio y productos de alta calidad, plasmando un reconocimiento social por su calidad, servicio y garantía en toda la Región.

Actualmente cuenta con 27 especialidades de las diferentes áreas y servicios como: laboratorio clínico, rayos x, farmacia, ecografías, óptica y T.A.C. HELICOIDAL (tercerizado).

22.1.1. Datos generales

- ✓ **Clasificación:** Hospitales o Clínicas de Atención General
- ✓ **Tipo:** Con Internamiento
- ✓ **Dirección:** Av. José De Lama N° 1011
- ✓ **Departamento:** Piura
- ✓ **Provincia:** Sullana
- ✓ **Distrito:** Sullana
- ✓ **Ubigeo:** 200601
- ✓ **Teléfono:** 073-504898

- ✓ **Horario:** 24 Horas
- ✓ **Representante:** Carmen Julia de Fátima Chávez
Mendoza.

2212 Misión

Brindar servicios de salud confiables y seguros a nuestra comunidad utilizando las mejores prácticas médicas con personal ético y altamente calificado, orientándonos permanentemente hacia la excelencia.

2213 Visión

Ser reconocidos en el campo de la salud por nuestra calidad y vocación de servicio, orientados a nuestros pacientes, clientes y colaboradores.

2214 Servicios Brindados

- Lo mejor en Cirugía Estética.
- Cirugía de Día y Cirugía Laparoscópica.
- Rayos X con modernos equipos.
- Convenios con instituciones Públicas y Privadas.

- Contamos con un Club de pacientes Diabéticos, donde se realizan atenciones durante todo el año con un paquete de servicios que incluye:
 - ✓ Charlas de control, cuidados de la Diabetes y Retinopatía.
 - ✓ Exámenes de laboratorio
 - ✓ Atención Médica Especializada.
 - ✓ Consejería Nutricional y Terapias.

2.2.2. Gestión de calidad

La gestión de calidad es uno de los factores claves para el crecimiento económico de las organizaciones, que permite mejorar los estándares de calidad de las empresas alcanzando altos niveles de competitividad.

Guarneros (2012) hoy en día, todas las empresas se van dando cuenta de que es necesario crear un sistema de gestión de calidad que garantice la satisfacción total de los requerimientos de los clientes en todas partes del mundo. Este nuevo enfoque les permitirá ganar posiciones en el mercado, tanto nacional como internacional, ajustando sus procesos productivos y administrativos a las exigencias que cada región o países en particular presentan como requisito para aceptar y consumir un bien o servicio que cubra sus expectativas ya que es un conjunto de actividades

coordinadas por una o varias personas dentro de la empresa con el fin de dirigir y controlar los recursos de la misma para alcanzar objetivos, estableciendo las políticas y metas que ayudarán a conseguirlos eficientemente.

Por otro lado Pillou (citado por Centurión, 2013), en su artículo sobre calidad, manifiesta que la gestión de calidad total se refiere a la implementación de un plan empresarial basado en un procedimiento de calidad que involucra a todos los empleados, es decir, una estrategia completa por la cual una compañía entera usa todos los recursos para satisfacer a sus beneficiarios en términos de calidad, costo y plazo. Se debe desarrollar un “espíritu de calidad” y todos deben compartirlo para que la gestión de calidad total tenga éxito en las MYPE que la aplican.

Según Camisón, Cruz y González (2006) el enfoque técnico de la calidad, bien plasmado en el control estadístico de procesos, parte de un concepto de la Gestión de la Calidad como una colección de métodos, utilizables puntual y aisladamente para el control de la calidad de productos y procesos. Aunque superada, esta aproximación ha sido útil para crear una caja de herramientas que los enfoques posteriores no han cesado en enriquecer (...) Las últimas aproximaciones encuadradas en el enfoque técnico (el aseguramiento de la calidad y el enfoque japonés) son las primeras

en advertir la insuficiencia de este concepto, limitado a proyectos y programas con fines puntuales y discontinuos sin un enfoque directivo claramente articulado que los ampare, sentando los pilares del enfoque sistémico de la Gestión de la Calidad, que la asimila a un nuevo paradigma de la dirección de organizaciones. Los desarrollos de las visiones cultural y humana de la Gestión de la Calidad han robustecido esta comprensión de la función, ampliamente difundida en la literatura y en los expertos (p. 50)

2221. Importancia de la gestión de calidad

Según Nebrera (s.f) En la actualidad, los clientes demandan productos de calidad, y dado que existe una gran oferta, podrán elegir aquellos productos que más les satisfagan.

Según algunos autores la gestión de calidad es importante porque permite obtener ciertos beneficios tales como:

- **La Satisfacción** Según Castañeda (2015) la calidad es una dimensión del desempeño institucional que está relacionada directamente a la satisfacción del usuario-cliente-ciudadano (en el caso del sector público, los ciudadanos como población objetivo, población potencial y posiblemente en intervenciones de carácter universal la sociedad en general); por lo que se plantea las diversas componentes que nos puede ayudar a analizarla a partir de una gestión basada en los resultados (entendiendo el resultado como el cambio que se busca alcanzar para solucionar un

problema identificado sobre una población objetivo, y que a su vez, contribuye al logro de un resultado final. Este resultado específico no constituye un fin en sí mismo). Más aún, si la calidad no la determina la organización (agencia o entidad, en el caso del sector público), la definen y califican los usuarios/clientes/ciudadanos. otro lado según Pizzo (s.f.) nos dice que es importante para satisfacer al cliente que los empleados conozcan la forma en que funcionan todos los departamentos. De esta forma, comprenderán mejor el impacto de sus trabajos en la percepción global del servicio que dan a los clientes

Según según ISO (2013) según la Norma ISO 9000: “Sistemas de Gestión de Calidad – Fundamentos y Vocabulario”, el término “Satisfacción del cliente” se define como “Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos”. Por otro lado, la misma norma define por “Requisito”, una “Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria”. Para simplificar, lo anterior se puede resumir como: Satisfacción del cliente es la percepción que éste tiene sobre el grado en que se han cumplido sus necesidades y expectativas. (...) El hecho de que la satisfacción del cliente sea una expresión subjetiva de la realidad, resulta importante para comprender que los resultados obtenidos de la opinión de algunos clientes, como reflejo subjetivo, pueden no corresponder fielmente a la realidad, porque

cada cliente que recibe el servicio puede interpretar la información recibida de forma diferente según sus conceptos y experiencias anteriores. De ahí que la medición de la satisfacción del cliente deba hacerse con todos o buena parte posible de los clientes, de modo que se puedan obtener estadísticamente datos que reflejen la coincidencia de criterios entre los encuestados y conocer sus disparidades. Con este fin se pueden utilizar indicadores tales como la frecuencia de respuestas, la media, la mediana, la moda, la varianza, la desviación estándar y otros similares. (ISO 9001, 2013)

- **Mejora continua:** Según Camisón, C.; Boronat, M.; Villar, A.; Puig, A. (2008) La gestión de la calidad integra dentro de un enfoque estratégico el tratamiento de la calidad en la empresa, y se sustenta en los principios de orientación al cliente, mejora continua, enfoque en las personas y visión global de la organización. (...) La gestión de la calidad ha adquirido una importancia muy elevada en los últimos años en la práctica empresarial, gracias también a la existencia de diferentes premios y certificaciones, como las normas ISO 9000 o los premios Baldrige o Deming, que estandarizan y aseguran la obtención de una elevada calidad en los productos y/o servicios de la organización. En este sentido, corroboramos y ampliamos la investigación empírica que establece una relación positiva entre

las prácticas de gestión de la calidad y el desempeño organizativo.

Según Garcia, Quispe, & Raez, (2003) : La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta (...) Es importante establecer un sistema de gestión para la calidad que este claramente orientado a los procesos y a la mejora continua. Pues, las organizaciones lograrán el liderazgo en la medida que tengan la habilidad para mantener la excelencia de sus procesos y se comprometan con el constante desarrollo de sus objetivos, siempre orientados a la satisfacción de sus clientes. (Garcia, Quispe, & Raez, 2003; p.94) por otro lado gonzales (2011) El proceso de mejora continua es la forma más efectiva de mejora de la calidad y la eficiencia en las organizaciones. El éxito de cualquier método que actualmente utilizan las organizaciones para gestionar aspectos tales como calidad.

- **La planificación** Según el portal web abc de la calidad (2011) La planificación de la Calidad es una parte de la Gestión de la Calidad orientada a fijar unos objetivos de calidad y a especificar los procesos operativos y recursos necesarios para cumplir con los objetivos fijados. La planificación nos permite, junto a las fijación de objetivos, analizar el pasado y lo que ocurre en la actualidad y tratar de optimizar los recursos para conseguir los

resultados deseados. (...) la planificación efectuada deberá asegurar que los cambios organizativos, en caso de que se produzcan, se realizan de forma controlada, y que el Sistema de Gestión se mantiene actualizado durante la implantación de éstos cambios. (abc de la calidad, 2011)

- **Fidelización:** para Cerezo (s.f) la fidelización del cliente es el punto de partida de toda gestión de calidad, y consiste en captar las exigencias de los clientes y analizar la forma de ofrecerles soluciones que respondan a sus necesidades. Es decir, implantar procedimientos para detectar lo que resulta importante a los ojos del cliente y no sólo desde el punto de vista de la empresa. Entender la estrategia del cliente, conocer su funcionamiento interno, detectar el verdadero punto de referencia del cliente constituyen ejes de investigación que merecen sin duda una inversión importante. El recurrir a bases de clientes, a técnicas cualitativas como la organización de mesas redondas entre clientes, a la individualización de la comunicación comercial a partir del marketing directo, al análisis de las reclamaciones, a las encuestas a los clientes, y otras técnicas que permitan a la empresa acercarse más a las expectativas del cliente. (cerezo s.f)

- **Medios:** Según Hammer y Stanton,; Harry y Schroeder, (citados por Camisón, C.; Boronat, M.; Villar, A.; Puig, A. 2007). La

adopción de sistemas de gestión de la calidad puede ser beneficiosa para la organización. Con la adopción de estas prácticas se producen mejoras continuas que redundan en una mayor eficiencia, en reducciones de costes, en una mayor satisfacción de los consumidores y, finalmente, esto puede contribuir a la obtención de mayores beneficios

Según Valenzuela (s.f) la gestión de calidad es importante porque:

- ✓ Una empresa en la que todo su equipo humano trabaja orientado a la calidad consigue que sus empleados siempre dispongan de los medios e instalaciones adecuados para realizar su trabajo, pues el sistema también prevé y regula la relación con proveedores, colaboradores, medios y materiales necesarios para la actividad, de tal forma que la empresa asegura que siempre dispondrá de los recursos humanos y materiales necesarios para ello. (Valenzuela, s.f)

- ✓ Todos los procesos de trabajo de la empresa quedan perfectamente documentados. Si todo el personal cumple y aplica los procesos tal y como se han reflejado en el sistema, se consigue que la producción de bienes y servicios de la empresa se obtengan de forma estandarizada, asegurando la homogeneidad de los

resultados. También se evalúan y analizan estos procesos para mejorar su eficacia. (Valenzuela, s.f)

- ✓ El sistema permite identificar los requisitos y exigencias de los clientes. Habitualmente se mide su grado de satisfacción, labor que facilita la fijación de objetivos comerciales y el desarrollo de nuevos productos. (Valenzuela, s.f)

- ✓ Además, la empresa mejora la gestión del conocimiento mediante el control de la documentación y de los datos, quedando siempre actualizada. (Valenzuela, s.f)

- ✓ Con todo esto se consiguen importantes beneficios externos: se asegura que nuestro producto o servicio siga un estándar de calidad, se conoce al cliente y sus exigencias mejorando sus expectativas y fidelización, posibilidad de participación en licitaciones públicas o privadas que exijan la certificación, ventaja competitiva en el sector, etc. (Valenzuela, s.f)

Por otro lado Bañeras (2014) nos indica que La calidad en la gestión nos ayuda a reducir la improvisación dentro de nuestros procesos, de tal manera que nuestro primer objetivo sea llevar a

cabo procesos totalmente planificados en los que sepamos en cada momento el modo de actuar durante situaciones normales de funcionamiento o condiciones óptimas de funcionamiento o, por el contrario, cómo actuar ante una desviación de los requisitos establecidos. De la misma manera la gestión de la calidad brinda una oportunidad clave, no sólo para planificar los procesos, sino también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos. (Bañeras 2014)

2222 Calidad total

Según Kusaba (1995) la calidad es lo bien hecho del trabajo en las diversas actividades. En las de manufactura, se mide en términos no solo del producto en sí, sino también del proceso de producción. En el caso de las ventas, la calidad no es solamente la calidad del producto, sino también de los servicios que se proporcionan al cliente, así como el costo de la venta y las utilidades.

La calidad está en función de cumplir con objetivos: en un reloj, el objetivo es dar la hora; en un teléfono, hablar a través de las distancias; en un refrigerador, mantener las cosas frías, etc. No compramos un producto por el producto en sí, lo compramos por la función particular que este desempeña. Por lo tanto, cuando valoramos un producto como algo que tiene alta calidad no nos referimos simplemente a la

aparición del producto, sino que también involucramos su utilidad (Kusaba 1995).

2.2.2.3. Características De La Gestión De Calidad

La gestión de calidad es de primordial importancia en la estructura organizacional de las empresas pues permite que alcancen sus objetivos y le permite ofrecer productos o servicios de calidad para lograr satisfacer las necesidades de los clientes existen diferentes autores que explican las características de la calidad y su gestión de esta manera:

Según Cuatrecasas (2005) nos dice Ante todo, el nivel de calidad y los requerimientos del producto o servicio los establece y define el cliente. El que decide si el producto o servicio es adecuado y verifica si el cumplimiento de las características satisface sus necesidades es el propio cliente. Por tanto, la empresa ha de captar su confianza ofreciéndole la calidad que desea. Se debe tratar de comprender y determinar los criterios y valoraciones que tiene el cliente, saber escucharle en todo momento y actuar en consecuencia. (p.33),

Por otro lado Camisón, Cruz, & González, (2006) nos explica que las características de calidad se operativizan en estándares o especificaciones de calidad, que permiten medirla mediante indicadores cuantitativos y objetivos. Las especificaciones tienen dos componentes: una meta y la tolerancia admitida por el diseñador del producto alrededor de la meta. La meta es el valor ideal que un producto debería poseer tras haber sido fabricado. (Camisón et. al. p., 2006, p.183)

Según Quintero (s.f) la fiabilidad de la gestión de calidad la fiabilidad Se refiere a las fallas que se puedan ocasionar en el producto, al igual que los costos de reparación para la entrega a satisfacción

Así mismo Camisón, Cruz, & González, (2006) también dicen que las características de calidad de un producto son propiedades que un producto posee, y con las cuales se espera satisfacer las necesidades y expectativas de ciertos clientes plasmadas en ciertos requisitos (...) Las características de calidad de un producto se definen a partir de las funciones para las que el producto fue concebido y que se usan en la evaluación de su calidad. (Camisón et. al. p., 2006, p.183)

Según estos autores la gestión de calidad debe cumplir estas características:

- ✓ **Misión.** La misión define la razón de ser de la organización en un cierto negocio. Cuando la misión es claramente definida y ampliamente comunicada para que sea compartida, el compromiso de los empleados es más alto.

- ✓ **Objetivos.** Los objetivos son resultados medibles que la organización desea alcanzar en cierto periodo de tiempo. Cuando los objetivos son claros, los empleados saben lo que necesitan lograr, así como cuándo lo han logrado

- ✓ **Estrategia.** La estrategia establece cómo van a ser alcanzados la misión y los objetivos.

- ✓ **Estructura.** La estructura es la relación entre las personas y los roles y responsabilidades, organizados en procesos, que los individuos y los equipos asumen para el logro de los objetivos.

- ✓ **Cultura.** La cultura se define como las normas, las creencias y los valores que guían el comportamiento de las personas y que apoyan el modo en que trabajan juntas. Aunque la cultura

es un resultado de todos los aspectos precedentes, es también el generador de la organización. La cultura también condiciona en gran medida las elecciones hechas en cuanto a la misión, los objetivos, la estrategia y la estructura.

- ✓ Personas. La gestión de las personas abarca, junto a su integración dentro de una estructura, el diseño de sistemas y procesos que hagan efectivo y satisfactorio su trabajo.
- ✓ Procesos. La organización de las tareas y tecnologías en procesos permite afrontar el trabajo organizativo con una visión horizontal.

2224. Principios de gestión de la calidad en los que se basa la norma

Méndez, Jaramillo, Serrano (2006) La revisión de las normas ISO 9000 se ha basado en ocho principios de la gestión de calidad, que reflejan las mejores prácticas de gestión y han sido preparadas como directrices para los expertos internacionales en calidad. Los ocho principios para la gestión de la calidad son:

1. Organización orientada al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer

sus requisitos y esforzarse por sobrepasar sus expectativas, creando:

- ✓ Aumento de los ingresos y de la cuota de mercado a través de una respuesta flexible y rápida a las oportunidades del mercado.
- ✓ Mejora en la fidelidad del cliente, lo cual conlleva a que siga confiando en la empresa y dé buenas referencias de la misma.

2. Liderazgo: Los líderes unifican la finalidad y la dirección de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en la consecución de los objetivos, logrando que:

- ✓ El personal entienda y esté motivado hacia los objetivos y metas de la organización.
- ✓ Las actividades sean evaluadas, alineadas e implantadas de una forma integrada.

3. Participación del personal: El personal, con independencia del nivel de la organización en el que se encuentre, es la esencia de una organización y su total implicación posibilita que sus capacidades sean usadas para el beneficio de la organización, obteniendo:

- ✓ Un personal motivado, involucrado y comprometido.
- ✓ El personal se sentirá valorado por su trabajo.

- ✓ Todo el mundo deseará participar y contribuir en la mejora continua.
4. Enfoque a procesos: Los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando los recursos y las actividades relacionadas se gestionan como un proceso, para alcanzar:
- ✓ Capacidad para reducir los costos y acortar los ciclos de tiempo a través del uso efectivo de recursos.
 - ✓ Resultados mejorados, consistentes y predecibles.
5. Enfoque del sistema hacia la gestión: Identificar, entender y gestionar un sistema de procesos interrelacionados para un objetivo dado, mejora la eficacia y eficiencia de una organización, logrando:
- ✓ Alineación de los procesos que alcanzarán mejor los resultados deseados.
 - ✓ La habilidad para enfocar los esfuerzos en los procesos principales.
 - ✓ Proporcionar a las partes interesadas clave la confianza en la efectividad y eficacia de la organización.
6. Mejora continua: La mejora continua debería ser un objetivo permanente de la organización, pues sólo así se logrará la consistencia y la conformación de la nueva cultura para:

- ✓ Incrementar la ventaja competitiva a través de la mejora de las capacidades organizativas.
 - ✓ Flexibilidad para reaccionar rápidamente a las oportunidades.
7. Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones: Las decisiones efectivas se basan en el análisis de datos y en la información que se genera en los procesos, dando como resultado:
- ✓ Decisiones informadas.
 - ✓ La capacidad de demostrar la efectividad de decisiones anteriores a través de la referencia a hechos reales.
 - ✓ La capacidad de revisar, cuestionar y cambiar opiniones y decisiones.
8. Relación mutuamente beneficiosa con el suministrador:
- Una organización y sus suministradores son interdependientes, las relaciones mutuamente beneficiosas aumentan la capacidad de ambos para:
- ✓ Incrementar la capacidad de crear valor para ambas partes
 - ✓ Flexibilidad y rapidez de respuesta de forma conjunta y acordada a un mercado cambiante.
 - ✓ Optimización de costos y recursos. (Méndez et al, 2006, p. 62-65)

2225. Mejora Continua de procesos, productos y servicios

La calidad tanto de los procesos, como de los productos y servicios debe ser mejorada día tras día en la búsqueda de menores costos, mayores niveles de satisfacción y tiempos de respuestas más rápidos (...) Ninguna técnica dará sus más óptimos resultados sin contar antes con un grupo humano afianzado en sus relaciones, las cuales darán lugar a un clima de confianza y actitud participativa entre todos sus integrantes. (Lefcovich, 2009)

2226. El ciclo PDCA

Bonilla (2009) Existe un método general de modelo gerencial en calidad total. Él fue conocido inicialmente en 1930 – como ciclo Shewhart, después cuando Deming lo llevó a Japón en 1950 quedó conocido allá como el ciclo de Deming. Hoy es conocido como ciclo PDCA, sigla correspondiente a las iniciales P de “plan” (planear); D de “do” (hacer, ejecutar); C de “check” (conferir) y A de “action” (acción correctiva).

El ciclo PDCA es representado normalmente por un círculo con cuatro cuadrantes. Explicitando un poco más, tenemos:

- Planear (P): Consiste básicamente en el establecimiento de un plan compuesto de metas, así como por los medios

que permitirán alcanzarlas, acompañados del respectivo cronograma.

- Ejecutar, hacer (D): En esta fase, el plan es ejecutado a través de tareas específicas, debiéndose recoger datos con el propósito de posterior control del proceso. Antes de la ejecución del plan hay una etapa fundamental: la capacitación relacionada con aquellas. Obviamente ella será iniciada previamente.

- La ejecución, el hacer, corresponde al procesamiento.
Aquí es donde las causas comienzan a actuar sobre los efectos. Por lo tanto, es el momento que corresponde al monitoreo de los ítems de verificación. En el ejemplo de la dueña de casa preparando la torta, es durante la elaboración de ésta (ejecución) que los ítems de verificación son monitoreados.

- Conferir, chequear (C): Ahora el proceso acabó, se tiene el producto pronto, ya elaborado, manifestándose en él una serie de efectos. Por lo tanto, es la oportunidad adecuada para comparar las metas definidas en (P) con los resultados obtenidos en (D).

- Acción correctiva (A): En el caso de ser comprobados desvíos entre las metas establecidas y los resultados obtenidos, la gerencia deberá hacer correcciones tendientes a su neutralización.

Si realmente deseamos trabajar con calidad total, se debe considerar el ciclo PDCA como el centro del sistema, de modo que todas las acciones desarrolladas tendrán como orientación básica el cumplimiento del ciclo, de modo que si hubo una etapa inicial de planeamiento, necesariamente habrá una de ejecución y después un chequeo, con acción correctiva, si fuera el caso.

2227. Gestión de Calidad en el sector salud

Según el MINSA (2008) En el Sector Salud la prestación de servicios de salud y la calidad de los mismos no han tenido un desarrollo uniforme. Durante los últimos años se han realizado diversos esfuerzos para revertir esta situación, que no siempre han logrado alcanzar el objetivo de mejorar la calidad de atención o que al hacerlo no han sido sostenibles en el tiempo. La poca capitalización de los esfuerzos desplegados se ha debido principalmente a la falta de una estrategia coherente que permitiese no solo aprovechar las mejoras, sino adoptar una decisión para establecer un Sistema Nacional de Salud moderno, eficiente, efectivo, y fundamentalmente humano. Por ello, surge la necesidad y urgencia de desarrollar e

implementar una estrategia nacional que permita el fortalecimiento y desarrollo de los servicios de salud.

Deming y Baldrige (citados por el MINSA 2008) La gestión de la calidad implica la transformación de la organización mediante el aprendizaje y la mejora permanente que surge como respuestas a las necesidades y expectativas de sus usuarios. De esta forma se constituyen en el centro de su misión. Se trata de mejorar la calidad y avanzar en búsqueda de la excelencia en las organizaciones del sector salud, incorporando los principios de los modelos normativos de sistemas de gestión de calidad. Se busca reforzar el liderazgo de las instancias directivas en el logro de la calidad, el trabajo en equipo, gestión basada procesos y en información relevante como sustento de las decisiones.

2228 Niveles De Gestión de Calidad en la atención

Según el MINSA (2008) La gestión de la calidad de atención es tan solo un nivel en esta relación. Un abordaje sistémico de esta relación permite distinguir tres niveles de gestión de la calidad.

- **Primer nivel de gestión:** para el MINSA (2008) es el nivel que corresponde a la gestión de la calidad de la atención tanto individual como colectiva y comprende un

conjunto de relaciones y procesos entre usuarios, proveedores y organizaciones a propósito de la atención.

- **Segundo nivel de gestión:** para el MINSA (2008) corresponde a la calidad de la gestión de organizaciones proveedoras de la atención que al brindar dirección y soporte institucional de información y recursos a la atención, inciden de manera determinante sobre la calidad de atención.
- **Tercer nivel de gestión:** calidad del sistema de salud en su conjunto usualmente conocido como “nivel de desempeño de sistema de salud”, como expresión del logro de los objetivos y funciones básicas de todo sistema de salud. En este nivel se generan una serie de determinantes estructurales que inciden sustancialmente sobre las organizaciones de salud y sobre la atención que ellas brindan. (MINSA, 2008)

2229. Ventajas De La Gestión De Calidad En El Sector Salud

Según EsSalud la implementación de un sistema de gestión de calidad en salud permitiría:

- ✓ Calidad, reflejado en un incremento de la satisfacción del usuario de aseguramiento por los servicios brindados en las Agencias de Seguros.

- ✓ Mejora organizativa (objetivos, funciones y responsabilidades), mediante la identificación de los procesos, asignación de responsables para cada uno de ellos y el establecimiento de indicadores para controlar su desempeño. (caracterización de los procesos).
- ✓ Establecimiento de indicadores de desempeño y evaluación del comportamiento del colaborador que permite mejorar el sistema y el establecimiento de acciones de mejora continúa.
- ✓ Cumplimiento de los requerimientos del usuario y los legales.
- ✓ Establecimiento de una plataforma que permita la implementación exitosa de estrategias.
- ✓ Mejoramiento de la planeación de las operaciones, reflejado en la reducción de los tiempos promedio de atención a los usuarios de aseguramiento, entre otros.
- ✓ Compromiso de los colaboradores con la calidad del servicio brindado.
- ✓ Mejora de la imagen como valor de la Institución.

22210. Principios del Sistema Nacional De La Gestión de Calidad

Según el MINSa (2008) Son principios del Sistema Nacional de Gestión de la Calidad:

a) Calidad de la atención de salud como condición de desarrollo humano.

La calidad de la atención de la salud es una dimensión central de la calidad de vida de las personas y condición fundamental del desarrollo humano.

b) Calidad como derecho ciudadano en salud y centrado en el usuario

Las personas usuarias de los servicios públicos son ante todo y fundamentalmente ciudadanas para quienes la atención de su salud con calidad es un derecho consagrado por la legislación nacional e internacional. Anteponiendo las necesidades y expectativas de sus usuarios y acogiendo su diversidad cultural, étnica, de género, de opción sexual o religiosa. Este derecho se ejerce mediante la participación en la gestión y la vigilancia social.

c) Liderazgo para la calidad.

El logro de los objetivos en calidad descansa en el liderazgo basado en la competencia, idoneidad moral y capacidad dialogante. Se trata de alcanzar acuerdos entre múltiples actores jurídicamente diferentes, con distintos grados de desarrollo y que a través del proceso de descentralización alcanzan importantes niveles de autonomía.

d) Participación de los servidores civiles.

Los servidores civiles de todos sus niveles y categorías son la esencia de la organización y la fuerza motriz del Sistema de Salud. Su participación protagónica en la atención de la salud es fundamental para mejorar la calidad, pero en igual medida, sus necesidades y motivaciones constituyen preocupación central de la organización.

e) El enfocado en procesos y resultados

El SGCS alcanza sus objetivos con mayor eficacia y eficiencia cuando las actividades y recursos relacionados se gestionan mediante procesos articulados en función a resultados que mejoran el desempeño de la organización.

f) La mejora como tarea central y permanente

El SNGCS asume la mejora del desempeño global de la organización como una característica central de su cultura. La mejora constituye su tarea central y permanente.

g) Toma de decisiones basadas en evidencias

Las decisiones eficaces y oportunas se basan en el análisis de datos y la información.

2.23. Atención al cliente.

Para López, Pérez & Pérez (2013) Fidelizar a la clientela es uno de los objetivos de cualquier empresa, y para ello la empresa, la empresa tiene que conseguir que el cliente se sienta bien atendido y que sus necesidades hayan sido satisfechas con la adquisición del producto o la realización del servicio contratado (...) Por ello gestionar adecuadamente la relación con los clientes y en concreto con su satisfacción, es determinante para para el éxito o fracaso de la empresa. Las compañías más conscientes de ello tratan de encajar dos piezas fundamentales: empleados y clientes, pues les otorga una ventaja competitiva sobre los demás. (p.164)

Según Brown (1992) La gestión de la atención al cliente consiste simplemente en eso: en gestionar la forma de atender al cliente. Desde siempre, el negocio se ha identificado con la competición. Se trata de competir por los mercados, por los territorios, por los lugares en los que se desarrolla la venta al por menor y, sobre todo, por los clientes. Las esperanzas de tales clientes son hoy mayores que nunca, como más amplia que nunca es la gama dentro de la cual pueden elegir. En todos los estudios sobre la clientela en los que he intervenido se plantea una gran diferencia entre lo que espera el cliente y lo que recibe (...) La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la

empresa. Una vez que se han identificado estos factores, si alguno de los integrantes de la organización es capaz de articularlos dándoles una forma sencilla, se estará construyendo algo duradero. (p. 1-2)

Mateos de Pablo (2012) nos dice que actualmente se considera que la forma en la que el cliente se siente atendido conforma gran parte de la percepción final de la satisfacción del mismo, ya que lo realmente vital para que este repita una compra en un establecimiento o tras una llamada telefónica es la sensación personal e íntima, muchas veces a niveles casi inconscientes, de si se ha sentido escuchado y comprendido, aspectos incluso por encima de cuestiones básicas como si se le ha solucionado un problema o no. (p.43)

2231. Estrategias Para El Éxito En La Atención Del Cliente

Un buen servicio es la clave para lograr compras repetitivas por parte de los clientes. Según Pérez (2009) las estrategias para el éxito el servicio al cliente es un tema que recalca la importancia que el servicio al cliente debe tener para cualquier organización que ofrece sus productos o servicios al público en general. La idea central del tema radica en que un servicio eficiente y cortés al cliente resulta decisivo para el éxito de una organización. Cada persona tiene un papel que

desempeñar en el aumento del nivel de satisfacción del cliente; dependientes, personal administrativo, supervisores y ejecutivos, todos deben estar al tanto de las necesidades de los clientes ya saber cómo satisfacerlas mejor.

Pérez (2009) también nos indica que hoy en día, el entorno de los negocios es altamente competitivo y cualquier compañía necesita establecer estrechas relaciones con sus clientes con el propósito de conservar su fidelidad. Muchas son las personas que dan por sentado estas relaciones y desconocen los pasos específicos que pueden ayudar a asegurar la satisfacción del cliente.

El modelo de cuatro pasos que se presenta en servicio al cliente: estrategias para el éxito es:

1. Establecer una relación profesional con el cliente.
2. Identificar las necesidades o problemas del cliente.
3. Proporcionar el servicio acordado.
4. Concluir la transacción.

Un empleado consciente de su propio comportamiento puede contribuir a una imagen positiva de la compañía, a un ambiente de negocios eficiente y productivo, y al mantenimiento de relaciones perdurables con los clientes.

Según Ugalde (s.f) El Servicio al Cliente no se trata sólo de estudiar y aplicar distintos procesos, manuales y sistemas.

Toda comunicación tiene un alto componente personal. Una empresa que favorece la iniciativa y la creatividad entre sus empleados con relación al Servicio al Cliente, sin duda facilita el camino hacia el entendimiento bidireccional.

Medir la satisfacción al cliente debe ser un proceso continuo. Si usted y su empresa no saben si están haciendo las cosas bien, no hay forma de corregir lo que necesite ser corregido. (Ugalde s.f)

Según Valle (2017) El sistema de calidad maximiza la relación enfocada al cliente. La empresa debe dedicar los medios y enfoques necesarios para conocer las necesidades y expectativas de los clientes, una vez conseguida esta meta, las necesidades de los clientes deben ser transmitidas a la organización para su conocimiento y concienciación de su importancia y debe planificarse el modo de hacerlo.

2232 Tipos de clientes

Según Mateos de Pablo (2012) Las necesidades y deseos del cliente se ven claramente afectados por su forma de pensar, de sentir, de razonar, etc.; es decir, que todos ven la realidad de lo

que desean, sienten necesitar y, finalmente, compran a través de la forma en que perciben el mundo.

Mateos de Pablo clasifican a los clientes de la siguiente manera:

a. El cliente reservado

- **Características.** Es aquella persona que apenas contesta a las preguntas del vendedor, incluso pareciendo no entender lo que se le dice. Todo ello puede estar motivado por su timidez, la desconfianza y el miedo a equivocarse; o bien a dificultades para expresarse.
- **Forma de atenderle.** Hay que ser extremadamente amable, demostrándole interés por sus deseos. Se deben hacer preguntas cuyas respuestas intenten ser afirmativas, repitiendo los argumentos de formas distintas. Al hacerle preguntas, hay que tener cuidado de realizarlas en un tono de voz suave, para no generar malestar en dicho cliente. (Mateos de Pablo 2012)

b. El cliente silencioso

- **Características.** Existen multitud de razones por las que una persona puede estar callada: porque no tenga confianza en sí mismo; porque sea muy

pensadora; porque no sepa conversar; o por otras razones que el profesional nunca descubrirá.

- **Forma de atenderle.** Se pueden hacer muchas preguntas a una persona silenciosa para obtener una respuesta. Estas serían aquellas que le piden opinión, realizadas con la técnica de las preguntas abiertas, es decir, aquellas que comienzan con las palabras: qué, cómo, cuándo, etc. Para aplicarlas hay que desarrollar mucha paciencia, ya que la tendencia natural de estos clientes es resistirse a contestar. (Mateos de Pablo 2012)

c. El cliente tímido

- **Características.** Este tipo de cliente se presenta inseguro de sí mismo, quizá bajo una presión de relacionarse con los demás, o bien de protección.
- **Forma de atenderle.** Hay que intentar acrecentar la confianza del cliente, mediante demostraciones físicas palpables, como pueden ser en catálogo, fotografías, facturas, etc., que generen tranquilidad en él. (Mateos de Pablo 2012)

d. El cliente hablador

- **Características.** Este tipo de cliente se caracteriza por su gran locuacidad, ya que no para de hablar, pareciendo ignorar el paso del tiempo y tratando incluso temas que no tienen nada que ver con el objeto de la compra.
- **Forma de atenderle.** Hay que escucharle con agrado y simpatía, pero intentando retomar la conversación hacia el tema que interesa para la venta de forma paciente, evitando entrar en discusiones, para prevenir la dispersión natural de estas personas. (Mateos de Pablo 2012)

e. El cliente polémico

- **Características.** Este cliente se caracteriza por estar siempre descontento y, por ello, le encanta entrar en discusiones, exigiendo razones de por qué se hacen las cosas de determinada manera. Puede mostrarse agresivo y brusco, haciendo observaciones negativas e irónicas acerca de los productos, del servicio o de la empresa. Bajo la apariencia de dominación, suele esconderse una notable inseguridad en sí mismo, ya que su objetivo

suele ser llevar la contraria, sintiéndose entonces superior a los demás.

- **Forma de atenderle.** Hay que escuchar a este cliente con paciencia, prometiéndole hacer caso a sus frecuentes reclamaciones y, sobretodo, no dejando que intimide con sus críticas e irónicos comentarios. Nunca se debe discutir con él, por el contrario hay que mostrarse firmes, con seguridad y moderación. (Mateos de Pablo 2012)

f. El cliente egoísta

- **Características.** Es un tipo de persona que cree saberlo todo, buscando siempre rápidas ventajas, siendo dominante y con tendencia a falsear la verdad y engañar.
- **Forma de atenderle.** Hay llamarle con frecuencia por su nombre, demostrando interés por sus asuntos, pidiéndole su opinión e incluso elogiando sus pensamientos. (Mateos de Pablo 2012)

g. El cliente sabelotodo

- **Características.** Es un tipo de cliente muy peligroso, ya que al creer que conoce mejor el producto, el mercado, los precios, las condiciones y

hasta la propia empresa que el trabajador, somete a este a una alta presión sobre sus aptitudes.

- **Forma de atenderle.** Lo vital para que este tipo de cliente se vaya contento es que se sienta importante, por lo que hay que poner mucho interés para que se crea que él ha ganado, buscando sus criterios para hacerle sentir bien. (Mateos de Pablo 2012)

h. El cliente indeciso

- **Características.** Es un tipo complejo de cliente que duda casi de todo lo que se le ofrece, sin capacidad de elegir aunque lo ofertado no sea muy complicado ni numeroso ya que es inseguro, probablemente con sentido de inferioridad, que duda de todo y que nada le parece del todo bueno.
- **Forma de atenderle.** Lo importante es sentirse seguro en todo momento con respecto a lo que se le dice, ofreciéndole pocas alternativas y dándole la seguridad que acertará cuando se decida. (Mateos de Pablo 2012)

2233.Pautas para la comunicación en la atención al cliente Según

Blanco, Lobato, & Lobato (2013) las pautas para una buena comunicación en la atención al cliente son:

➤ **Calidad**

La comunicación en la atención al cliente debe ser de calidad y en ella no se debe producir ningún tipo de fallo, de forma que el cliente perciba un servicio fiable que le dé confianza en la empresa. (Blanco, Lobato, & Lobato 2013)

Según SENATI (2012) nos indica que Quienes hacen evaluaciones sobre calidad en el servicio, señalan cinco variables: confiabilidad, diligencia, garantía, empatía y recursos tangibles.

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

Confiabilidad: es la capacidad de prestar el servicio prometido con seguridad y correctamente. Según Blanco, Lobato, & Lobato (2013)

Sueiro (s.f) nos dice que En el mundo industrial moderno, el concepto de Confiabilidad es sumamente importante. La Confiabilidad es la "capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado". Es decir, que habremos logrado la Confiabilidad requerida cuando el "ítem" hace lo que queremos que haga y en el momento que queremos que lo haga. Al decir "ítem" podemos referirnos a una máquina, una planta industrial, un sistema y hasta una persona. La Confiabilidad impacta directamente sobre los resultados de la empresa, debiendo aplicarse no sólo a máquinas o equipos aislados sino a la totalidad de los procesos que constituyen la cadena de valor de la organización. (Sueiro, s.f. p.44)

Diligencia o capacidad de respuesta: es la voluntad de ayudar y de prestar el servicio rápidamente.

Garantía: seguridad, conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. Empatía: atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes.

Recursos tangibles: es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, Personal y material de comunicaciones.

➤ **Accesibilidad**

El sistema de comunicación debe ser accesible para el cliente, por lo que es preciso abrir diferentes vías: telefónica, correo convencional y electrónico, de atención personal directa. No se trata de generar burocracia, sino de posibilitar la comunicación por todos los canales posibles.

➤ **Profesionalidad**

Las personas encargadas de la atención al cliente deben estar formadas para este propósito, y su actuación debe estar guiada.

Según Navas (2015) Es un concepto es un conjunto de normas y objetivos que tenemos que tener en cuenta para llegar a efectividad en lo que nos desempeñamos.

El profesionalismo va de la mano con las normas que nos han inculcado y hemos obtenido en las distintas situaciones de la vida si las ponemos en práctica nos

ayudaran a dar un mejor servicio llegando hasta la calidad como profesionales.

➤ **Diligencia**

El cliente tiene que percibir que la atención que se le presta es rápida, oportuna y eficiente.

➤ **Cortesía**

Se debe mantener un comportamiento amable que muestre respeto y consideración con el cliente.

Según el portal web destrezas comerciales (2012) nos dice que la cortesía es el arte de expresar buenas costumbres ante otras personas, con base en normas de convivencia social aceptadas. Si esto es importante en las relaciones humanas; en el servicio al cliente es todavía mayor, ya que de ello puede depender que los clientes sigan comprando o bien, que tengan una buena o mala imagen de un trabajador. Las normas de cortesía se han diseñado para que las personas tengan encuentros agradables y produzcan buenas relaciones. De fallarse en algo se llegará al efecto contrario.

➤ **Ambientación**

Los elementos físicos que soportan la atención al cliente deben estar en perfecto uso y ser agradables de forma que generen un ambiente de confianza.

3. Metodología

Según Cortés & Iglesias, (2004) La Metodología es la ciencia que nos enseña a dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados y tiene como objetivo darnos la estrategia a seguir en el proceso.

3.1. Tipo De Investigación:

Según Sierra (2012) una investigación es descriptiva cuando en ella se destacan las características o rasgos de la situación, fenómeno u objeto de estudio.

La investigación fue de tipo descriptivo, ya que se limita a describir la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la clínica j & c inmaculada concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017

3.2. Nivel de la investigación:

Según Pita & Pértegas, (2002) La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables.

La investigación se desarrolló en nivel cuantitativo porque se examinó los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Se Recogió y analizo datos sobre las variables, estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar.

3.3. Diseño de la investigación

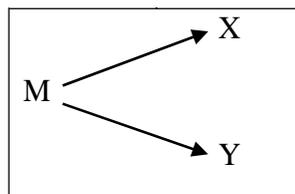
Se realizó un diseño de investigación no experimental- descriptivo,

Donde:

(M) = Muestra

(X) = es la variable independiente: Gestión de calidad

(Y) = es la variable dependiente: atención al cliente



En el cual se describe la relación que existe entre las variables antes mencionadas sin manipularlas.

No experimental, porque no se manipularon las variables, se limitó a observar los datos dentro del contexto.

Según Kerlinger (citado por Ávila, 2006) la investigación no experimental es una investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Según el portal web Wikipedia (2017) Sullana, es la capital de la provincia de Sullana. Se ubica específicamente a 04°53'18" de latitud sur y 80°41'07" de longitud oeste, a una altura de 60 msnm, a la margen izquierda del río Chira, de tendencia urbana e industrial-comercial y de servicios.

Según el portal web Wikipedia (2017) Sullana como provincia limita por el Norte con el departamento de Tumbes; por el Este con el Ecuador y la provincia de Ayabaca; por el Sur con la provincia de Piura; y, por el Oeste con la provincia de Paita y la provincia de Talara.

Según el INEI (s.f) Sullana como distrito tiene un aproximado de 176,804 habitantes.

Para Ortiz, (2010) el universo es el Conjunto de individuos u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación y al que se generalizaran los hallazgos.

La unidad de análisis de la investigación fue conformada por los clientes de la clínica j & c inmaculada concepción s.a.c. del distrito de Sullana año 2017 por lo que es una población infinita.

Como criterios de inclusión se tomaran:

- Ser paciente de la clínica j & c inmaculada concepción s.a.c. del distrito de Sullana
- ser mayor a los 18 años

Como criterio de exclusión se tomara:

- clientes menores de 18 años
- clientes que no quieran participar de la encuesta

3.4.2. Muestra

Según Ortiz, (2010) la muestra es Parte del universo, igual en sus características, excepto por una cantidad menor de individuos en el que se desarrollará la investigación.

Para calcular la muestra del presente proyecto por tratarse de una población infinita se calculó con la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Dónde: según Fernández (1996)

n: es el tamaño de la muestra que se quiere encontrar

z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado. En función del nivel de confianza que busquemos, usaremos un valor determinado que viene dado por la forma que tiene la distribución de GaussP:

E= Margen de error que admitido

p= es la proporción esperada

q= 1-P

Datos a procesar:

n =?

z = 95 % -> 1.96

p = 0.5

E = 10%

Q = 1-0.5 = 0.5

Reemplazando en la formula los datos:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.1)^2} = 96.04$$

La muestra fue conformada por 96 clientes de la clínica j & c
inmaculada concepción s.a.c.

3.5. Definición y operacionalización de variables e indicadores

CUADRO 01

Variable	Definición conceptual	Definición operacional		Ítems	Fuente	Instrumento
		Dimensiones	Indicadores			
G E S T I Ó N D E C A L I D A D	Se puede entender la Gestión de la Calidad como una actividad funcional específica de la empresa o entenderla como una función transversal dentro de las funciones básicas de la empresa (Heras et. al 2008, p.15)	IMPORTANCIA	Satisfacción	¿Considera que la calidad de atención que brinda la clínica satisface sus expectativas?	C L I E N T E S	C U E S T I O N A R I O
				¿Considera usted que el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área?		
			Mejora	¿Considera que es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica?		
				¿Considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorará la eficiencia de la empresa?		
			Medios	¿Considera que los médicos de la clínica cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad?		
				¿Considera que la clínica cuenta con el equipo necesario para brindar un buen servicio?		
			Planificación	¿Considera que los trabajadores de la clínica tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia?		
			Fidelizar	¿Considera que la calidad de atención al cliente de la clínica es inmejorable ante la competencia?		
				¿Recomendaría usted los servicios que brindan los médicos de la clínica?		

CUADRO 02

Variable	Definición conceptual	Definición operacional		Ítems	fuente	Instrumento
		Dimensiones	Indicadores			
A T E N C I O N A L C L I E N T E	La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Brown (1992)	Pautas	Calidad	¿Considera que el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad?	C L I E N T E S	C U E S T I O N A R I O
			Accesibilidad	¿Consideras que el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible?		
			Profesionalismo	¿Considera que el personal de la clínica atiende de manera profesional?		
			Cortesía	¿Considera que los médicos y enfermeros (as) atienden a los pacientes de manera educada y Cortez?		
		Estrategias	Satisfacción	¿Considera que el personal de la clínica se preocupa por conocer sus necesidades?		
			Relaciones	¿Considera que los médicos de la clínica tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente?		
			Enfoque hacia la gestión	¿Considera que el personal de la clínica le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen?		

3.6. Técnicas e instrumentos

3.6.1. Técnicas

Para este proyecto investigación se utilizó la técnica de la encuesta, la cual se le aplicó a los clientes de la clínica j & c inmaculada concepción s.a.c.

Cea (citado por Begoña & Quintanal, 2010) define la encuesta como “la aplicación o puesta en práctica de un procedimiento estandarizado para recabar información (oral o escrita) de una muestra amplia de sujetos

3.6.2. Instrumentos

Según Begoña & Quintanal, (2010) el cuestionario es el instrumento básico empleado para la recogida de información. Consiste en un listado de preguntas pre-determinadas que, con el objeto de facilitar la posterior codificación, suelen responderse mediante la elección de una opción concreta de entre todas las que se ofrecen

En esta investigación se aplicó un cuestionario, que consta de 20 preguntas. En la cual está elaborado en dos partes, la primera parte con la gestión de calidad y la segunda sobre la atención al cliente de la empresa.

3.7. Plan de análisis

Según Suárez & Alonso, (2011) el plan de análisis son las técnicas que ayudan a responder las preguntas formuladas. Ha de definirse antes de recoger los datos.

Una vez obtenido los datos a través del instrumento validado anteriormente por medio del juicio de expertos, los datos serán procesados y posteriormente tabulados de manera ordenada de acuerdo a los objetivos específicos y sus dimensiones. Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se harán uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel en su versión 2013. Luego se interpretara y analizara los resultados.

3.8. Matriz de consistencia

CUADRO 03

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
Problema	Objetivos		Variables	Metodología
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. del distrito de Sullana año 2017?	General	Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. del distrito de Sullana año 2017.	Variable 1: Gestión de Calidad	Tipos de investigación: cuantitativa Nivel de investigación: No experimental-descriptiva Universo o población: La población de la investigación es infinita y estará conformada por los clientes de la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana la muestra estará conformada 96 clientes de la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana
		Describir La importancia de la gestión de calidad en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017.		
	Específicos	Identificar las Pautas para la comunicación en atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017.		
		Describir las estrategias de atención al cliente en la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017.		

3.9. Principios éticos

Según Osorio, (2010) los principios éticos, no son reglas rígidas sino guías de referencia concienzuda de todo el proceso investigativo. Nos sirven, como marco de referencia para la búsqueda de soluciones coherentes y fundamentales racionalmente para problemas específicos de carácter ético

En la investigación se tomaron en cuenta algunos principios éticos, y así se realizó un trabajo con responsabilidad y honestidad, ya que estos principios me permiten tener un orden dentro de cualquier sistema social. Estos principios son:

3.9.1. Principio de Integridad: Brindarse a la universidad un producto de calidad e íntegro, cumpliendo con los estándares de calidad conforme a las normas académicas establecidas.

3.9.2. Principio de Confidencialidad: La información recogida se hará con sumamente confiabilidad. Respetándose los derechos del autores de las fuentes de información.

4. RESULTADOS

4.1.Resultados

4.1.1. Respecto a la Gestión de Calidad

TABLA 01

¿Considera que la calidad de atención que brinda la clínica satisface sus expectativas?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	14	15
A veces	36	48
Siempre	46	37
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

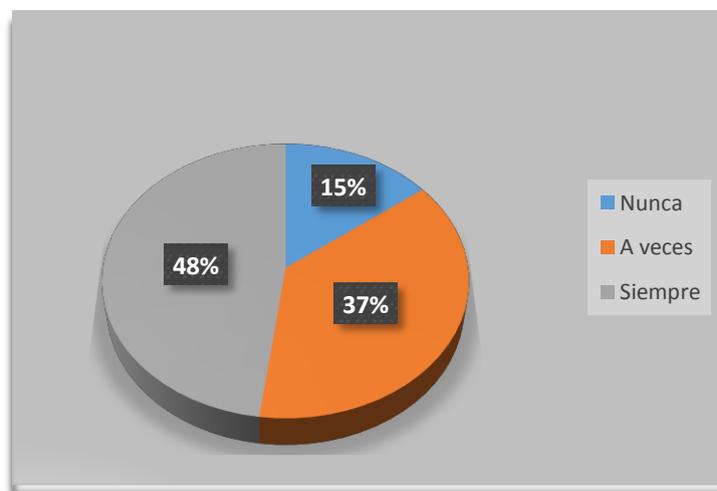


Figura 01: Gráfico Considera que la calidad de atención que brinda la clínica satisface sus expectativas

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 48% considera que la calidad de atención que brinda la clínica siempre satisface sus expectativas, el 37% considera que la calidad de atención que brinda la clínica a veces satisface sus expectativas y el 15% considera que la calidad de atención que brinda la clínica nunca satisface sus expectativas

TABLA 02

¿Considera usted que el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	32	33
A veces	36	38
Siempre	28	29
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

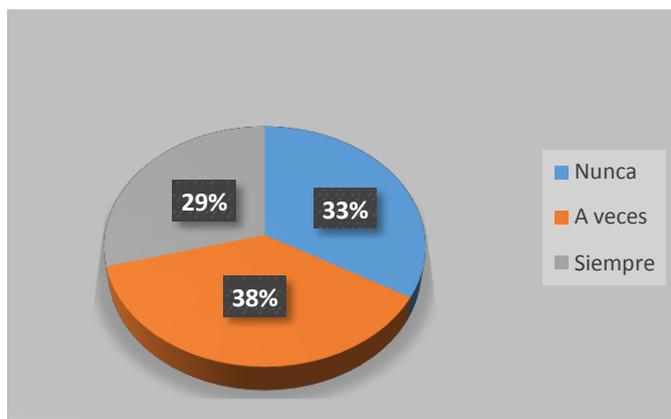


Figura 02: Gráfico Considera que el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 38% considera que siempre el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área, el 33% considera que nunca tiene conocimiento del funcionamiento de su área y el 29% considera que siempre tiene conocimiento.

TABLA 03

¿Considera que es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	32	33
A veces	36	38
Siempre	28	29
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

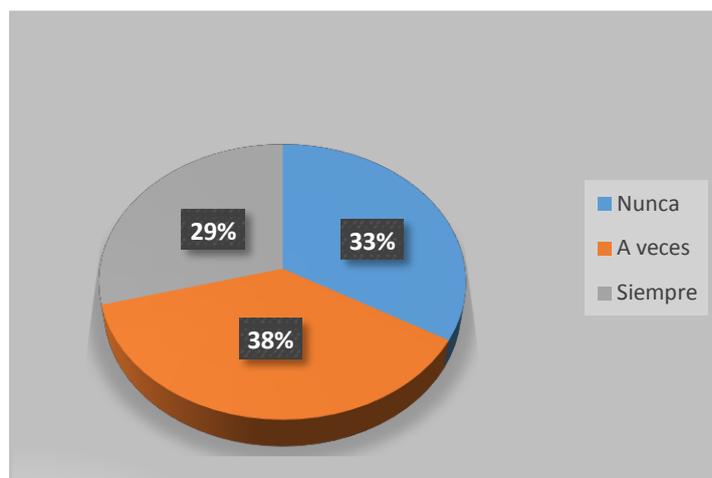


Figura 03: Gráfico Considera que es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 38% considera que a veces es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica, el 33% considera que nunca es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica y el 29% considera que siempre es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica.

TABLA 04

¿Considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorará la eficiencia de la empresa?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	14	15
A veces	56	58
Siempre	26	27
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

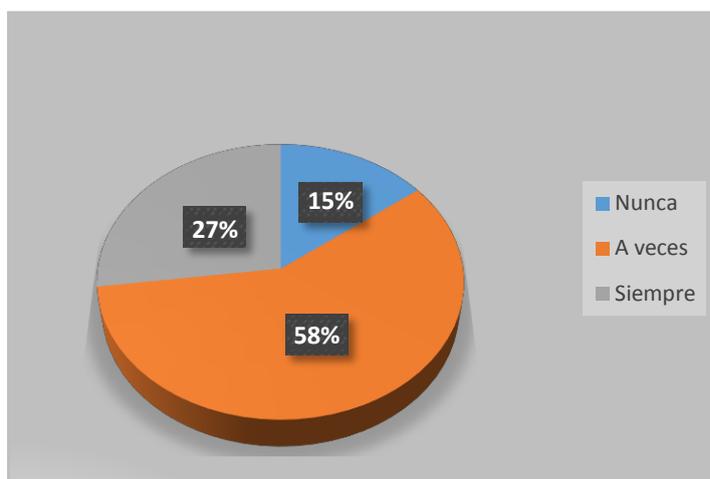


Figura 04: Gráfico Considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorará la eficiencia de la empresa

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 58% considera que a veces mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorará la eficiencia de la empresa; el 27% considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica siempre se mejorará la eficiencia de la empresa y el 15% considera que la clínica nunca mejorará.

TABLA 05

¿Considera que los médicos de la clínica cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	14	15
A veces	56	58
Siempre	26	27
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

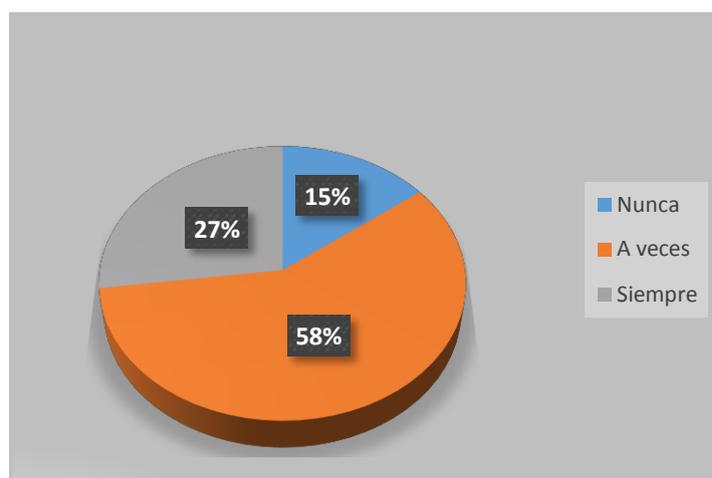


Figura 05: Considera que los médicos de la clínica cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 58% considera que los médicos de la clínica a veces cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad; el 27% opina que siempre cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad y el 15% que nunca cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad.

TABLA 06

¿Considera que la clínica cuenta con el equipo necesario para brindar un buen servicio?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	20	21
A veces	52	54
Siempre	24	25
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

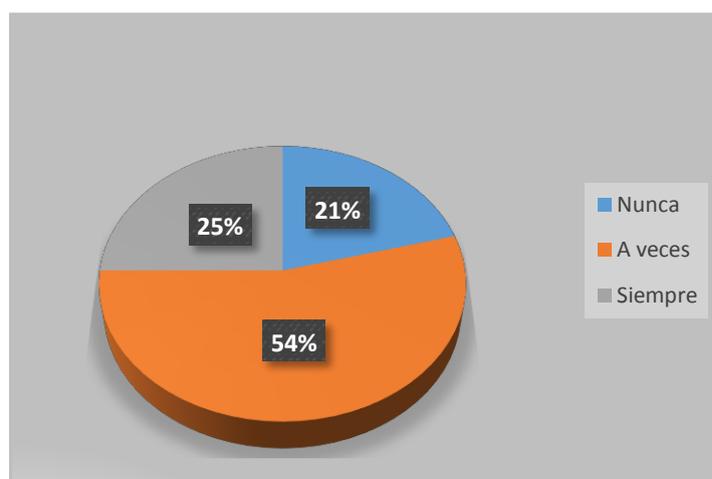


Figura 06: Gráfico Considera que la clínica cuenta con el equipo necesario para brindar un buen servicio

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 54% considera que los médicos de la clínica a veces cuentan con el equipo necesario para brindar un buen servicio, mientras que un 25% opina que los médicos de la clínica siempre cuentan con el equipo necesario para brindar un buen servicio y el 21% opina que nunca lo hacen.

TABLA 07

¿Considera que los trabajadores de la clínica tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	25	26
A veces	29	30
Siempre	42	44
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

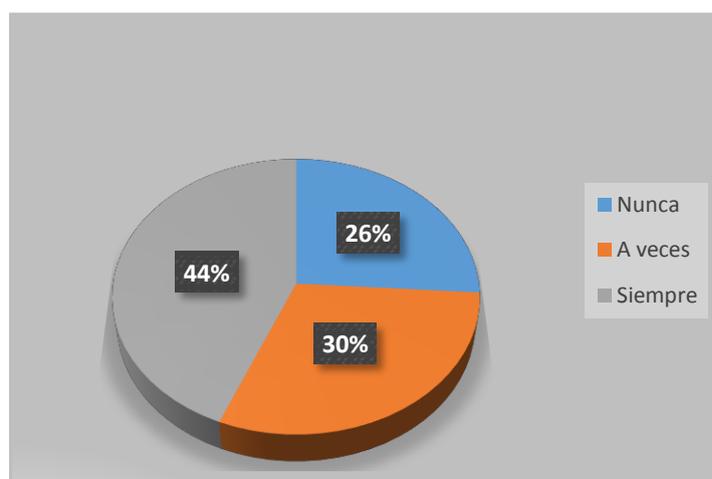


Figura 07: Gráfico Considera que los trabajadores de la clínica tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia

Interpretación: Del 100% de los clientes encuestados el 44% considera que los trabajadores de la clínica siempre tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia, mientras que el 30% considera que el personal de la clínica a veces lo tiene y el 26% opina que nunca la tienen.

TABLA 08

¿Considera que la calidad de atención al cliente de la clínica es inmejorable ante la competencia?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	3	3
A veces	27	28
Siempre	66	69
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

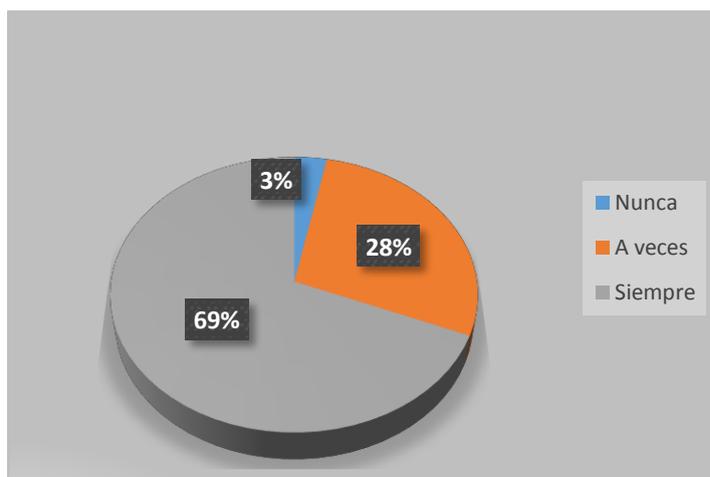


Figura 08: Gráfico Considera que la calidad de atención al cliente de la clínica es inmejorable ante la competencia

Interpretación: Del 100% de los clientes encuestados el 69% Considera que la calidad de atención al cliente de la clínica siempre es inmejorable ante la competencia, 28% considera que a veces lo es y el 3% opina que nunca lo es.

TABLA 09

¿Recomendaría usted los servicios que brindan los médicos de la clínica?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	30	31
A veces	38	40
Siempre	28	29
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

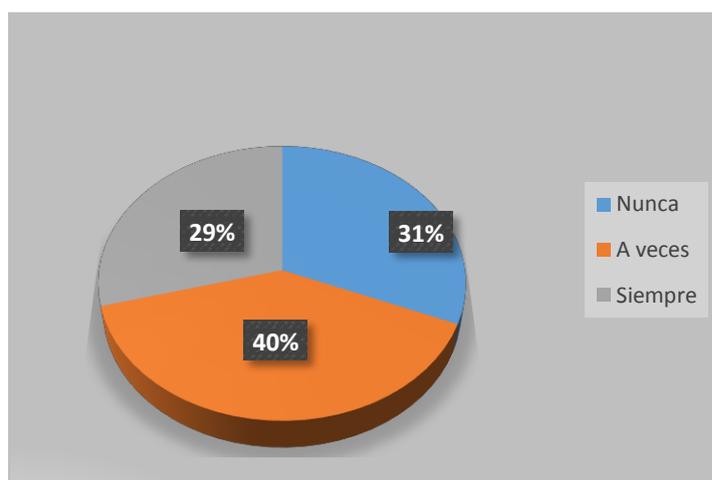


Figura 09: Gráfico Recomendaría usted los servicios que brindan los médicos de la clínica

Interpretación: del 100% de los encuestados el 40% opina que a veces recomendaría los servicios que brindan los médicos de la clínica, el 33% considera que nunca lo haría y solo el 26% considera que siempre lo haría.

4.1.2. con respecto a la atención al cliente

TABLA 10

¿Considera que el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	16	17
A veces	42	44
Siempre	38	39
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

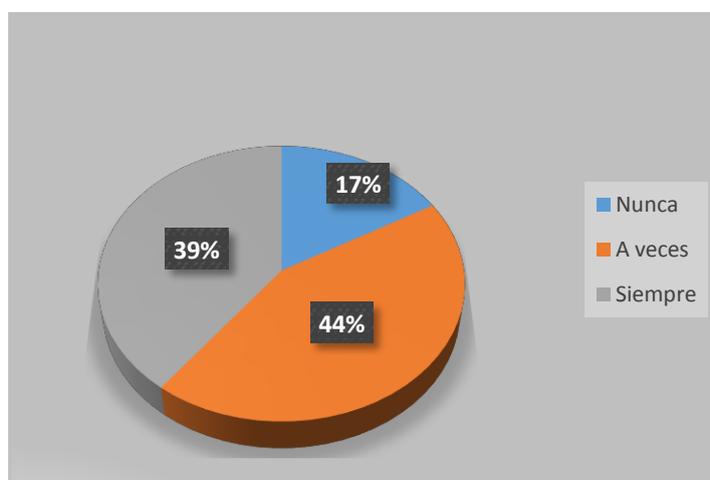


Figura 10: Gráfico Considera que el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad

Interpretación: del 100% de los encuestados el 44% opina que siempre el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad el 39% que a veces es confiable y de calidad y el 17% opina que nunca lo es.

TABLA 11

¿Consideras que el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	24	27
A veces	59	59
Siempre	13	14
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

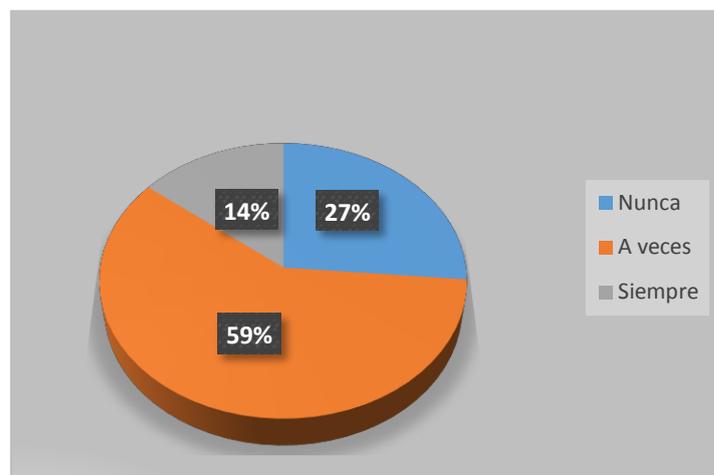


Figura 11: Gráfico Consideras que el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible

Interpretación: del 100% de los encuestados el 59% considera que a veces el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible, el 27% considera que nunca lo es, mientras que el 14% considera que siempre lo es.

TABLA 12

¿Considera que el personal de la clínica atiende de manera profesional?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	33	35
A veces	31	32
Siempre	32	33
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

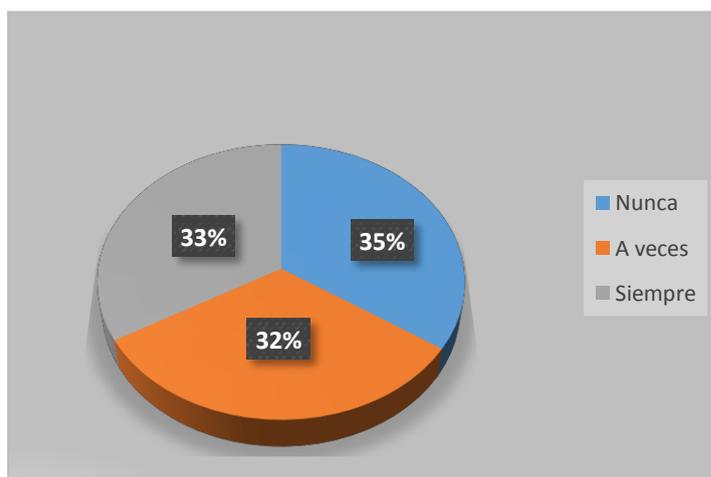


Figura 12: Gráfico Considera que el personal de la clínica atiende de manera profesional

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados el 35% opina que el personal de la clínica nunca atiende de manera profesional, el 33% opina que siempre lo hace, mientras que el 32% opina que a veces lo hace.

TABLA 13

¿Considera que los médicos y enfermeros (as) atienden a los pacientes de manera educada y Cortez?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	25	26
A veces	29	30
Siempre	42	44
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

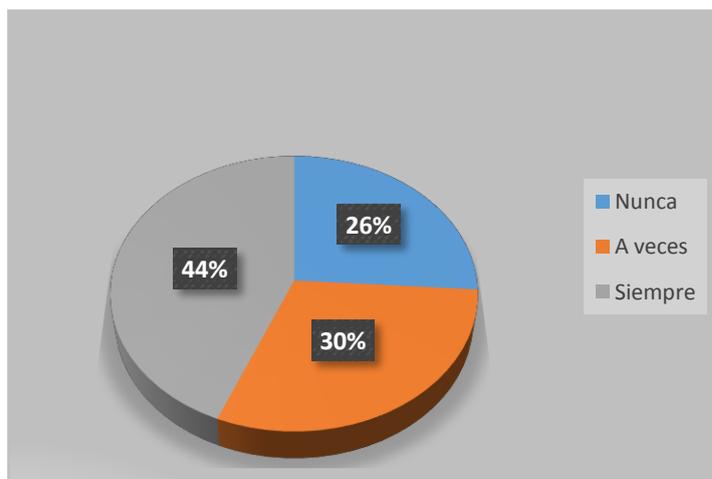


Figura 13: Gráfico Considera que los médicos y enfermeros (as) atienden a los pacientes de manera educada y Cortez }

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados el 44% considera los que los médicos y enfermeros (as) siempre atienden a los pacientes de manera educada y cortés, el 30% considera que a veces lo hacen , mientras que un 26% opina que nunca lo hacen

TABLA 14

¿Considera que el personal de la clínica se preocupa por conocer sus necesidades?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	27	28
A veces	48	50
Siempre	21	22
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

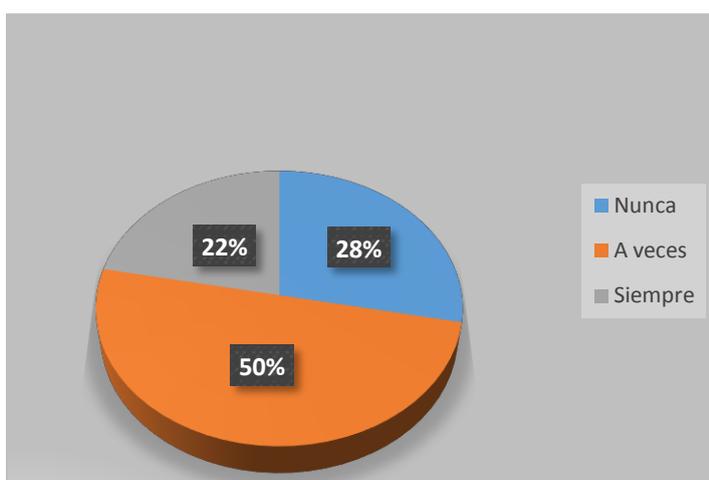


Figura 14: Gráfico el servicio brindado satisface las necesidades de sus clientes

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados el 50% opina considera que el personal de la clínica a veces se preocupa por conocer sus necesidades, mientras que 28% opina que nunca se preocupan, y el 22% opina que el servicio brindado siempre se preocupan.

TABLA 15

¿Considera que los médicos de la clínica tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	15	33
A veces	60	38
Siempre	21	29
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

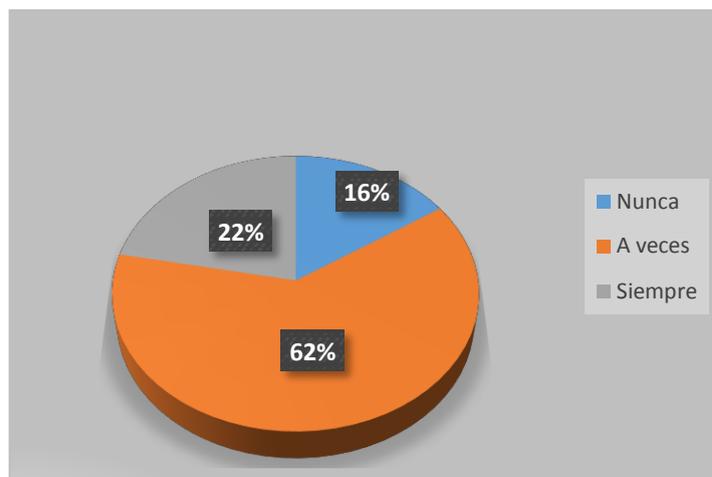


Figura 15: Gráfico ¿Considera que los médicos de la clínica tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente?

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados el 62% Considera que los médicos de la clínica a veces tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente, el 22% ¿Considera que los médicos de la clínica siempre tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente?, mientras que el 16% opina que nunca lo tienen

TABLA 16

¿Considera que el personal de la clínica le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen?

ALTERNATIVA	PERSONAS	%
Nunca	27	28
A veces	21	22
Siempre	48	50
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C. en el distrito de Sullana año 2017. Para determinar las características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente

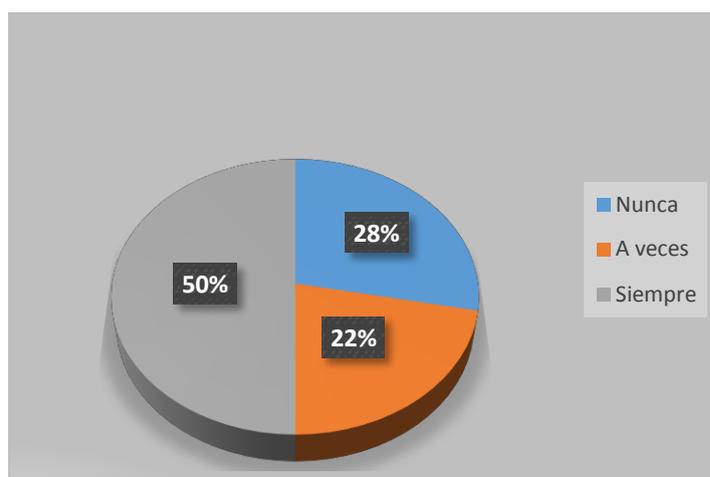


Figura 16: Gráfico Considera que el personal de la clínica le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados el 50% considera que el personal de la clínica siempre le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen, mientras que 28% opina que nunca le informan y el 22% que a veces le informan.

4.2. Análisis de Resultados

4.2.1. Respecto a la Gestión de Calidad

- Del 100% de los encuestados el 48% considera que la calidad de atención que brinda la clínica siempre satisface sus expectativas, el 37% considera que la calidad de atención que brinda la clínica a veces satisface sus expectativas y el 15% considera que la calidad de atención que brinda la clínica nunca satisface sus expectativas, (ver tabla 01) lo que no coincide con Núñez (2015) quien indica que el 58% de los clientes no queda satisfecho con el servicio prestado y califica la atención recibida como regular. Por lo que se puede afirmar que la clínica está cumpliendo con satisfacer las expectativas de los clientes a cuanto a la calidad de la atención brindada.

- Del 100% de los encuestados el 38% considera que siempre el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área, el 33% considera que nunca tiene conocimiento del funcionamiento de su área y el 29% considera que siempre tiene conocimiento, (ver tabla 02) lo que no coincide con Trujillo (2014) quien concluye que el 73% de los encuestados consideran que el personal no está en la capacidad de resolver los problemas diarios que se presentan. Lo que nos indica que se cuenta con personal calificado en cada área de atención al cliente.

- Del 100% de los encuestados el 38% considera que a veces es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica, el 33% considera que nunca es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica y el 29% considera que siempre es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica, (ver tabla 03) lo no coincide con Beltrán (2014) quien concluye que de las empresas que implementaron sistemas o técnicas en gestión de calidad el 56% manifestó que utilizaron la técnica de la mejora continua. Lo que evidencia que la empresa no le da la debida importancia a la mejora continua para aumentar la calidad de la atención.

- Del 100% de los encuestados el 58% considera que a veces mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorara la eficiencia de la empresa; el 27% considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica siempre se mejorara la eficiencia de la empresa y el 15% considera que la clínica nunca mejorara, (ver tabla 04) lo que no coincide con Balarezo (2015) quien indica que la importancia que obtiene la atención al cliente para las MYPE es sin duda los beneficios que estas consiguen (ganancias) al brindar una buena atención a sus clientes.

- Del 100% de los encuestados el 58% considera que los médicos de la clínica a veces cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad; el 27% opina que siempre cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad y el 15% opina que nunca cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad, (ver tabla 05) lo que no coincide con Ortiz (2015) quién concluye que el 82% de los encuestados considera que el quirófano está listo para la cirugía y brindar servicios de calidad. Por lo que se pone en evidencia una carencia de medios necesarios para que los médicos puedan proporcionar atención de calidad.

- Del 100% de los encuestados el 54% considera que los médicos de la clínica a veces cuentan con el equipo necesario para brindar un buen servicio, mientras que un 25% opina que los médicos de la clínica siempre cuentan con el equipo necesario para brindar un buen servicio y el 21% opina que nunca lo hacen, (ver tabla 06) lo que coincide con Molina (2014) quien concluye que las empresas realizan planificación para gestionar la calidad, sin embargo sólo el 43% invierte en infraestructura. Lo que evidencia la carencia

de algunos equipos necesarios para el óptimo funcionamiento de la clínica.

- Del 100% de los clientes encuestados el 44% considera que los trabajadores de la clínica siempre tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia, mientras que el 30% considera que el personal de la clínica a veces lo tiene y para el 26% nunca la tienen, (ver tabla 07) lo que coincide con Farfán (2015) quien indica que la mayoría de la MYPE en estudio cuentan con un plan estratégico para hacer frente a las emergencias que se puedan presentar.

- Del 100% de los clientes encuestados el 69% considera que la calidad de atención al cliente de la clínica siempre es inmejorable ante la competencia 28% considera que a veces lo es que el 3% opina que nunca lo es, (ver tabla 08) lo que coincide con lo encontrado por Marchan (2015) quien concluye que las empresas en estudio tienen un alto grado de satisfacción tanto en la entrega del producto como en la atención de servicio que le brindan a sus clientes. Lo que evidencia que la clínica posee una ventaja frente a la competencia que es el aspecto de calidad de la atención al cliente por lo que los clientes consideran que es inmejorable.

- Del 100% de los encuestados el 41% opina que a veces recomendaría los servicios que brindan los médicos de la clínica, el 33% considera que nunca lo haría y solo el 26% considera que siempre lo haría, (ver tabla 9) Méndez (2013) indica que si logramos obtener un cliente satisfecho será leal a nuestro servicio y/o producto, además de que se obtendrá una publicidad gratis por sus recomendaciones y por ende mayores ingresos en la empresa.

4.2.2. Con respecto a la atención al cliente

- Del 100% de los encuestados el 44% opina que a veces el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad, el 39% que siempre es confiable y de calidad y el 17% opina que nunca lo es, (ver tabla 10) lo que no coincide con Castillo (2014) quien concluye que el 40% de los encuestados indica que recibe un servicio de calidad, por lo cual lo indican que la satisfacción del usuario es buena y se ve reflejada en función de servicios, empatía y calidad en el servicio.
- Del 100% de los encuestados el 59% considera que a veces el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible, el 27% considera que nunca lo es, mientras que el 14% considera que siempre lo es, (ver tabla 11). Navas (2015) no dice que el sistema de comunicación debe ser accesible para el cliente, por lo que es

preciso abrir diferentes vías: telefónica, correo convencional y electrónico, de atención personal directa.

- Del 100% de los clientes encuestados el 35% opina que el personal de la clínica nunca atiende de manera profesional el 33% opina que siempre lo hace, mientras que el 32% a veces lo hace, (ver tabla 12) lo coincide con Rodríguez & Caballero (2013) quien concluye que el 73% de los encuestados evalúa su atención de regular a muy mala. Lo que muestra una deficiencia en la manera de atender a los clientes.

- Del 100% de los clientes encuestados el 44% considera que los médicos y enfermeros (as) siempre atienden a los pacientes de manera educada y cortez, el 30% considera que a veces lo hacen, mientras que un 26% opina que nunca lo hacen, (ver tabla 13) lo que no coincide con lo encontrado por Núñez (2015) quien concluye que el 58% de los clientes no quedan satisfechos con el servicio prestado y califican la atención recibida como regular.

- Del 100% de los clientes encuestados el 50% considera que el personal de la clínica a veces se preocupa por conocer sus necesidades, mientras que 28% opina que nunca se preocupan y el 22% opina que siempre se preocupan, (ver tabla 14) lo que lo que no coincide Patiño (2014) quien indica que el 57% de los

encuestados se sienten comprendidos por la empresa al conocer sus intereses y necesidades. Lo cual denota que no existe una satisfacción aceptable del cliente y la clínica.

- Del 100% de los clientes encuestados el 62% considera que los médicos de la clínica a veces tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente, el 22% considera que los médicos de la clínica siempre tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente, mientras que el 16% opina que nunca lo tienen, (ver tabla 15). Pérez (2009) indica que hoy en día, el entorno de los negocios es altamente competitivo y cualquier compañía necesita establecer estrechas relaciones con sus clientes con el propósito de conservar su fidelidad.

- Del 100% de los clientes encuestados el 50% considera que el personal de la clínica siempre le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen, mientras que 28% opina que nunca le informan y el 22% que a veces le informan, (ver tabla 16) lo que coincide con Mori & Cuevas (2014) quien concluye que el 38% de los encuestados, manifiestan estar de acuerdo que la comunicación de las ofertas brindadas por el promotor de ventas y el cliente es efectiva. Lo que indica que la comunicación que existe entre el personal de la clínica y los clientes es la adecuada.

5. CONCLUSIONES

5.1. Respecto a la Gestión de Calidad

- La clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C considera importante implementar la gestión de calidad ya que gracias a esta puede obtener la satisfacción de sus clientes en cuanto a la atención que reciben, así como, diseñar estrategias para obtener un plan de mejora continua fortaleciendo el buen funcionamiento de la clínica, buscando los medios necesarios para mejorar la calidad de la atención al cliente, también le permite planificar las actividades a realizar como la adquisición de equipos necesarios para el funcionamiento de la clínica; por otro lado un aspecto relevante de la importancia de la gestión radica en que permite fidelizar a los clientes, ya que al percibir la calidad de la atención recibida llegan incluso a recomendar los servicios que aquí se ofrecen.

5.2. Respecto a la Atención al Cliente

- Se determina que las pautas empleadas en la clínica J & C inmaculada Concepción S.A.C para la comunicación en la atención al cliente son calidad, ya que se preocupa por brindar servicio sin producir ningún tipo de fallas; confiabilidad, para que el cliente perciba un servicio con la capacidad de generarle confianza; profesionalidad, que involucra directamente a los encargados de la atención al cliente y las normas bajo las cuales actúan y se desarrollan; y por último cortesía, orientado al respeto y consideración que se le tiene al cliente en la

clínica, ya que de esto dependerá la imagen que éste se cree acerca del personal que lo atiende. Además se encuentra que la accesibilidad debe implementarse, ya que ayudará a mantener comunicación mediante todos los canales posibles ya sea telefónicos, medios electrónicos, etc., para lograr tener una atención personal directa.

- Las estrategias de atención al cliente que desarrolla la clínica J & C Inmaculada Concepción son: proporcionar el servicio acordado, ya que se preocupa por informar de forma clara y entendible los servicios que oferta para que así el cliente conozca el servicio que recibirá; seguida de identificar las necesidades o problemas del cliente, ya que se preocupa por conocer a fondo las necesidades del cliente; así como establecer una relación profesional con el cliente, ya que la clínica se preocupa por brindar un trato amable para así poder consolidar una buena relación médico – paciente; todas éstas con el objetivo de mejorar la atención brinda al cliente y llegar a fidelizarlos.

6. PROPUESTA DE MEJORA

El plan de mejora que se presenta a continuación es para proponer distintas alternativas que ayuden a fortalecer la calidad del servicio de atención al cliente de la clínica J & C Inmaculada Concepción S.A.C de la ciudad de Sullana.

Se cumple así con unos de los fines que es aportar información importante de la empresa en estudio para que el micro empresario tome decisiones que contribuyan a la sostenibilidad, crecimiento y desarrollo de su empresa.

Se detallan las acciones a seguir según los resultados de la realidad de la clínica encontrados en la realización de este estudio.

PLAN DE MEJORA

DEBILIDAD	ACCIÓN CORRECTIVA	ESTRATEGIAS	MEDIO PARA VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE	PLAZO
GESTIÓN DE CALIDAD					
Existe poco conocimiento del funcionamiento de cada área por parte del personal	Elaborar el manual de organización y funciones	Definir de forma clara las funciones correspondientes a cada área de la clínica, para que el personal este informado de las actividades a su cargo y de como opera el área al que pertenece.	Documentos con toda la información recolectada.	Micro empresario / Personal	Corto
		Brindar al personal toda la información relacionada al funcionamiento del área a la que pertenece.			
		Capacitar al personal en los temas que desconoce para que pueda brindar una óptima atención al cliente teniendo conocimiento y dominio de todas las funciones que corresponden al área en que se desempeña.			
Falta de implementación de estrategias de mejora	Disminuir el tiempo de espera en el área de recepción	Diseñar un software para automatizar los procesos de organizar citas en el área de recepción de la clínica.	Documentos con el diseño del software	Micro empresario / encargado del diseño / Personal	Corto
		Diseñar un software para automatizar los procesos de organizar citas en el área de recepción de la clínica.			
No se realiza seguimiento constante de los equipos adquiridos y el mantenimiento respectivo	Diseñar un plan de seguimiento y mantenimiento de equipos.	Informarse de las características de los equipos que adquiere, así como las capacidades con las que cuenta y la vida útil del mismo.	Documentos con las fechas programadas para el mantenimiento de equipos	Micro empresario / personal de mantenimiento	Mediano
		Programar las fechas para realizar el mantenimiento necesario de los equipos para su óptimo funcionamiento.			
		Contratar al personal calificado para realizar el mantenimiento de los equipos.			

DEBILIDAD	ACCIÓN CORRECTIVA	ESTRATEGIAS	MEDIO PARA VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE	PLAZO
ATENCIÓN AL CLIENTE					
Baja relación medico - paciente	Mejorar el servicio de atención al cliente	Investigar a fondo las necesidades del cliente para que el personal este informado realmente del servicio que debe brindar.	Documento que contenga las acciones a tomar.	Micro empresario / Personal	Corto
		Identificar los puntos a mejorar para establecer una buena relación médico – paciente.			
		Formular estrategias que permitan mejorar la comunicación entre los médicos y los pacientes.			
		Realizar reuniones periódicas con el fin de evaluar la mejora de la relación médico – paciente.			
Poca recomendación por parte de los clientes	Mejorar los servicios brindados por los médicos	Identificar en que están fallando los médicos para que los clients no queden totalmente satisfechos al grado de no recomendar los servicios que se ofrecen en la clínica.	Documento de los aspectos a mejorar	Micro empresario / Médicos	Corto
		Realizar encuestas periódicas a los clientes de la clínica para verificar si se está mejorando en cuanto a los servicios brindados.			
		Potenciar la calidad de los servicios brindados para motivar a los clientes a recomendarlos, obteniendo así publicidad sin costos adicionales y la oportunidad de ganar clientes potenciales.			

7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ávila, h. (2006). Introducción A La Metodología Del La Investigación.
Chihuahua: EUMET.
- Blanco García, Carmen, Lobato Gómez, Francisco, and Lobato Villagra,
Fernando. Comunicación y atención al cliente. Madrid, ES:
Macmillan Iberia, S.A.
- Beltrán Rosales, O. (2014). Caracterización de la capacitación y la
gestión de la calidad de las MYPES sector industria, rubro
panaderías del distrito de Chimbote, 2014. Chimbote: ULADECH.
- Berrú navarro, e. R. (2014). Caracterización de la gestión de calidad y la
competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de
zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014. Sullana.
- Bonilla Castillo, J. A. (2009). Gestión de la calidad total en el servicio
público. Miami: El cid Editor.
- Brown, Andrew. Gestión de la atención al cliente. Madrid, ES: Ediciones
Díaz de Santos.
- Camisión, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). Gestión de la calidad:
Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid: Pearson
Educación.

CASTILLO GARCÍA, L. F. (2014). ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL HOSPITAL NACIONAL JORGE VIDES MOLINA DE HUEHUETENANGO. HUEHUETENANGO: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR.

Centurión, R. (2013). Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013). Santa.

EsSalud. (2013). SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD GERENCIA CENTRAL DE ASEGURAMIENTO. Lima: MINSA.

Farfán, S. J. (2015). Gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio – rubro pilado de arroz de la provincia Sullana. Año 2014. Sullana

García, T. (2003). EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN/EVALUACIÓN. Almendralejo.

Guarneros, J. (24 de Noviembre de 2012). Grandes Pymes. Obtenido de Sistemas de gestión de calidad para pequeñas y medianas empresas: <http://www.grandespymes.com.ar/2012/11/15/sistemas-de-gestion-de-calidad-para-pequenas-y-medianas-empresas-2/>

Kusaba. (1995). Gestión de calidad.

Lefcovich, M. (2009). Gestión de calidad para la excelencia - GCE. Santa Fe: El Cid Editor.

- López González, Lía, Pérez Feijoo, Héctor M., and Pérez Hernández, Jorge M. (2013). Comunicación y atención al cliente: grado superior. Madrid, ES: McGraw-Hill España.
- Marchan, z. E. (2015). Gestión de calidad y merchandising en las MYPE rubro imprenta de talara, año 2015. Talara.
- Mateos de Pablo Blanco, Miguel Ángel (2012). Atención básica al cliente. Málaga, ES: IC Editorial.
- Méndez García, J., Jaramillo Viguera, D., & Serrano Crespo, I. (2006). Gestión de la Calidad en Procesos de Servicio y Productivos. México, DF: Instituto Politécnico Nacional.
- MINSA. (2008). SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN SALUD. LIMA: MINISTERIO DE SALUD.
- Molina Cazares, J. (2014). Modelo de gestión de Calidad para las Pequeñas Empresas Textiles del Cantón Antonio Ante que permita mejorar la rentabilidad. (Tesis de Licenciatura, Universidad Regional Autónoma de los Andes).
- Neciosup Casusol, J. H. (2014). Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en el micro y pequeñas empresas del sector manufactura, rubro fabricación de calzado en el distrito El Porvenir, provincia de Trujillo - 2014. TRUJILLO: ULADECH.
- Núñez, d. A. (2015). Formalización y gestión de calidad de las MYPE rubro lavado de autos, Talara 2015. Talara.

Ortiz Macías, I. d. (2015). PROPUESTA DE MEJORA CONTINUA EN EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO LA NORMA ISO 9001:2008 AL PROCESO QUIRÓFANO GENERAL, DEL HOSPITAL JOSÉ CARRASCO ARTEAGA (IESS) DE LA CIUDAD DE CUENCA”. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.

Ortiz, J. (2010). Universo y muestra. Cuenca.

Pita, & Pértegas. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. La Coruña

Rodríguez García, N. C., & Caballero Caballero, K. (2013). Calidad de Atención, desde la perspectiva del usuario en el Centro de Diagnóstico Terapéutico del Hospital San Juan de Dios. Santiago de Chile: Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

Sierra, M. (2012). Tipos más usuales de Investigación. Hidalgo.

Vela Morí, R., & Milagros, Z. C. (2014). Influencia De La Calidad Del Servicio Al Cliente En El Nivel De Ventas De Tiendas De Cadenas Claro Tottus - Mall, De La Ciudad De Trujillo 2014. Trujillo: UPAO.

ANEXOS

8. ANEXOS

ANEXO N°01

Encuestador (a): Geydi Yubitza Alburqueque Gutiérrez.

Fecha:

	GESTION DE CALIDAD	NUNCA	A VECES	SIEMPRE
1	¿Considera que la calidad de atención que brinda la clínica satisface sus expectativas?			
2	¿Considera usted que el personal de atención al cliente de la clínica conoce el funcionamiento de su área?			
3	¿Considera que es importante mejorar continuamente la calidad de atención de la clínica?			
4	¿Considera que mejorando en la calidad de servicio en la clínica se mejorará la eficiencia de la empresa?			
5	¿Considera que los médicos de la clínica cuentan con los medios necesarios para proporcionar una atención de calidad?			

6	¿Considera que la clínica cuenta con el equipo necesario para brindar un buen servicio?			
7	¿Considera que los trabajadores de la clínica tienen un plan de sus funciones para enfrentar cualquier emergencia?			
8	¿Considera que la calidad de atención al cliente de la clínica es inmejorable ante la competencia?			
9	¿Recomendaría usted los servicios que brindan los médicos de la clínica?			
	ATENCIÓN AL CLIENTE			
10	¿Considera que el servicio prestado en la clínica es confiable y de calidad?			
11	¿Consideras que el servicio de atención al cliente de la clínica es accesible?			
12	¿Considera que el personal de la clínica atiende de manera profesional?			
13	¿Considera que los médicos y			

	enfermeros (as) atienden a los pacientes de manera educada y Cortez?			
14	¿Considera que el personal de la clínica se preocupa por conocer sus necesidades?			
15	¿Considera que los médicos de la clínica tienen un trato amable buscando tener una buena relación médico - paciente?			
16	¿Considera que el personal de la clínica le informa de manera clara y entendible todos los servicios que ofrecen?			

GRACIAS POR SU ATENCION

Anexo n° 2

Presupuesto

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PARCIAL	TOTAL	
1.00	Remuneraciones ✓ Investigar	✓ Unidad	01	S/100.00	S/100.00	S/100.00	
2.00	Bienes						
	✓ USB	✓ Unidad	01	S/35.00	S/35.00		
	✓ Hojas	✓ Millar	01	S/20.00	S/20.00		
	✓ Cuaderno	✓ Unidad	01	S/14.00	S/14.00		
	✓ Lapicero	✓ Unidad	02	S/2.00	S/4.00		
	✓ Folder manila	✓ Unidad	03	S/0.70	S/2.10		
						S/75.10	
3.00	Servicios						
	✓ Pasajes	✓ Global	50	S/2.00	S/100.00		
	✓ Fotocopiado	✓ Global	60	S/0.10	S/6.00		
	✓ Impresión	✓ Global	40	S/0.50	S/20.00		
	✓ Internet	✓ Horas	60	S/1.00	S/60.00		
	✓ Asesoría	✓ Horas	10	S/50.00	S/500.00		
						S/686.00	
	TOTAL						S/861.10

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

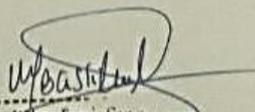
NOMBRE DEL EXPERTO: Wilmer Fermin Castillo Marquez
ESPECIALIDAD: Licenciado en ciencias Administrativas
DNI: 02870631

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión de test sobre Gestión De Calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la Clínica J&C "Inmaculada Concepción" S.A.C en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura: Geydi Yubitza Alburqueque Gutierrez, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

"Caracterización de la Gestión De Calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la Clínica J&C Inmaculada Concepción S.A.C De La Provincia De Sullana, Año 2017"

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 07 de Setiembre del 2017


Mag. Wilmer Fermin Castillo
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD - 01846
LIC. EN CIENCIAS SOCIALES
CPPe. 0439221

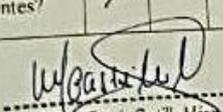
Sello y Firma

Nombre: Wilmer Fermin Castillo Marquez
DNI: 02870631

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO INSTRUCCIONES

Yo, Wilmer Fermín Castillo Méndez Procedo a efectuar la validación del cuestionario del tesista Geysi Yubitzá Alburquerque Gutiérrez

Orden	VARIABLES	Nombre del profesional								
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTION DE CALIDAD										
1	¿Considera que la clínica cuenta con un servicio de gestión de calidad?	X			X		X		X	
2	¿Tiene conocimiento de la práctica de la gestión de calidad de la clínica?	X			X		X		X	
3	¿Considera que la clínica cumple con los servicios ofrecidos?	X			X		X		X	
4	¿Cuenta la clínica con los recursos necesarios para ofrecer un servicio?	X			X		X		X	
5	¿Los procedimientos utilizados por la entidad para identificar áreas de mejora en la gestión de calidad?	X			X		X		X	
6	¿Considera que los médicos de la clínica le brindan información confiable y entendible?	X			X		X		X	
7	¿Considera que el personal de la clínica tiene capacidad de respuesta a sus necesidades médicas?	X			X		X		X	
8	¿Cree usted que una buena gestión de calidad genera el éxito de la clínica?	X			X		X		X	
9	¿Considera que la calidad del servicio de la clínica es bueno?	X			X		X		X	
10	¿Cree Ud. que la buena atención que brindan los colaboradores de la clínica determina la calidad del servicio?	X			X		X		X	
ATENCIÓN AL CLIENTE										
11	¿Considera que sus colaboradores se muestran dispuesto a ayudar a los usuarios del servicio?	X			X		X		X	
12	¿El trato de sus colaboradores con los usuarios es considerado y amable?	X			X		X		X	
13	¿Cree usted que sus colaboradores están comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?	X			X		X		X	
14	¿Considera que el servicio brindado satisface las necesidades de sus clientes?	X			X		X		X	



Mag. Wilmer Fermín Castillo Méndez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD - 01846
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES
 CPPe. 0439221

Anexo 05

15	¿Considera que la buena relación con sus colaboradores mejora la calidad de atención al cliente?	X			X	X	X
16	¿Considera que la mejora continua debe ser un objetivo permanente para la empresa?	X			X	X	X
17	¿Se informa de una manera clara y precisa a los usuarios de todos los servicios ofrecidos?	X			X	X	X
18	¿Considera que en la clínica Inmaculada Concepción se trabaja de manera confiable y honesta?	X			X	X	X

W. Castro
 Mag. Wilmer Termino Castillo Márquez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CIAD - 01846
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES
 CPPC. 0191221

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: *Esther Elizabeth Vivas Landa*
ESPECIALIDAD: *Contador Público*
DNI: *02617157*

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión de test sobre Gestión De Calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la Clínica J&C "Inmaculada Concepción" S.A.C en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura: Geydi Yubitza Alburqueque Gutierrez, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

"Caracterización de la Gestión De Calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la Clínica J&C Inmaculada Concepción S.A.C De La Provincia De Sullana, Año 2017"

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 8 de *setiembre* 2017


Mg. CPC Esther E. Vivas Landa

Sello y Firma

Nombre: *Esther Elizabeth Vivas Landa*
DNI: *02617157*

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO INSTRUCCIONES

Yo, Esther Elizabeth Vivas Landa..... Procedo a efectuar la validación del cuestionario del testista Conyda Arbizola Alburquerque Gutiérrez

Orden	VARIABLES	Nombre del profesional							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE CALIDAD									
1	¿Considera que la clínica cuenta con un servicio de gestión de calidad?	X			X		X		X
2	¿Tiene conocimiento de la práctica de la gestión de calidad de la clínica?	X			X		X		X
3	¿Considera que la clínica cumple con los servicios ofrecidos?	X			X		X		X
4	¿Cuenta la clínica con los recursos necesarios para ofrecer un servicio?	X			X		X		X
5	¿Los procedimientos utilizados por la entidad para identificar áreas de mejora en la gestión de calidad?	X			X		X		X
6	¿Considera que los médicos de la clínica le brindan información confiable y entendible?	X			X		X		X
7	¿Considera que el personal de la clínica tiene capacidad de respuesta a sus necesidades médicas?	X			X		X		X
8	¿Cree usted que una buena gestión de calidad genera el éxito de la clínica?	X			X		X		X
9	¿Considera que la calidad del servicio de la clínica es bueno?	X			X		X		X
10	¿Cree Ud. que la buena atención que brindan los colaboradores de la clínica determina la calidad del servicio?	X			X		X		X
ATENCIÓN AL CLIENTE									
11	¿Considera que sus colaboradores se muestran dispuesto a ayudar a los usuarios del servicio?	X			X		X		X
12	¿El trato de sus colaboradores con los usuarios es considerado y amable?	X			X		X		X
13	¿Cree usted que sus colaboradores están comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?	X			X		X		X
14	¿Considera que el servicio brindado satisface las necesidades de sus clientes?	X			X		X		X

Esther Elizabeth Vivas Landa
Mg. CPC Esther E. Vivas Landa

Anexo 08

15	¿Considera que la buena relación con sus colaboradores mejora la calidad de atención al cliente?	X			X	X		X
16	¿Considera que la mejora continua debe ser un objetivo permanente para la empresa?	X			X	X		X
17	¿Se informa de una manera clara y precisa a los usuarios de todos los servicios ofrecidos?	X			X	X		X
18	¿Considera que en la clínica Inmaculada Concepción se trabaja de manera confiable y honesta?	X			X	X		X

Esther Estrella Sánchez
 Mg. CPC Esther E. Vivas Landa

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

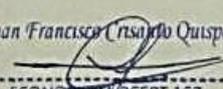
NOMBRE DEL EXPERTO: JUAN FRANCISCO CRISANTO QUISPE
ESPECIALIDAD: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN
DNI: 03607549

Por medio de la presente hago constar que realicé la revisión de test sobre Gestión De Calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la Clínica J&C "Inmaculada Concepción" S.A.C en el distrito de Sullana, elaborado por la estudiante de licenciatura: Geydi Yubitza Alburquerque Gutierrez, quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

"Caracterización de la Gestión De Calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la Clínica J&C Inmaculada Concepción S.A.C De La Provincia De Sullana, Año 2017"

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 08 de Setiembre 2017

Juan Francisco Crisanto Quispe

ECONOMISTA / RECEPT 167
DOCTOR EN ADMINISTRACION

Sello y Firma

Nombre: Juan Francisco Crisanto Quispe
DNI: 03607549

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO INSTRUCCIONES

Yo, JUAN FRANCISCO CRISANTO QUISPE Procedo a efectuar la validación del cuestionario del testista GEYDI YUBITZA ALBAQUERQUE GUTIERREZ

Orden	VARIABLES	Nombre del profesional							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso ayescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE CALIDAD									
1	¿Considera que la clínica cuenta con un servicio de gestión de calidad?	X			X		X		X
2	¿Tiene conocimiento de la práctica de la gestión de calidad de la clínica?	X			X		X		X
3	¿Considera que la clínica cumple con los servicios ofrecidos?	X			X		X		X
4	¿Cuenta la clínica con los recursos necesarios para ofrecer un servicio?	X			X		X		X
5	¿Los procedimientos utilizados por la entidad para identificar áreas de mejora en la gestión de calidad?	X			X		X		X
6	¿Considera que los médicos de la clínica le brindan información confiable y entendible?	X			X		X		X
7	¿Considera que el personal de la clínica tiene capacidad de respuesta a sus necesidades médicas?	X			X		X		X
8	¿Cree usted que una buena gestión de calidad genera el éxito de la clínica?	X			X		X		X
9	¿Considera que la calidad del servicio de la clínica es bueno?	X			X		X		X
10	¿Cree Ud. que la buena atención que brindan los colaboradores de la clínica determina la calidad del servicio?	X			X		X		X
ATENCIÓN AL CLIENTE									
11	¿Considera que sus colaboradores se muestran dispuesto a ayudar a los usuarios del servicio?	X			X		X		X
12	¿El trato de sus colaboradores con los usuarios es considerado y amable?	X			X		X		X
13	¿Cree usted que sus colaboradores están comprometidos con brindar una buena calidad de servicio?	X			X		X		X
14	¿Considera que el servicio brindado satisface las necesidades de sus clientes?	X			X		X		X

Juan Francisco Crisanto Quispe

 ECONOMISTA RCEPT 167
 DOCTOR EN ADMINISTRACION

Anexo 11

15	¿Considera que la buena relación con sus colaboradores mejora la calidad de atención al cliente?					X		X
16	¿Considera que la mejora continua debe ser un objetivo permanente para la empresa?	X			X		X	X
17	¿Se informa de una manera clara y precisa a los usuarios de todos los servicios ofrecidos?	X			X		X	X
18	¿Considera que en la clínica Inmaculada Concepción se trabaja de manera confiable y honesta?	X			X		X	X

Juan Francisco Cuzco Quispe

 ECONOMISTA RECEPTE 167
 DOCTOR EN ADMINISTRACION

AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO*

DOCENTE A CARGO: MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE
ESPECIALIDAD: ESTADISTICO **COLEGIADO: COESPE N°675**

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 10 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió Determina las características de la caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico SPSS versión 22. Dando el siguiente resultado:

Anexo 13

ANEXO N° 01
ESTADÍSTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA
CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL
SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CLÍNICA J & C INMACULADA
CONCEPCIÓN S.A.C. DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2017

Estadísticos de los elementos

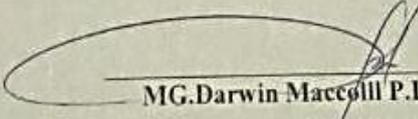
	Media	Desviación típica	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	1.90	.567	.904
P02	2.10	.875	.886
P03	2.60	.699	.900
P04	2.40	.516	.894
P05	2.00	.667	.895
P06	1.90	.875	.882
P07	2.00	.816	.903
P08	1.90	.875	.882
P09	1.80	.632	.904
P10	2.10	.737	.914
P11	1.90	.875	.901
P12	2.30	.823	.894
P13	1.80	.788	.900
P14	2.00	.942	.900
P15	1.90	.737	.891
P16	2.20	.788	.895
P17	2.30	.823	.900
P18	1.70	.674	.890

Anexo 14

**ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA
CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL
SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CLÍNICA J & C INMACULADA
CONCEPCIÓN S.A.C. DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2017**

Nº preguntas	Alfa de Cronbach
18	0.902

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 90.2% de confiabilidad con respecto a 18 preguntas del cuestionario.


MG. Darwin Maccóll P. Laesaguache Calle
COESPE N°675