



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA  
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL  
SECTOR SERVICIO - RUBRO  
CONSULTORIOS ODONTOLÓGICOS, DE  
LA PROVINCIA DE HUARAL 2018**

**TESIS PARA ÓPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

**BR. LEONILA DÍAZ GÓMEZ**

**ASESOR:**

**MG. SIMON POMA ANCCASI**

**LIMA – PERU**

**2019**

**Hoja de firma de jurado y asesor**

-----  
**Dra. Zenozain Cordero Carmen Rosa**  
**Presidente**

-----  
**Lic.Adm. Espinosa Otoyá Víctor Hugo**  
**Miembro**

-----  
**Mg. Meza De Los Santos Juan Pablo**  
**Miembro**

-----  
**Mg. Poma Anccasi Simón**  
**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser  
siempre mi soporte  
espiritual, fortalecer  
mi corazón e iluminar  
mi mente.

A mis profesores, a mi  
asesor Mg. Simón Poma  
Anccasi, a la Universidad  
Católica Los Ángeles de  
Chimbote

## **DEDICATORIA**

A mis padres, a mi familia  
por el apoyo incondicional  
para realizar mi tesis

También la dedico a mis  
hijas quienes son mi mayor  
motivación, por las que  
lucho día a día para llegar  
hacer un ejemplo para ellas.

## **RESUMÉN**

En el presente trabajo de investigación, se tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de Calidad y la competitividad, en las MYPES del sector servicio – rubro consultorios odontológicos de la Provincia de Huaral, 2018. La investigación fue descriptiva, para realizar dicha investigación tuvimos una muestra poblacional de 10 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados:

Con respecto a las características de los Representantes legales de las Mypes, tenemos que los empresarios encuestados el 80.00% son adultos y 20.00% son adultos mayores, el 50.00% es de sexo masculino y 50.00% femenino, el 80.00% son casados y 20.00.7% son convivientes y el 100.00% tiene estudios superiores universitarios; así mismo, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio tenemos que el 80.00% es de tipo jurídica, el 50.00% son trabajadores permanentes el 100.00% tiene más de un año en el mercado, el 70.00% tiene de 1 a 5 trabajadores y el 70.00% se encuentra en el régimen mype y las características de la Gestión de Calidad, vemos que el 100% cuenta con documentos de gestión, el 100.00% tiene conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, el 100.00% realiza evaluaciones periódicas para garantizar la calidad del servicio, y con respecto a la competitividad vemos que el 70.00% utiliza medios de publicidad, el 100.00% del personal está capacitado para el desarrollo de sus actividades.

En conclusión, consideramos que existen buenas estrategias de las mype para ser competitivos y todos tienen conocimiento de la gestión de calidad, pero aún falta implementarlas en su totalidad para garantizar un buen servicio y una atención con calidad.

Palabras clave: Gestión de Calidad, competitividad, consultorios odontológicos, MYPES.

## **ABSTRACT**

In the present research work, the main objective was to describe the main characteristics of Quality Management and competitiveness in the MYPES of the service sector - dental surgeries of the Province of Huaral, 2018. The research was descriptive, to carry out this research, we had a population sample of 10 Mypes, to whom a questionnaire of 21 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results:

With regard to the characteristics of legal representatives of Mypes, we have that the employers surveyed 80.00% are adults and 20.00% are older adults, 50.00% are male and 50.00% female, 80.00% are married and 20.00. 7% are cohabitants and 100.00% have university studies; likewise, the main characteristics of the MYPES of the field of study we have that 80.00% is legal, 50.00% are permanent workers 100.00% have more than a year in the market, 70.00% have 1 to 5 workers and 70.00% is in the mype regime and the characteristics of Quality Management, we see that 100% have management documents, 100.00% have knowledge of the value it offers to its customers, 100.00% perform periodic evaluations for ensure the quality of service, and with respect to competitiveness we see that 70.00% uses advertising means, 100.00% of the staff is trained to develop their activities.

In conclusion we consider that there are good strategies of the mype to be competitive and everyone has knowledge of quality management, but still need to implement them in their entirety to ensure good service and quality care.

Keywords: Quality Management, competitiveness, dental offices, MYPES.

## ÍNDICE CONTENIDO

<b>título de la tesis</b> .....	<b>i</b>
---------------------------------	----------

hoja de firma de jurado y asesor .....	ii
agradecimiento .....	iii
dedicatoria .....	iv
resumén y abstract .....	v
Abstracto .....	vi
índice de contenido.....	vii
índice de graficos y tablas .....	vii
<b>I.-INTRODUCCIÓN:</b> .....	12
<b>II.-REVISION DE LA LITERATURA.....</b>	<b>19</b>
<b>III.-METODOLOGIA .....</b>	<b>545</b>
<b>3.1.- Diseño de la Investigación:</b> .....	545
<b>3.2.-Universo/Población y Muestra:</b> .....	567
<b>3.3.- Definición y Operacionalización de variables.</b> .....	588
<b>3.4.-Técnicas e Instrumentos de recolección de datos</b> .....	622
<b>3.5.-Plan de Análisis</b> .....	633
<b>3.6.-Matriz de consistencia</b> .....	644
<b>3.7.-Principios Éticos:</b> .....	655
<b>IV.- RESULTADOS .....</b>	<b>666</b>
<b>4.1. Resultados</b> .....	666
<b>4.2 Análisis de los Resultados</b> .....	867
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>901</b>
<b>ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....</b>	<b>923</b>
<b>REFERENCIAS:.....</b>	<b>923</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>956</b>
<b>Anexo 1</b> .....	956
<b>Anexo 2</b> .....	967

## ÍNDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

## **TABLAS**

Tabla 1 Característica del Representante Legal de la MYPE.....	59
Tabla 2 Característica de la MYPE.....	60
Tabla 3 Característica de Gestión de Calidad y la Formalización.....	61
Tabla 4 Matriz de Consistencia.....	65
Tabla 5 Edad del Encuestado.....	67
Tabla 6 Genero del Encuestado.....	68
Tabla 7 Estado Civil.....	69
Tabla 8 Grado de Instrucción.....	70
Tabla 9 que tipo de empresa es .....	71
Tabla 10 que tipos de trabajadores trabajan en la empresa.....	72
Tabla 11 Cuantos años de permanencia tiene la empresa en la actividad.....	73
Tabla 12 cuantos trabajadores tiene su empresa.....	74
Tabla 13 sus trabajadores actualmente se encuentran en el régimen mype.....	75
Tabla 14 Usted utiliza medios de publicidad para que su MYPE sea conocido....	76
Tabla 15 Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán ser competitivos.....	77
Tabla 16 Cree Ud. Que sus costos son elevados dentro del mercados de Precios por procedimientos odontológicos.....	78
Tabla 17 Considera que la competitividad está ligada a los precios, marcas y calidad de atención.....	79

Tabla 18 Ud. Cree que la falta de información en temas de salud bucal de la población hace menos rentable los consultorios odontológicos privados.....	80
Tabla 19 Su personal está entrenado y capacitado para el desarrollo de las actividades odontológicas.....	81
Tabla 20 Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyectos.....	82
Tabla 21 Ud. realiza evaluaciones periódicas para garantizar la calidad de su servicio.....	83
Tabla 22 Ud. tiene conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, que Considera como punto diferenciador de sus.....	84
Tabla 23 El personal de su MYPE recibe capacitaciones constantes.....	85
Tabla 24 Las técnicas de capacitación que desarrolla su MYPE para la motivación de su personal es la adecuada.....	86
Tabla 25 Ud. cree que su MYPE lidere el mercado de su rubro con la estrategia empleada.....	87

## **FIGURAS**

Figura1 Edad del Encuestado.....	67
Figura2 Genero del Encuestado.....	68
Figura 3 Estado Civil.....	69
Figura4 Grado de Instrucción.....	70
Figura5que tipo de empresa es .....	71
Figura6que tipos de trabajadores trabajan en la empresa.....	72
Figura7 Cuantos años de permanencia tiene la empresa en la actividad.....	73
Figura8cuantos trabajadores tiene su empresa .....	74
Figura9sus trabajadores actualmente se encuentran en el régimen mype.....	75
Figura10Usted utiliza medios de publicidad para que su MYPE sea conocida.....	76
Figura11Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán ser competitivos.....	77
Figura12Cree Ud. Que sus costos son elevados dentro del mercados de Precios por procedimientos odontológicos.....	78
Figura13Considera que la competitividad está ligada a los precios, marcas y calidad de atención.....	79
Figura14Ud. Cree que la falta de información en temas de salud bucal de la población hace menos rentable los consultorios odontológicos privados.....	80
Figura15Su personal está entrenado y capacitado para el desarrollo de las actividades odontológicas.....	81
Figura16Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyectos.....	82

Figura17Ud. realiza evaluaciones periódicas para garantizar la calidad de su servicio.....	83
Figura18Ud. Tiene conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, que Considera como punto diferenciador de sus.....	84
Figura19El personal de su MYPE recibe capacitaciones constantes.....	85
Figura 20 Las técnicas de capacitación que desarrolla su MYPE para la motivación de su personal es la adecuada.....	86
Figura 21Ud. cree que su MYPE lidere el mercado de su rubro con la estrategia empleada.....	87

## **I.-INTRODUCCIÓN:**

La calidad de atención odontológica brindada en las clínicas y consultorios dentales y en los servicios de salud se ha convertido actualmente en una necesidad para todo profesional de la salud, ya sea de práctica privada o estado. El concepto de la calidad en salud hay que enmarcarlo en cinco elementos fundamentales para la satisfacción del paciente y el impacto final que tiene en la salud. No es posible reducir a uno o algunos de estos elementos la calidad en salud, pues necesariamente implica la integración de estos elementos de carácter técnico y también de procesos, objetivos y subjetivos, ya que debido a esto tendremos como resultado un cliente satisfecho y una MYPE eficiente y competitiva.

La evaluación de la calidad en los servicios que brindan atención odontológica en la actualidad es una preocupación no solo para los gestores, sino también para los proveedores de servicios de salud, esto determinado por la necesidad de dar adecuada respuesta a las necesidades reales de salud de la población y también es preciso responder satisfactoriamente a las expectativas de la población, ya que en la actualidad los usuarios no aceptan los servicios brindados sin manifestar una opinión al respecto. Las MYPES en su mayoría están conformadas por microempresas que se dedican a la prestación de servicios y a la comercialización de productos. Las personas que trabajan en las unidades productivas, a nuestro entender muchas de ellas son de orden familiar y amical que perciben ingresos por debajo del salario mínimo legal, que a su vez se convierte en subempleados; su situación se configura en la poca economía (altos costos

y mínimos beneficios), falta de eficiencia (inadecuada racionalización de recursos), falta de efectividad (falta de cumplimiento de metas y objetivos), falta de mejora continua y falta de competitividad (como consecuencia de lo antes indicado). Esta situación hace que las empresas no sean competitivas a la hora de ofrecer sus servicios o productos al cliente o usuario.

En Perú, las Micro y Pequeñas Empresas – MYPES constituyen un porcentaje importantes del país, no sólo porque representa más del 99,6% del universo empresarial del país (más de 2.5 millones de MYPES), sino porque además en los últimos 6 años han crecido en más del 42.2%, lo cual en términos de cantidad de empresas es bastante significativo.

En nuestro proyecto de tesis, se tiene por objetivo identificar las características de las MYPES para establecer algunas conclusiones puntuales para la aplicación de un adecuado manejo de gestión de calidad. Esta investigación permitirá asegurar que las MYPES en estudio adquieran las suficientes capacidades para generar un trabajo de calidad y con calidad de servicios que satisfagan los requisitos de sus clientes.

La gestión implica un sin números de requerimientos que requiere cumplir las MYPES para lograr sus objetivos organizacionales. Sin embargo, a simple vista la gestión parece sencilla y que cualquier persona puede hacer una correcta gestión, en el mundo real de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona (gestor) que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su trabajo. Es por ese motivo que las MYPES cada vez se hacen más competitivas porque incorporar a sus empresas ese plus agregado que todo cliente desea y espera a la hora de recibir sus servicios o productos.

## Planteamiento del Problema

### Caracterización del Problema

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes, prestación de servicios, transformación y extracción, existen casi 6 millones a nivel nacional, 93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2% pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el resto, 5.9% son medianas y grandes empresas. Las Mypes mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros.

Según la Sociedad de Comercio Exterior (ComexPerú) de las 5.9 millones de Pymes existentes en 2017 únicamente 7,400 (0.12%) son exportadoras que representan solo 1.8% del total de las exportaciones, esta situación es advertida también por la Asociación de Exportadores (Adex), en el primer semestre 2018 han dejado de exportar 1,480 Mypes (1,337 microempresas y 143 pequeñas) demostrándose la debilidad de este sector, además, a pesar que brindan trabajo a 8.2 millones de personas (principalmente en comercio, servicios, producción y extracción), es grave su extrema informalidad (83.5% en 2017).

En junio 2017 se aprobó un Fondo para Fortalecimiento Productivo Mypes (Forpro) para permitirles financiar capital de trabajo, sin embargo, fracasó por la exigencia de formalización y de pertenecer al régimen tributario o general del Impuesto a la Renta. Otro fondo denominado Crecer ha sido incluido en el pedido de facultades legislativas que financiaría las Mypes sin previo requisito de formalidad, cuyo procesamiento sería muy complicado, y todavía no ha implementado. Un reciente proyecto del Ministerio

de Trabajo ofreciendo una ley laboral juvenil para Mypes promoviendo contrataciones formales indefinidas, no muestra indicios de concretarse.

Las Mypes cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y demasiada informalidad. Bajo este panorama, es indispensable que el gobierno, ministerios e instituciones involucrados accionen una agresiva política para promocionar las Mypes efectuándose coordinaciones con el sector privado para introducirlas en la actividad exportadora y buscar cómo aprovechar las oportunidades que generan los TLC (tenemos 20 acuerdos con 50 países), además, brindándoles financiamientos de crédito competitivos y accesibles, implementando comités locales y regionales orientadores para su formalización, constitución, organización y gestión que coadyuven a mejorar su calidad, productividad y competitividad.

**( [www.connuestroperu.com](http://www.connuestroperu.com), Por Alfredo Palacios Dongo).**

En estos Últimos años el mundo ha evolucionado a gran velocidad y los retos y las oportunidades de calidad, tecnología y administración se han incrementado con el transcurso del tiempo, por ello las organizaciones enfrentan la necesidad de mejorar la calidad del producto o servicio que brindan u ofertan, así mismo los sistemas de salud se encuentran en transición debido a muchos factores que obligan a adaptarse y desarrollarse para no colapsar, entre los avances tecnológicos , presiones económicas y mayores exigencias por parte de los consumidores . Este problema es el eje central

de la investigación, este concepto involucra la imagen que la empresa proyecta al exterior y la mejora continua de un producto o servicio. La importancia que este término ha alcanzado en las empresas de salud en los últimos años han sido tal, que estas organizaciones se han visto en la necesidad de implementar estrategias de calidad a fin de proporcionar no solo un servicio óptimo sino satisfacer las necesidades de los clientes y convirtiéndose en una ventaja competitiva de recurso valioso para conseguir pacientes y sobre todo para fidelizarlos. Sabemos de la importancia que tiene toda MYPE en implementar un trabajo que demuestre la gestión de calidad y sea competitiva, la misma que se verá reflejada en la satisfacción que obtienen los usuarios de los servicios, son estas dos variables las que ocupan nuestro objeto de investigación y vale decir la gestión de calidad del servicio prestado y la satisfacción del cliente, usuario o paciente de las entidades de salud públicas y privadas del Distrito de Huaral – Región Lima. Motivado por el poco presupuesto, falta de personal y la demora en la atención a los clientes, deficiente comunicación entre el cliente y el personal de los hospitales, Centros de Salud, consultorios privados y la mala organización, son los factores que influyen en el desenvolvimiento organizacional, generando malestar en la satisfacción de los usuarios de estos servicios de salud. Se plantea el estudio de la relación de la gestión de calidad y competitividad que garanticen la satisfacción de los clientes a fin de poder ubicar, mejorar y reforzar aquellas realidades desde el punto de vista del cliente o paciente que requieren un mayor grado de satisfacción, por lo tanto, es importante disponer de la información adecuada sobre los aspectos relacionados con sus necesidades, por ese motivo que se hace la siguiente investigación para garantizar la calidad y la competitividad en las MYPES del sector servicios – rubro consultorios

odontológicos de la Provincia de Huaral 2018, para lo cual determinamos el siguiente:

Enunciado del problema

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la competitividad en las Mypes del Sector Servicio – rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral 2018?

Objetivo de la Investigación

Objetivo General

Determinar las principales características de la gestión de calidad y la competitividad en las Mypes del Sector Servicio – rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral 2018.

Objetivos Específicos:

- Determinar las características del representante de las Mypes del Sector Servicio – rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral 2018.
- Determinar las características de las Mypes del Sector Servicio – rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral 2018.
- Determinar las principales características de la gestión de calidad en las Mypes del Sector Servicio – rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral 2018.
- Determinar las principales características de la Competitividad en las Mypes del Sector Servicio – rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral 2018.

### **Justificación de la Investigación**

La Justificación de esta investigación se basa en:

**Desde el punto de vista del Valor Teórico**, Porque permitirá identificar los problemas

de gestión de Calidad y competitividad, y de esa manera solucionarlos para la toma de decisiones futuras a todas las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Consultorios privados de las Practicas Odontológica, del Distrito y Provincia de Huaral, así mismo sirva de guía teórica para futuras investigaciones en otros Distritos del Departamento.

**Desde el punto de vista de Implicaciones prácticas,** Con la presente investigación, se podrá profundizar en temas de calidad y buenas prácticas en las micros y pequeñas empresas en el rubro de Consultorios Odontológicos, asimismo, dicha investigación podrá servir para ser aplicada a otros consultorios privados con perfiles similares.

**Desde el punto de vista de la Unidad Metodológica,** Esta investigación se justificará metodológicamente debido al empleo de instrumentos validados desde el punto de vista estadístico, el mismo que servirá como guía para el desarrollo de proyecto de tesis futuras.

## **II.-REVISION DE LA LITERATURA**

### **ANTECEDENTES**

Revisaremos la biblioteca especializada en el tema de Administración de Micro y Pequeñas empresas en el Sector Servicios en el Rubro Consultorios Odontológicos, de las diferentes tesis presentadas para obtener un concepto general de nuestro estudio de las MYPES en las diferentes ciudades, a nivel internacional, nacional y local.

#### **A nivel Internacional:**

Morales (2014), en su tesis “Análisis de la calidad en el proceso de atención en el servicio de odontología en el centro de Salud Lasso, de la Provincia de Cotopaxi, en el periodo de febrero a junio del 2014”. El objetivo general es: determinar si la calidad a través en el proceso de atención de los servicios odontológicos que ofrece el Centro de Salud de Lasso, en conclusión:

- No se dispone de procesos definidos para la atención de usuarios en el servicio de odontología, que dificulta el planteamiento de indicadores de monitoreo de actividades programadas.
- Al no existir un proceso de capacitación continua y por la frecuente rotación de personal en el servicio de odontología, el conocimiento sobre la normativa vigente se encuentra debilitada, lo que ocasiona que el personal no cumpla con sus actividades esenciales adecuadamente, en desmedro de la calidad de atención.
- Se evidencia una ineficiencia e ineficacia en el personal que labora en servicio de odontología, debido al incumplimiento de las actividades programadas, así

como la baja productividad existente.

- Existe la necesidad de disponer un sistema de monitoreo de cumplimiento de actividades programadas, optimización de recurso material y de talento humano, reposición de material utilizado, así como el planteamiento de una planificación estratégica, destinada al cumplimiento de objetivos propuestos en el servicio.
- La mayor parte de los usuarios externos encuestados, se sienten satisfechos por la atención prestada por el servicio de odontología, en razón de la infraestructura moderna, equipamiento nuevo, accesibilidad a los turnos y trato por parte de los profesionales.
- El punto crítico del proceso de atención tanto en el servicio de odontología como en el resto de servicios del Centro de Salud, se identifica que se encuentra en el servicio de admisión, ya que un buen porcentaje de usuarios no están de acuerdo al trato que reciben en el mismo.

Rodríguez (2014), En su investigación titulada “Guía para la elaboración de un plan de Negocios en odontología”. El objetivo general es: Realizar una investigación documental a fin de proponer una guía que describa los contenidos y características que se requieren para la elaboración de un plan de negocios en odontología.

El objetivo de esta investigación bibliográfica fue el desarrollo de una guía que contenga los contenidos y características que se requieren para elaborar un plan de negocios para implementar un consultorio dental. Resalto su importancia de los conocimientos administrativos aplicados

a la Odontología, expuso la situación profesional actual de los Odontólogos, proporciono herramientas necesarias para que el Odontólogo sea capaz de iniciar su profesión desde un ámbito privado de manera más certera, menos riesgosa y que a su vez sea capaz de evaluar la factibilidad del mismo.

Al desarrollar un plan de negocios se acierta que se disminuye notablemente las probabilidades de fracaso, aumentan la productividad, es capaz de generar empleo y lo más importante ofrecer un servicio de calidad y calidez logrando la satisfacción, lealtad y fidelidad del paciente en el servicio.

A su vez no pérdida de recursos económicos con intentos fallidos, no hay pérdida de tiempo y no se abandona la profesión, sino muy por el contrario favorece al obtener un financiamiento, el tiempo es bien aprovechado y el Odontólogo ejerce su profesión exitosamente.

Se planteó un vocabulario administrativo fácil de comprender para el Cirujano Dentista y se favoreció la interrelación entre diversas disciplinas como son: economía, finanzas, mercadotecnia y la misma administración.

Se destacó la importancia de la planeación, cómo hacerlo y los pasos a seguir. Como consecuencia a esto se logró desarrollar una metodología específica para la implantación de un plan de negocio en Odontología obteniendo un documento que se puede presentar para la obtención de un financiamiento y que este resulte factible.

Abrir un campo mayor de posibilidades para el Odontólogo al incorporarse al ámbito profesional y que este sea capaz de desarrollar un servicio de Salud bucal que dé respuesta favorable a la población, inducir a ser competitivos y fomentar la cultura emprendedora.

Zabala (2015), en su investigación titulada “Calidad en la atención odontológica para pacientes con sensibilidad dental de la unidad médica Santa Marta”. El objetivo general es: Establecer la calidad en la atención odontológica en pacientes con sensibilidad dental de la unidad médica Santa

Las conclusiones de la presente investigación son las siguientes:

Se evidencia que a pesar de cumplir con los tiempos establecidos de 4 días para asignación de citas, el tiempo de duración de cada consulta con el odontólogo es menor a los 20 minutos generando insatisfacción en la calidad de la atención y es importante realizar más actividades de promoción y prevención de enfermedades odontológicas a los pacientes, donde ellos puedan evidenciar esta gestión ya que para más de la mitad de los pacientes estas actividades no se realizan mostrando una gestión ineficiente.

Los procesos y procedimientos se basan en una serie de políticas, normas y condiciones que permiten el correcto funcionamiento de un sistema de gestión de calidad de la unidad médica de Santa Marta, pero estos se encuentran obsoletos, sus versiones no han sido actualizadas frente a las necesidades del consultorio, ocasionando que no se pueda realizar un seguimiento oportuno y veraz.

Es de vital importancia que la unidad odontológica cuente con unos parámetros de la Salud, Seguridad, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo eficientes, cumpliendo con los requerimientos espaciales y funcionales que brinden al paciente seguridad. Es

así como se evidencia que los pacientes se sienten insatisfechos en cuanto al acceso a la unidad odontológica, equipos y medios y no se tienen en cuenta sus necesidades y expectativas siendo este uno de los factores más importantes, para ser competitivos y lograr calidad en la atención

El consultorio odontológico no cumple con los criterios mínimos para su previa habilitación, y la norma es clara cuando dice que el cumplimiento de los estándares de habilitación es obligatorio y son realmente esenciales porque permite la prestación de un servicio de salud a conciencia de que el usuario está en inminente riesgo.

#### **A nivel Nacional:**

Heredia (2016), en su investigación titulada “Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro actividades de la práctica odontológica del cercado de Chimbote, 2015”, El objetivo general es: Determinar la influencia de la gestión de calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro actividades de la práctica odontológica del cercado de Chimbote, 2015.

Las conclusiones a las que se arriban en el trabajo de investigación, están en concordancia con los, objetivos, hipótesis, marco teórico y la aplicación de instrumentos, las cuales son las siguientes:

1. La Gestión de calidad del sector servicio en el rubro practicas odontológicas que aplican las micro, pequeñas y medianas empresas del Cercado de Chimbote, influye favorablemente en la atención de sus clientes, según quedo demostrado en la prueba de hipótesis; a pesar de que un poco menos de los encuestados (47,5%) se mostró indiferente al aplicar alguna

herramienta de gestión (47.5%); además se puede apreciar que inconscientemente desarrollan algunas gestiones para la mejorar de la calidad en la atención al cliente, cuentan con un diseño organizacional para la atención al paciente (30%) mostrándose totalmente de acuerdo, manejan sistemas para el control de historias (50%) mostrándose de acuerdo.

2. El nivel de Gestión de calidad de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector servicio en el rubro practicas odontológicas del Cercado de Chimbote, es aplicada eficientemente por parte de los propietarios y personal de los centros odontológicos, aunque esta posición es favorable para los centros odontológicos, cabe mencionar que ésta a su vez no es significativa. Es decir, la forma de aplicación de la calidad del servicio es similar en sus niveles, tanto como eficiente o deficiente, lo cual indica que se debe estar alerta ante algún descuido en la aplicación de alguna de sus dimensiones.
3. El nivel de atención a los clientes de los centros odontológicos en el cercado de la ciudad de Chimbote es eficiente, producto de una actitud alta y una repetición de atención/consumo alto, hacia el centro odontológico, pero de acuerdo a los resultados la atención no es espuria o la buena atención se encuentra muy cerca a ésta, exponiéndose a que el cliente recurra al centro odontológico, sin importarle los esfuerzos que se realizaron para que se sienta bien con el mismo.

Lozano (2017), en su tesis “Caracterización de la Gestión de Calidad y la rentabilidad en las mypes del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de Tingo María, año 2017”.

El objetivo general es: describir y determinar la caracterización de la gestión de la calidad y la rentabilidad en las MYPES, del sector servicio, en el rubro clínicas dentales en la ciudad de Tingo María, 2017, en conclusión:

Los propietarios de las MYPES de las clínicas odontológicas, comprendidas en entre las edades de 36 a 50 años en su mayoría sobresalen en un 67%. De ellos en un 58% son del género femenino y se encuentran vigentes en el mercado con más de tres años en un 92%. Connotando que las propietarias de las clínicas odontológicas gerenciadas por el género femenino lo llevan a cabo eficientemente sus MYPES por encontrarse con un nivel de posicionamiento en el mercado competitivo de la ciudad de Tingo María.

Los profesionales de la odontología propietarios de las clínicas creen en un 100% la importancia de la gestión de calidad, con el mismo indicador manifiestan que la red social es transcendental para marketear sus servicios y producto que ofertan en el mercado, además creen en su totalidad en la capacitación del personal para mejorar la calidad de atención al cliente con la finalidad de tener una mayor satisfacción de sus clientes y crecer empresarialmente.

Los odontólogos que conducen sus MYPES afirman mayoritariamente en la rentabilidad de sus negocios porque creen que es necesario invertir para mejorar los servicios como productos y en las capacitaciones del personal con la finalidad de diferenciarse en el mercado.

Toledo (2016), En su investigación titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro actividades de médicos y odontólogos del distrito de Huaraz, 2016”, El

objetivo general es: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro actividades de médicos y odontólogos del distrito de Huaraz. Teniendo las siguientes conclusiones:

- Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro actividades de médicos y odontólogos del distrito de Huaraz, son los siguientes: bajo porcentaje de Publicidad, no realizan ventas personales, desconocimiento de los gerentes sobre la promoción de ventas, carencia de información sobre las relaciones públicas y marketing directo. Por lo que se observa que existe una deficiente aplicación y combinación de las herramientas de promoción en las MYPE, estudiadas debido a que prevalece gran despreocupación por los gerentes.
- En relación a las principales características de los gerentes encuestados son: la mayoría de ellos tienen entre 41 a 50 años de edad, son de género Masculino y cuentan con un grado de instrucción de nivel Sup. Univ., eso nos permite observar que no consideran importante la aplicación de las herramientas de promoción.
- Respecto a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las actividades de médicos y odontólogos, los resultados nos muestran las deficiencias en las características o medios publicitarios como en la radio, televisión, programas de incentivos, regalos

publicitarios, descuentos y en la entrega de premios.

### **A nivel Local**

Espejo (2018), En su investigación titulada “Calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden al servicio de estomatología de una institución pública y privada en la provincia de Lima, San Martín de Porres en el año 2017”. El objetivo general es: Evaluar la calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden al Departamento de Odontoestomatología del Hospital Cayetano Heredia y a la Clínica Dental Docente Cayetano Heredia en la provincia de Lima, SMP en el año 2017. En conclusión:

De manera general se puede concluir que: A partir del estudio realizado se encontró mejor calidad de servicio en la atención odontológica de los pacientes que acudieron a la Clínica Dental Docente Cayetano Heredia que al Departamento de Odontoestomatología del Hospital Cayetano Heredia en la provincia de Lima, San Martín de Porres en el año 2017.

Ayala (2018), en su tesis “Nivel de satisfacción de los usuarios de servicios odontológicos de un centro de salud del ministerio de salud y una clínica privada”. El objetivo es determinar el Nivel de Satisfacción del usuario de servicios odontológicos tanto del Centro de Salud “Perú-Korea Bellavista” como de la Clínica Privada “Medic Dental”-Lima, 2018, en conclusión:

### **Conclusión General**

Con respecto a determinar el nivel de Satisfacción de los usuarios de servicios odontológicos, se concluye que el nivel de satisfacción del usuario del Centro de Salud “Perú-Korea” es bueno; y en el caso de la Clínica Privada “Medic Dental” el nivel de

satisfacción del usuario es Muy Bueno.

#### Conclusiones Específicas

Referente a determinar la satisfacción del usuario respecto a las Instalaciones, se concluye que el nivel de satisfacción con respecto a las Instalaciones tanto en el Centro de Salud como en la Clínica Privada fue Bueno.

En cuanto a establecer la satisfacción del usuario respecto a la Organización, se concluye que el nivel de satisfacción con respecto a la Organización en el Centro de Salud fue Bueno, y el nivel de satisfacción con respecto a la Organización en la Clínica Privada fue Muy bueno.

Tomando en cuenta determinar la satisfacción del usuario respecto al Acto Profesional, se concluye que el nivel de satisfacción con respecto al Acto Profesional en el Centro de salud fue Bueno, y el Nivel de Satisfacción con respecto al Acto Profesional en la Clínica Privada fue Muy bueno.

Con referencia a determinar la satisfacción del usuario respecto a la Satisfacción Global, se concluye que el nivel de satisfacción con respecto a la Satisfacción Global en el Centro de Salud fue Bueno, y el Nivel de Satisfacción con respecto a la Satisfacción Global en la Clínica Privada fue Muy bueno.

Llallico (2018), en su tesis “Calidad de la atención odontológica basado en intangibles de la Clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos”. El objetivo general es: Evaluar la calidad de servicio en la atención odontológica basado en intangibles de la Clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en el año 2018, en conclusión:

#### Conclusión General

Con respecto a evaluar la calidad de servicio en la atención odontológica basado en intangibles de la Clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en el año 2018, concluye que en mayoría están Muy de acuerdo.

Conclusiones Específicas:

1. En relación a determinar la calidad de la atención odontológica según la Tangibilidad, se concluye que en mayoría están Muy de acuerdo.
2. En cuanto a determinar la calidad de la atención odontológica según la Fiabilidad, se concluye que en mayoría están De acuerdo.
3. Respecto a determinar la calidad de la atención odontológica según la Capacidad de respuesta, se concluye que en mayoría están De acuerdo.
4. Tomando en cuenta determinar la calidad de la atención odontológica según la Seguridad, se concluye que en mayoría están De acuerdo
5. Con respecto a determinar la calidad de la atención odontológica según la empatía, se concluye que en mayoría están Muy de acuerdo.

## **Bases Teóricas de la Investigación**

### **Gestión de Calidad:**

Los practicantes de la Gestión de la Calidad se han organizado en comunidades paralelas al resto de las áreas funcionales. La globalización de los mercados y la internacionalización de las economías han provocado que cualquier organización excelente deba saber hoy en día desempeñarse competitivamente en la arena mundial. Las organizaciones líderes en calidad se enfrentan así a importantes retos para trasladar los conceptos, los enfoques, los modelos, los sistemas y los métodos de calidad a las

diferentes culturas nacionales y organizativas, esfuerzo especialmente complicado cuando se trata de empresas multinacionales con subsidiarias por todo el planeta, Un directivo de calidad internacional debe comprender esta compleja trama<sup>1</sup>. Nadie puede ya visitar todos los lugares del mundo donde existen experiencias que aprender, ni por sí mismo localizar y recopilar todas las fuentes de documentación en Calidad que se generan por doquier. El ejercicio competente de la Gestión de la Calidad exige, pues, tener localizados la propia red internacional de las organizaciones enfocadas a la calidad, así como las plurales fuentes de conocimiento de las que deberá beber para mantenerse actualizado en su trabajo

### **Características de Gestión de Calidad**

Las principales características de un Sistema de Gestión de Calidad son las siguientes:

- Sistemas ISO 9001, personalizados 100% a las necesidades de cada cliente y a su actividad, diseñando nuevos procesos, indicadores y operativas o adaptando los ya existentes.
- Gestiona y controla los procesos, definiendo las actividades o procesos (diseño, prestación del servicio, formación, compras...) desarrollados por la organización y su interacción con el resto de los procesos.
- Garantiza el cumplimiento de los requisitos de los clientes al ser el elemento de entrada para el diseño y definición de los procesos productivos.
- Aumenta la relación y control de proveedores con el objetivo de garantizar la correcta prestación del servicio.

- Seguimiento y medición de los procesos a través de indicadores diseñados para los procesos. Base para el análisis de la eficacia y eficiencia del sistema de cara a la mejora del mismo.
- Integrable con otros sistemas basados en el ciclo de Mejora Continúa como ISO 14001 de gestión ambiental, OHSAS18001...
- Estructurado según el ciclo de Mejora Continua (PDCA). Planificar - Hacer - Verificar - Actuar.  
Permite la certificación y reconocimiento del sistema por parte de una Entidad de Certificación.

### **Objetivos de Gestión de Calidad**

Un sistema de gestión de la calidad es la forma en la que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad.

Las partes que componen el sistema de gestión son:

- 1.- Estructura organizativa: departamento de calidad o responsable de la dirección de la Empresa.
- 2.- Cómo se planifica la calidad
- 3.- Los procesos de la organización
- 4.- Recursos que la organización aplica a la calidad
- 5.- Documentación que se utiliza

Que una empresa tenga implantado un sistema de gestión de la calidad, sólo quiere decir que esa empresa gestiona la calidad de sus productos y servicios de una forma ordenada, planificada y controlada.

Recuerde que las normas de producto son diferentes a las normas de sistemas de gestión de la calidad.

Una norma de producto puede ser el marcado CE, la marca N de producto homologado por AENOR, la marca GS de TÜV Product, y nos indican las características mínimas que el producto cumple en materia de seguridad.

Normas de sistemas de gestión las hay de calidad (ISO 9001), de medioambiente (ISO 14001), del sector de automoción (ISO/TS 16949) y de seguridad (OSHAS).

Las ventajas de implantar un sistema de gestión de la calidad son las siguientes:

- Aumento de beneficios
- Aumento del número de clientes
- Motivación del personal
- Fidelidad de los clientes
- Organización del trabajo
- Mejora de las relaciones con los clientes
- Reducción de costes debidos a la mala calidad
- Aumento de la cuota de mercado

### **Claves para brindar una calidad eficiente**

Vargas & Aldana (2011) señalan que existen claves para realizar llegar de manera más eficiente y rápida a una calidad alta en los servicios financieros, estas claves que se mencionan son las siguientes:

- a. Credibilidad

Es cuando el usuario tiene confianza en toda la información producida, ella se

construye con el tiempo. En su aplicación intervienen elementos objetivos y subjetivos que se proporciona a las fuentes, canales o plataformas de propagación de información. La credibilidad consta de dos dimensiones esenciales: la confianza y el grado de conocimiento de manera objetiva y subjetiva. En otras palabras, es la capacidad de generar confianza siendo un juicio de valor que emite el receptor teniendo en cuenta lo subjetivo como las: afinidades éticas, ideologías. El conocimiento puede ser visto de manera subjetiva, aunque también incorporan particularidades objetivas a indicadores directos sobre los conocimientos expertos de la fuente.

b. Oportunidad

La oportunidad de datos se establece por el tiempo transcurrido entre su disposición y el tiempo pactado, que permita que la información sea valiosa y se pueda actuar conforme a ella. Además, también se puede realizar en los datos de periodos breves, como los organizados, la única discrepancia es el tiempo.

c. Accesibilidad

Al tener acceso a la información producida muestra la celeridad de ubicación y la accesibilidad dentro de la empresa. Al existir diversos clientes orientan a considerar diversos formatos de propagación y explicación de los datos. Por ende, el acceso incorpora la conveniencia de la forma en que los datos están disponibles, recursos de publicidad, y la disposición de metadatos y la ayuda al cliente. Además, se incorpora el coste de información para los clientes con vinculación al valor que le brindan, y si el cliente tiene una oportunidad lógica de conocer que los datos están abiertos y que puedan acceder.

### **La Tribología Juran:**

Juran afirma, es un esfuerzo de síntesis, que cualquier actividad de gestión consiste en tres procesos interrelacionados: Planificación, control y mejora. Así planificando a la gestión financiera, tendríamos que la elaboración de presupuestos correspondería, a la planificación, el control de ingresos gastos constituiría la segunda actividad, y la mejora estaría formada por los programas de reducción de costos, mejoras en la gestión de tesorería etc.

Es tres actividades aplicadas a la gestión de calidad constituyen la denominada tribología de Juran: Planificar la calidad, controlar la calidad y mejorarla. (**Grima y Tort-Martorell 1995, p.11**).

### **Modelos de Gestión de Calidad**

Existen diversos modelos, que previa adaptación pueden utilizarse en el ámbito educativo. Los modelos de gestión de calidad total más difundidos son el modelo:

- Deming creado en 1951,
- El modelo Malcolm Baldrige en 1987
- El Modelo Europeo de Gestión de Calidad, EFQM. en 1992.

En el Ciclo de Deming es aplicar la lógica y realizar las cosas de manera ordenada y correcta. Su uso no se limita exclusivamente a la implementación de la mejora continua, si no que se pueden utilizar lógicamente, en una gran variedad de situaciones y actividades

**El ciclo Deming** se utiliza actualmente en una versión más completa, la versión actual del ciclo PDCA (Plan, do, check, act):

Planifica: Identificar la oportunidad de mejora

Realizar: Llevar a cabo la acción correcta y aprobada

Comprobar: Diagnosticar a partir de los resultados

Actuar: Confirmar y normalizar la acción de mejora, Empezar una nueva mejora.

**(Grifil y Canela 2002).**

### **Gestión:**

Son guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

Una correcta y buena gestión no solo se enfoca a la empresa y a lo que sucede dentro de esta, si no por el contrario, trata de encontrar problemas organizacionales que estén afectando su desempeño, trata de mantener a un cliente satisfecho, pero sobretodo, se encarga de aprovechar al máximo todos los recursos con los que cuenta la empresa, para maximizar sus ganancias y reducir costos, sin dejar de lado la calidad y el cliente.

### **Tipos de Gestión:**

**Gestión Tecnológica:** Es el proceso de adopción y ejecución de decisiones sobre las políticas, estrategias, planes y acciones relacionadas con la creación, difusión y uso de la tecnología.

**Gestión Social:** Es un proceso completo de acciones y toma de decisiones, que incluye desde el abordaje, estudio y comprensión de un problema, hasta el diseño y la puesta

en práctica de propuestas.

**Gestión de Proyecto:** Es la disciplina que se encarga de organizar y de administran los recursos de manera tal que se pueda concretan todo el trabajo requerido por un proyecto dentro del tiempo y del presupuesto definido.

**Gestión de Conocimiento:** Se trata de un concepto aplicado en las organizaciones, que se refiere a la transferencia del conocimiento y de la experiencia existente entre sus miembros. De esta manera, ese acervo de conocimiento puede su utilizado como un recurso disponible para todos los miembros de la organización.

**Gestión Ambiente:** Es el conjunto de diligencias dedicadas al manejo del sistema ambiental en base al desarrollo sostenible. La gestión ambiental es la estrategia a través de la cual se organizan las actividades antrópicas que afectan el ambiente, con el objetivo de lograr una adecuada calidad de vida.

**Gestión Estratégica:** Es un útil curso del área de Administración de Empresas y Negocios que ha sido consultado en 3593 ocasiones. En caso de estar funcionando incorrectamente, por favor reporta el problema para proceder a solucionarlo.

**Gestión Administrativo:** Es uno de los temas más importantes a la hora de tener un negocio ya que de ella va depender el éxito o fracaso de la empresa. En los años hay mucha competencia por lo tanto hay que retroalimentarse en cuanto al tema.

**Gestión Gerencial:** Es el conjunto de actividades orientadas a la producción de bienes (productos) o la prestación de servicios (actividades especializadas), dentro de organizaciones. **Gestión Financiera:** Se enfoca en la obtención y uso eficiente de los recursos financieros.

**Gestión Pública:** No más que modalidad menos eficiente de la gestión empresarial.

([www.prismaseducativos.com.ar/gestion.htm](http://www.prismaseducativos.com.ar/gestion.htm)).

### **Importancia de Gestión**

Todas las empresas llevan a cabo procesos de gestión más o menos complejos. Y generalmente tienen personal habilitado para ello, o en el caso de las micros pymes, es el propio empresario quien se ocupa de la gestión empresarial.

En muchos casos, las empresas recurren a un ERP de gestión como herramienta fundamental para propiciar la gestión de los procesos ligados a cada área de la empresa.

### **La empresa gana cada día en complejidad:**

Sea cual sea vuestro caso, lo que hay que tener claro es que los procesos de gestión se vuelven cada vez más complejos a medida que la empresa crece.

### **Cuando hay más complejidad, hay mayor número de errores:**

Cuando aumenta el número de productos, el número de empleados, hay un mayor volumen de facturación y se generan una serie de tareas diarias que hay que realizar, la gestión interna genera también mayor número de errores.

### **Los errores pueden tener consecuencias perjudiciales:**

Para la tesorería, para el Departamento legal, para la productividad, para las ventas, para la estrategia de la empresa. Los errores derivados de un negocio cada vez más grande y más complejo, generan problemas que pueden afectar a la cuenta de resultados.

### **La falta de automatización casi siempre va ligada a fallos humanos:**

Cuando tenemos que gestionar un negocio complejo, pero carecemos de mecanismos para automatizar tareas y procedimientos de trabajo, los fallos humanos se producirán más a menudo y también serán más graves.

**El riesgo es más alto para tu empresa:**

Una empresa que gana cada vez más en complejidad, aumenta también el riesgo de sus operaciones. El riesgo hace referencia a situaciones que podrían darse, aunque no hayan ocurrido aún, o no esté claro que vayan a ocurrir.

**Tu marca también está en juego:**

Los procesos internos no se quedan siempre de puertas para adentro; es decir, pueden afectar a tus clientes. Y si tus clientes no están satisfechos, eso puede perjudicar a tu marca. En esta línea, una mala gestión de los pedidos en una tienda online, debido a que la información no es correcta, puede dar lugar a muchas devoluciones.

**Falta de rentabilidad:**

Una gestión de mala calidad se traduce finalmente en tu cuenta de resultados. Productos rotos, perdidos, o que no se venden nunca, como consecuencia de una mala política de compras, dan lugar también a que tu empresa se vaya descapitalizando y vaya perdiendo importancia de cara a los consumidores

**Calidad**

Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas (UNE 66-001-92)

Tanto las necesidades como la valoración acerca del grado con que éstas se ven cumplidas están ligadas al cliente o usuario. El cliente puede ser externo o interno a la empresa. Así, la calidad se definirá a través de las especificaciones que definen el producto o servicio que queremos prestar. Estas especificaciones son consecuencia de las necesidades, ya sean éstas explícitas o implícitas.

**Dimensiones de Calidad:**

**Calidad objetiva y calidad subjetiva:** Las diferentes perspectivas conceptuales de la calidad pueden organizarse en dos categorías, según hablen de calidad objetiva y calidad subjetiva.

La calidad objetiva deriva de la comparación entre un estándar y un desempeño, referidos a características de calidad medibles **cuantitativamente** con métodos ingenieriles o tecnológicos. Este concepto describe bien la excelencia, bien la superioridad técnica de los atributos del producto o del proceso, siendo independiente de la persona que realiza la medición o adquiere el producto.

En cambio, la calidad subjetiva se basa en la percepción y en los juicios de valor de las personas, y es medible cualitativamente estudiando la satisfacción del cliente.

#### **Concepto de Satisfacción:**

El concepto de satisfacción, se ha ido matizando a lo largo del tiempo, según han ido avanzando sus investigaciones, enfatizado distintos aspectos y variando su concepción. En los años setenta el interés por el estudio de la satisfacción se incrementó hasta el punto de publicarse más de 500 estudios en esta área de investigación (Hunt, 1982), incluso un estudio de Peterson y Wilson (1992) estiman en más de 15000 las investigaciones sobre satisfacción o insatisfacción del consumidor.

La satisfacción del usuario, es un concepto multidimensional que evalúa de manera individual distintos aspectos relacionados con el cuidado de su salud, se ha definido como la medida en que la atención sanitaria y el estado de la salud resultante cumplen con las expectativas del usuario. (Ribeiro, 2003).

#### **Norma ISO 9001**

La norma ISO 9001, como norma internacional emplea los sistemas de gestión de

calidad enfocada en todos los elementos de administración y mejorar la calidad de sus productos y servicios, los clientes prefieren a las empresas que cuentan con acreditaciones, generando en los clientes confianza y garantía como una organización certificada con un buen sistema de gestión de calidad estará reconocida ante más de 640.000 empresas en todo el mundo (Yáñez, 2008, p.3).

Los autores Griful y Canela (2005) mencionan que la ISO 9001 es la única norma de la familia ISO 9000 que, especifica los requerimientos y exige ciertos procedimientos para un desarrollo del sistema de gestión de la calidad con objeto de certificación; asimismo, la serie ISO 9000, se compone de las siguientes partes: La norma ISO 9000, describe los fundamentos de sistemas de la calidad y detalla la terminología de los sistemas de calidad. La ISO 9001, especifica los requisitos del sistema de calidad empresarial que requiera demostrar su capacidad para proveer productos y servicios que cumplan los requisitos del cliente, su objetivo es incrementar la satisfacción de los mismos. La ISO 9004, conjunto de directrices que consideran tanto la eficacia como la eficiencia del sistema de calidad, el objetivo de esta norma es el progreso por parte de la empresa y la satisfacción de las partes interesadas. La ISO 19011 es una guía para auditar a los sistemas de calidad y medio ambiente (p. 35). 13

ISO 9001:2008, norma genérica que se puede aplicar a todo tipo de empresas, sea de producción o servicio, enfocada en procesos orientados a la satisfacción de los clientes; además, la ISO 9001: 2008 es la base del sistema de gestión de calidad, como norma internacional se centra en todos los elementos de administración de calidad que todas las empresas deben contar con este sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios (Camisón, Cruz, y González, 2006,

p.350).

### **Adaptación a la nueva norma ISO 9001:2015**

La norma ISO 9001:2015 se publicó el 23 de septiembre de 2015. Ahora es necesario comenzar con los trabajos de transición, que no es una tarea fácil.

La nueva ISO 9001 2015 trae cambios muy importantes, aunque el más destacado es la incorporación de la gestión del riesgo o el enfoque basado en riesgos en los Sistemas de Gestión de la Calidad. Aunque es una técnica normalmente aplicada en las organizaciones hasta ahora no estaba alineada con el SGC.

La norma ISO 9001 versión 2015 ya puede ser implantada en una organización, aunque existe un periodo de transición de 3 años especialmente relevante para aquellas que tengan un certificado vigente bajo ISO 9001:2008.

Es muy importante no dejar todo el trabajo para el final del citado periodo, pues puedes poner en riesgo el certificado de calidad de tu organización.

### **Teoría de la Competitividad:**

“La competitividad es el resultado del entretrejido de una serie de factores económicos, geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación.” Araoz (1998).

Porter le otorga un papel de primer nivel a las tecnologías en el desarrollo empresarial, con especial referencia a las tecnologías de la comunicación, que se pueden aplicar con excelentes resultados a cualquier rubro de negocio y que constituyen un valioso aporte a la estrategia competitiva. De la correcta utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación podemos obtener varias ventajas, como entre otras: - mejor control de nuestro plan empresarial - mejor programación de la empresa - mejor posibilidad de

llevar a cabo investigaciones de mercado efectivas - mejor capacidad de gestión producto de una medición más exacta del mercado La teoría de la ventaja competitiva ha sido uno de los mayores logros de Porter y le permitió desempeñarse con éxito como asesor estratégico de algunas de las multinacionales más conocidas del mundo como entre otras DuPont o Royal Dutch Shell y como asesor del mismo Gobierno de Estados Unidos. Sin embargo su empresa internacional de consultoría, Monitor, fundada en los Ochenta, no logró superar la crisis y fue adquirida por otro grupo tras declarar la bancarrota en 2008, lo que generó animadas discusiones entre los economistas que en la sustancia se dividen entre los que afirman que Monitor no fue capaz de poner en acto las teorías de su fundador y los que por contra consideran que las teorías mismas de Porter ya no están capacitadas para medirse de forma exitosa con el mercado de nuestra época. De hecho, el mismo Porter en un texto del 1990 (The Competitive Advantage of Nations - La ventaja competitiva de las naciones) había reconocido que el modelo de las tres estrategias competitivas genéricas habría tenido que ser más dinámico para adaptarse a las nuevas condiciones impuestas por el mercado.

### **Estrategias Competitivas:**

Las estrategias competitivas se pueden aplicar a cualquier rubro de empresas; las estrategias que se pueden poner en acto, generalmente por separado, pero en algunas circunstancias también en conjunto, según los casos, para asegurarnos el crecimiento del valor de nuestra empresa, son las siguientes:

- **El liderazgo en costos**, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes.

Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios, por ejemplo:

- acceso privilegiado a las materias primas- oferta de un número mayor de productos en el mercado, ya que a mayor producción corresponde un menor costo per cápita- mayor eficiencia en las faenas que conlleva la producción, como puede ser un sistema de piezas obtenidas con máquinas en comparación con la producción manual- un diseño del producto capacitado para facilitar su producción

- **La diferenciación**, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes. Algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser:

- materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado- un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo- ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. Es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma, en el caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos. Sin embargo, mientras éste último no permite a dos empresas oponentes de afirmarse con igual fuerza en el mercado, con la diferenciación dos empresas del mismo rubro que apuestan en características

distintas para sus productos podrían lograr ambas un buen resultado en el mercado.

- **El enfoque**, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. Ejemplos concretos de enfoque pueden ser: - una categoría especial de potenciales compradores- un área geográfica específica- un segmento particular de la línea de productos

### **Características de la competitividad:**

- \* Eficiencia: productividad y control de costos.
- \* Calidad: confiabilidad, durabilidad y estética del producto.
- \* Innovación: diferenciación, agilidad y flexibilidad.
- \* Sustentabilidad: producción limpia.

Lograr empresas con estas características exige una transformación profunda en siete aspectos esenciales:

- Gerencia o dirección estratégica
- Información oportuna
- Innovación permanente
- Mejoramiento continuo de los recursos humanos
- Inserción de la empresa en el entorno competitivo
- Cooperación horizontal y vertical
- Producción limpia

### **Mypes:**

Micro y pequeña empresa. Según definición legal: es una organización empresarial formada por una persona natural o jurídica, su principal objetivo es desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. En muchos casos es dirigida por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente que desee. Los sectores de comercio y servicios, también, registran una importante participación de las MYPES. Ello se debe, principalmente, a la facilidad para acceder y salir de estos sectores, lo que se traduce en un menor costo al momento de constituir una empresa dedicada a estos rubros (Mares, 2013, p.1-3).

Haan, (2009) menciona que, las micro y pequeñas empresas (MYPES) son aquella que están dirigidos por los dueños o colaboradores de confianza, poseen personal reducido, no ocupa una posición dominante en el sector que pertenece, no cuenta con altos recursos económicos, su cifra de facturación anual y su capital son reducidos en relación con el sector económico donde opera, no está vinculada directa o indirectamente con los grandes grupos financieros y aunque pueda tener relaciones con otras grandes empresas no depende jurídicamente de ellos (p.185).

#### **Características de las Mypes:**

**Microempresa.** - Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT's(S/.555 mil)

**Pequeña empresa.** - Ventas anuales superiores a 150 UIT's(S/.555 mil) y hasta el monto máximo de 1700 UIT's (S/.6'290.000).

Características aplicables a las MYME constituidas desde el 03. 07.2013, Ya no se exige un número máximo de trabajadores.

**Exclusiones del régimen:**

- 1.-Conforman un grupo económico que, en conjunto, no reúna las características de una Mype.
- 2.- Tienen vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no cumplan las características de una Mype.
- 3.- Falsifiquen información o dividan sus unidades empresariales con la finalidad de ingresar en dicho régimen.

**EI REMYPE**

Para que una empresa califique como micro o pequeña empresa debe estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype)

La inscripción se realiza a través de la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y únicamente se requiere el número RUC del empleador y su clave SOL para tal efecto.

**Remuneración de los trabajadores de la MYPE:**

Los trabajadores comprendidos en el régimen laboral especial de las Mype tienen derecho a percibir por su trabajo, por lo menos, una RMV.

**Beneficios laborales comunes de los micros y las pequeñas empresas:**

- 1.- Descanso vacacional 15 días por cada año de servicios
- 2.- Descanso físico semanal obligatorio 24 horas
- 3.- Descanso en feriados Régimen laboral común

**Beneficios exclusivos de la microempresa:**

Seguro de salud. - Los trabajadores tienen derecho a ser asegurados en el Sistema Integral de Salud. El costo del sistema es semicontributivo (Estado- empleador)

Sistema pensionario. - Es opcional la afiliación al Sistema Nacional de Pensiones o Sistema Privado de Pensiones.

**Beneficios exclusivos de las pequeñas empresas:**

Seguro de Essalud.- El empleador deberá aportar el 9% de lo que perciba el trabajador Pensiones. - Obligatorio afiliarse al Sistema Privado de Pensiones o Sistema Nacional de Pensiones

Gratificaciones legales. - Son equivalentes a medio sueldo

Compensación por tiempo de servicios. - Ascende a medio sueldo al año

Participación en las utilidades. - El pago es conforme a ley

**Protección contra el despido arbitrario:**

Microempresa. - 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un tope máximo de 90 remuneraciones diarias.

Pequeña empresa. - 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un máximo de 120 remuneraciones diarias.

**A modo de resumen:**

**Beneficios sociales:**

**MICROEMPRESA:**

1. Remuneración Mínima Vital
2. Jornada máxima
3. Descanso semanal
4. Trabajo en sobre tiempo
5. Feriados
6. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.

### **PEQUEÑA EMPRESA:**

1. Remuneración mínima vital.
2. Jornada máxima.
3. Descanso semanal.
4. Feriados.
5. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.
6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias.
7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad. Equivalentes a ½ remuneración cada una.
8. SCTR a cargo de empleador.
9. Seguro de vida a cargo del empleador.
10. Derechos colectivos.
11. Derecho a participar de las utilidades.

### **Prácticas Odontológicas:**

Son ejercicios médicos practicados por profesionales de la salud bucal, reconocidos como cirujano dentista, quienes aplican sus conocimientos clínicos con respaldo científico, ético y moral, permitiendo dar atenciones integrales de salud bucal a la comunidad. Dentro de las atenciones que brindan están los tratamientos perisodónticas, las cirugías maxilofaciales, estética bucal, endodoncias, entre otros. El ejercicio de la odontología se considera una profesión, ya que por este medio el individuo intenta ofrecer solución a las necesidades materiales propias y de quienes se encuentran a su cargo. Haciendo uso de conocimientos y destrezas previamente

adquiridos tras un entrenamiento y preparación. (Tirado & Granobles. 2013).

### **Principios de Gestión de Calidad en consultorios odontológicos:**

En el ámbito de la gestión de un consultorio odontológico, la calidad ha dejado de ser una mera descripción del grado de satisfacción que proporciona un servicio para convertirse en toda una cultura, una filosofía que debe regir los principios de nuestra práctica profesional.

**Principio 1:** Enfócate siempre en el paciente (enfoque al cliente) Los consultorios odontológicos dependen de sus pacientes, por tanto, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas.

**Principio 2:** Se líder (liderazgo) Como profesional, el Odontólogo debe convertirse en el líder de su consulta, los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de los servicios. Deben crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda llegar a involucrarse en el logro de los objetivos de la organización...

**Principio 3:** Participación del staff (compromiso de las personas) El staff o equipo de trabajo (colaboradores) en todos los niveles, es la esencia del consultorio y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización. Es necesario trabajar en su motivación.

**Principio 4:** Mantén un enfoque basado en procesos (enfoque a procesos) Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados con la consulta se gestionan como un proceso. Un proceso cuenta no sólo con procedimientos sino también con entradas y salidas.

**Principio 5:** Mejorar de forma continua (mejora) La mejora continua del desempeño global del consultorio debe ser un objetivo primordial. Nunca se debe conformar con

haber encontrado el éxito, al cabo de un tiempo, ya no será suficiente.

**Principio 6:** Tomar las decisiones basadas en hechos (evidencia) Las decisiones eficaces se basan en el análisis de datos e información generados en la consulta. Mantenga un constante monitoreo demográfico de los pacientes y tratamientos más solicitados, esto ayudará a no tomar decisiones equivocadas, especialmente a la hora de realizar grandes inversiones.

**Principio 7:** Crea relaciones beneficiosas (gestión de relaciones) El consultorio con sus proveedores y/o sus socios estratégicos o potenciales son interdependientes, por lo que una relación mutuamente beneficiosa entre las partes aumenta la capacidad para crear valor. (Adaptado hacia la norma ISO 9001:2015 de <http://www.tecnogeno.com.ve/2010/11/sistemas-de-gestion-de-calidad-en-odontologia-los-8-principios/>)

Según Philip Crosby, la calidad es satisfacer, al precio más bajo, los requerimientos del cliente”.

Para Kaoru Ishikawa la calidad “Consiste en aquellas características de los productos o servicios que aciertan con las necesidades de los usuarios y, por lo tanto, producen satisfacción”

Joseph Juran, define la calidad como Una determinación del usuario, no una determinación del ingeniero o de la unidad de marketing o del gerente. Se basa en la experiencia real del cliente con el producto o el servicio, medido respecto de sus requerimientos”.

Sistema de Gestión de la Calidad: actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (recursos, procedimientos, documentos, estructura

organizacional y estrategias) para lograr la calidad de productos o servicios, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos que influyen en satisfacción del cliente y en el logro de resultados deseados por la organización. (ISO 9001:2015).

Sistema de Gestión de la Calidad: si bien el concepto de SGC nace en la industria de manufactura, este puede ser aplicado en cualquier sector. Por tanto, existen varias normativas estandarizadas que establecen requisitos para la implementación de un SGC. Estas normativas son emitidas por organismos como la International Organization for Standardization (ISO 9001:2008).

**Ejercicio legal de la profesión del Cirujano Dentista:** Según la Sociedad Peruana de Derecho Médico del Perú, la práctica legal (norma jurídica) de la profesión odontológica encierra necesariamente el cumplimiento de dos tipos de normas:

**La norma ética**, en virtud a la Ley de creación del Colegio Odontológico del Perú, Ley 15251 y a la Ley General de Salud, Ley 26842, que remiten expresamente los deberes de sus profesionales al Código de Ética del Colegio Odontológico del Perú. La norma técnica, en virtud al Código Civil, la mencionada ley General de Salud y a la Ley de Trabajo del Cirujano Dentista, cuando establecen restricciones y responsabilidades de los profesionales y además también por mérito de las normas establecidas por el propio Colegio Odontológico del Perú cuando por delegación regula la práctica especializada de sus profesionales y de sus auxiliares.

## **Marco Conceptual**

### **Gestión de Calidad:**

Es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y

controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad.

**Gestión:**

Es la acción y la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

**Calidad:**

Es el Atributos de un producto y/o servicio para lograr satisfacer ampliamente los requerimientos y necesidades de los clientes.

**Sistema de Gestión de Calidad:** Es el modelo que la empresa organiza, dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad.

**Políticas de Calidad:** Son los procedimientos que empresa emplea para conseguir ciertos estándares de calidad y lograr el mejoramiento de sus actividades. Muestra los lineamientos que todo trabajador debe seguir

**Principios de Calidad**

Los principios de gestión de la calidad son aquellos que toda organización ha de seguir si quiere obtener los beneficios esperados. De nada sirve que una organización implante un sistema de gestión de la calidad que cumpla con los requerimientos detallados en la norma ISO 9001 si no sigue los principios de gestión de la calidad:

**Enfoque al cliente:** “Las organizaciones dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos

de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes”.

### **Definición de la Micro y Pequeña Empresa**

Una Micro y Pequeña Empresa “MYPE” es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Cornejo, 2010).

### **La Odontología:**

Es una ciencia de la Salud que se encarga del diagnóstico, tratamiento y prevención de las enfermedades del aparato estomatognático, el cual Incluye además de los dientes, las encías, el tejido periodontal, el maxilar superior, el maxilar inferior y la articulación temporomandibular. Las principales enfermedades de las que se ocupa la odontología son la caries dental, la mal oclusión y la enfermedad periodontal.

### **Consultorios Odontológicos:**

Estancia única o múltiple, donde el Odontostomatología realiza sus tareas profesionales conteniendo todo aquel equipamiento dispuesto para tal fin y para el adecuado tratamiento al paciente.

### **Consulta Odontológica:**

Es el proceso en el que se recoge la historia clínica y se realiza la exploración del paciente para poder obtener el diagnóstico correcto del padecimiento que presenta y poder establecer el tratamiento más eficaz. Es un procedimiento fundamental ante cualquier intervención bucal.

### **Rehabilitación Oral:**

Es la parte de la odontología encargada de la restauración, es decir recuperar la función fisiológica y estética mediante el empleo de prótesis dentales y otras medidas.

### **III.-METODOLOGIA**

#### **3.1.- Diseño de la Investigación:**

En el diseño de la investigación se utilizó un diseño no experimental transversal-descriptivo,

**No experimental**, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno como se encuentra dentro de su contexto, sin tener modificaciones

**Transversal**, porque la investigación se realizó en un tiempo determinado.

**Descriptivo**, porque consistió en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos.

Estudios descriptivos: Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos.

**(Behar, 2008, p. 17)**

- **Tipo de la investigación**, fue **cuantitativo**, recoge información empírica (de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir) y que por su naturaleza siempre arroja números como resultado.

\*Galileo Galilei afirmaba en este sentido "*mide lo que sea medible y haz medible lo que no lo sea*". Termina con datos numéricos

Es fuerte en cuanto a la precisión del fenómeno mismo, pero es débil en cuanto al papel del contexto o ambiente en la generación de esos datos

La literatura especializada reporta variada forma de clasificación. En este caso y según el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación) al que espera llegar el investigador, se formula el tipo de estudio, es decir de acuerdo al tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar. En esta clasificación también se tendrán en cuenta los objetivos y las hipótesis planteadas con anterioridad.

**(Behar, 2008, p. 16).**

- **El Nivel de la investigación**, fue descriptivo y correlacional: ya que en todo momento se pretenderá comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

El objetivo de la investigación correlacional, se utilizan para determinar la medida en que dos variables se correlacionan entre sí, es decir el grado en que las variaciones que sufre un factor se corresponden con las que experimenta el otro.

Investigar viene de la palabra latina sustantiva vestigio “seguir la huella”; también se puede interpretar in - vestigia – ire que significa ir en pos de unos vestigios, de unos rastros... Sus sinónimos son indagar, inquirir, buscar dando un rodeo, rastrear, hacer diligencias para descubrir una cosa, averiguar.

**(Behar, 2008, p. 13)**

### **3.2.-Universo/Población y Muestra:**

La población fue constituida por 10 MYPES del sector servicio - rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral, 2018, que representa el 100% de la población.

#### **Muestra:**

La muestra estuvo dirigida a los micros y pequeñas empresas rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral, que estén disponibles al momento de hacer el estudio, las cuales fueron 10 MYPES.

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Se puede decir que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población.

**(Behar, 2008, p. 51)**

N= 10 Mypes

Dónde:

M —————→ O

M= Muestra conformada por las MYPES a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y Competitividad.

### 3.3.- Definición y Operacionalización de variables.

#### a.- Características del Representante Legal de la Empresa

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional Indicadores	Escala de Medición
<b>Representantes legales de las micro y pequeñas empresas</b>	Es la persona Natural o Jurídica que representa una mype, y la misma que juega un papel preminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado.	Edad del encuestado	Ordinal: Numérico
		Estado Civil	Nominal: a) Soltero b) Casado c)Conviviente
		Genero del encuestado	Nominal: a) Masculino b) Femenino
		Cargo que desempeña en la Empresa	Nominal: a) Dueño b) Administrador c)Representante Legal
		Tiempo de permanencia en el cargo de la MYPE	Ordinal: Numérico

**b.- Características del Micro y Pequeñas Empresas**

<b>VARIABLES</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
<b>Micro y Pequeñas empresas</b>	Las Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Qué tipo de empresa	Nominal: Unipersonal Jurídica
		Tipos de trabajadores que trabajan en la Empresa	Nominal: a) Permanente b) Eventual
		Cuántos años tiene la Empresa de permanencia en la actividad	Nominal: a) Menos de 1 año b) De 1 a 5 c) De 6 a 10 d) Más de 10
		Número de trabajadores de la empresa	Numérico: a) De 1 a 5 b) De 6 a mas
		Sus trabajadores actualmente se encuentran en el Régimen Mype	Nominal: Si No

### C.- Características de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las MYPES

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional de Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Gestión de Calidad</b>	La gestión la calidad, es un instrumento de gestión enfocado específicamente a la mejora continua, y abarca las diferentes actividades desarrolladas por la empresa y a todos los procesos, que pueden tener una influencia directa sobre el nivel de percepción de la calidad del cliente. Nos permite estandarizar las actividades con instrumentos que evalúan los resultados de acuerdo a los objetivos que se han propuesto. (González, 2017, pag. 50)	<b>Planeamiento</b>	Planeación o planeamiento es un accionar que está vinculado aplanear. Este verbo, por su parte, consiste en elaborar un plan.	Metas	<b>Likert</b>
				Objetivos	
				Planes o Proyectos	
		<b>Control</b>	Es un Proceso Administrativo muy ligado con la Planeación y Dirección	Evaluar	
				Verificar	
				Comparar	
		<b>Satisfacción del cliente</b>	Es una medición de la satisfacción que tiene éste acerca de los productos y servicios de una empresa.	Brindarle valor	
				Conocimiento	
				Negociar	
		<b>Mejora continua</b>	Es un proceso que pretende mejorar los productos, servicios y procesos de una organización mediante una actitud genera	Seguimiento	
				Capacitación	
				Evaluación	
		<b>Dirección</b>	Es un proceso continuo, que consiste en gestionar los diversos recursos productivos de la empresa	Liderazgo	
Motivación					
Comunicación					

<b>Competitividad</b>	Es un concepto muy ligado a las ventajas competitivas es el término de estrategia competitiva, que consiste en la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. (Porter2006:1).	<b>La Innovación</b>	Es la puesta en el mercado de un producto o servicio nuevo o mejorado atendiendo a las demandas de la sociedad.	Ventas	<b>Likert</b>
			Beneficios		
			Ahorro		
		<b>Marketing</b>	El marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados	Publicidad	
				Valor	
				Alcances	
		<b>Rentabilidad</b>	Se denomina rentabilidad al beneficio económico obtenido por una actividad comercial que implique la oferta de bienes y servicios	Producto	
				Costo	
				Gasto	
		<b>Recursos Humanos</b>	Se denomina recursos humanos a las personas con las que una organización(con o sin fines de lucro, y de cualquier tipo de asociación)cuenta para desarrollar y ejecutar de manera correcta las acciones, actividades, labores y tareas	Talento	
				Formación	
				Capacidad	

### **3.4.-Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado de 21 preguntas.

- 04 preguntas con respecto a los representantes legales de las empresas.
- 05 preguntas con respecto a las características de la Mype.
- 06 preguntas de la competitividad de la Mype
- 06 preguntas con respecto a la Gestión de Calidad de la Mype.

Se define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información, Además manifiesta que existen: fuentes primarias y fuentes secundarias. (Méndez, 1999, p.143).

En cuestionario como instrumento de recolección de datos consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. El contenido de las preguntas de un cuestionario puede ser tan variado como los aspectos que mida. Y básicamente, podemos hablar de dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas. (Behar, 2008.p.64).

### **3.5.-Plan de Análisis**

Se utilizó técnicas y medidas de la estadística descriptiva.

En cuanto a la estadística Descriptiva, se utilizarán: Tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual). Estas tablas servirán para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías, niveles o clases correspondientes, se utilizarán los programas Microsoft Excel y el programa estadístico SPSS 22.

La investigación cualitativa tiene un potencial muy importante para el estudio de la sociedad. Es un tipo de metodología que ha ganado espacio en los círculos académicos. Entendemos que una de las tareas cruciales de este tipo de investigación es el manejo de la información que nos permite la construcción de datos, esa tarea que llamamos el análisis. (Schettini, Cortazzo 1990. pag10).

### 3.6.-Matriz de consistencia

#### Título de la Tesis.

Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES del sector Servicio – rubro Consultorios Odontológicos la Provincia de Huaral, 2018.

Problema	Objetivo	Variable	Población y muestra	Metodología y diseño de la investigación	Instrumento y procesamiento
<p><b>Problema central:</b> ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la Competitividad en las Mypes del Sector Servicios – Rubro Consultorios Odontológicos en la Provincia de Huaral, ¿2018?</p>	<p><b>a) Objetivo General</b> Determinar las principales características de la gestión de calidad y la Formalización en las Mypes del Sector Servicios – Rubro Consultorios Odontológicos en la Provincia de Huaral, 2018.</p> <p><b>b) Objetivos Específicos:</b> -Determinar las características del representante legal de las Mypes del Sector Servicios – Rubro Consultorios Odontológicos en la Provincia de Huaral, 2018. -Determinar las características de las Mypes del Sector Servicios – Rubro Consultorios Odontológicos en la Provincia de Huaral, 2018 -Determinar las principales características de la gestión de calidad y Competitividad en las Mypes del Sector Servicios – Rubro Consultorios Odontológicos en la Provincia de Huaral, 2018.</p>	<p>Gestión de Calidad y Competitividad</p>	<p>Población: La población está constituida por todas las MYPE del ámbito de estudio Muestra:  La muestra está conformada por 10 MYPE, la misma que representa el 100% de la población en estudio.</p>	<p><b>Método</b> -Tipo: <b>Cuantitativo.</b> -Nivel: Descriptivo. <b>Diseño:</b> En este diseño de investigación realizaremos un trabajo de investigación, se utilizará el diseño no experimental - transversal-descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, sin sufrir modificaciones Transversal, porque la investigación se realizará en un tiempo determinado. Descriptivo, porque consistirá en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos.</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta. <b>Instrumentos:</b> - Cuestionario de preguntas</p>

### **3.7.-Principios Éticos:**

En la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, consideramos los siguientes principios de ética.

#### **Protección a las personas representantes de las Mypes:**

El presente trabajo de investigación se realizó con personas, es por ello que se debe tener en cuenta el respeto a la dignidad humana, la identidad la diversidad, la confidencialidad y la privacidad, cuidando su integridad y protegiendo su situación de vulnerabilidad si ameritara.

#### **Beneficencia y no maleficencia hacia las personas representantes de las Mypes:**

El investigador debe cumplir con las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir las posibilidades de efectos adversos y maximizar los beneficios.

#### **Justicia:**

El investigador debe considerar el criterio de justicia en el tratamiento de la información y del mismo modo en trato de las personas incluidas en la

#### **Integridad Científica:**

El investigador debe mantener la integridad en el procesamiento de la información, sin variar o cambiar la información proporcionada por la persona o institución.

#### **Consentimiento informado y expreso:**

Este principio se refirió la publicación de la información, la cual debe ser de consentimiento voluntario de las personas o instituciones programadas para este estudio.

## IV.- RESULTADOS

### 5.1. Resultados

#### a) Datos del Representante de las MYPE

##### Datos Generales de los Encuestados

Tabla N° 5  
Edad del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
30 a 40	0	0.00	0.00	0.00
41 a 50	4	40.00	40.00	40.00
51 a 60	4	40.00	40.00	80.00
más de 61 años	2	20.00	20.00	100.00
Total	10	100	100	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

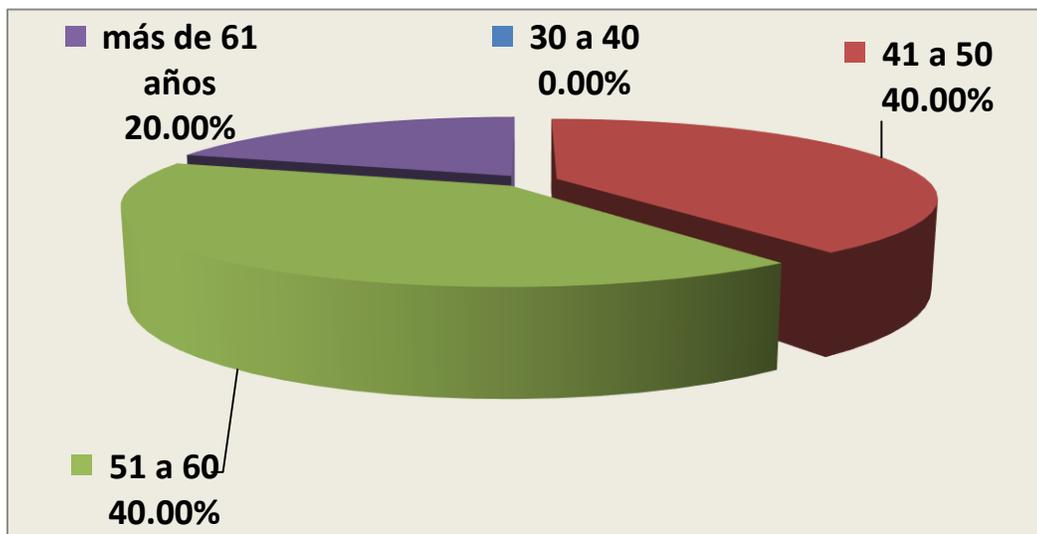


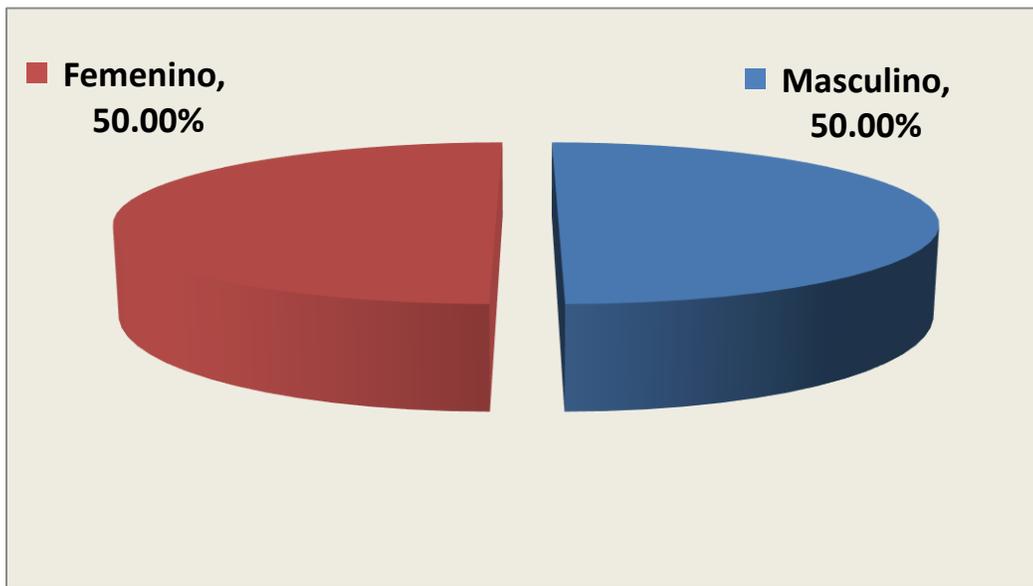
Figura N° 1  
Edad del Encuestado

**Interpretación:** Se observa que el 40.00% tienen edades que fluctúan entre 41 a 50 años, seguido de encuestados cuyas edades están entre los 51 a 60 años, tienen un 40.00% del total de encuestados, un 20.00% oscila entre la edad de más de 61 años, entonces podemos decir que la mayor cantidad porcentual de encuestados se encuentran en las edades de 41 a 50 y 51 a 60 con 80% del total encuestados, siendo estos el grupo de los adultos jóvenes.

**Tabla N° 6**  
**Género del Encuestado**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Masculino	5	50.00	50.00	50.00
Femenino	5	50.00	50.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



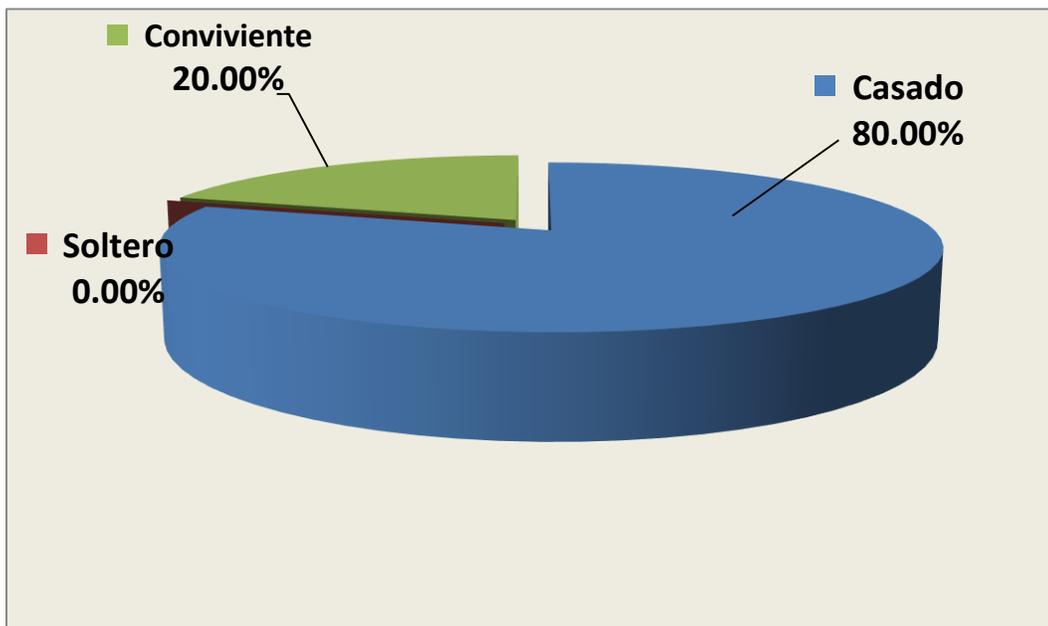
**Figura N° 2**  
**Genero del Encuestado**

**Interpretación:** Con respecto al género del encuestado vemos que el 50.00% pertenecen al género masculino y el 50.00% al género femenino, esto nos da como resultado la igualdad en oportunidades con respecto a género.

**Tabla N° 7**  
**Estado civil del encuestado**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Casado	8	80.00	80.00	80.00
Soltero	0	0.00	0.00	80.00
Conviviente	2	20.00	20.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



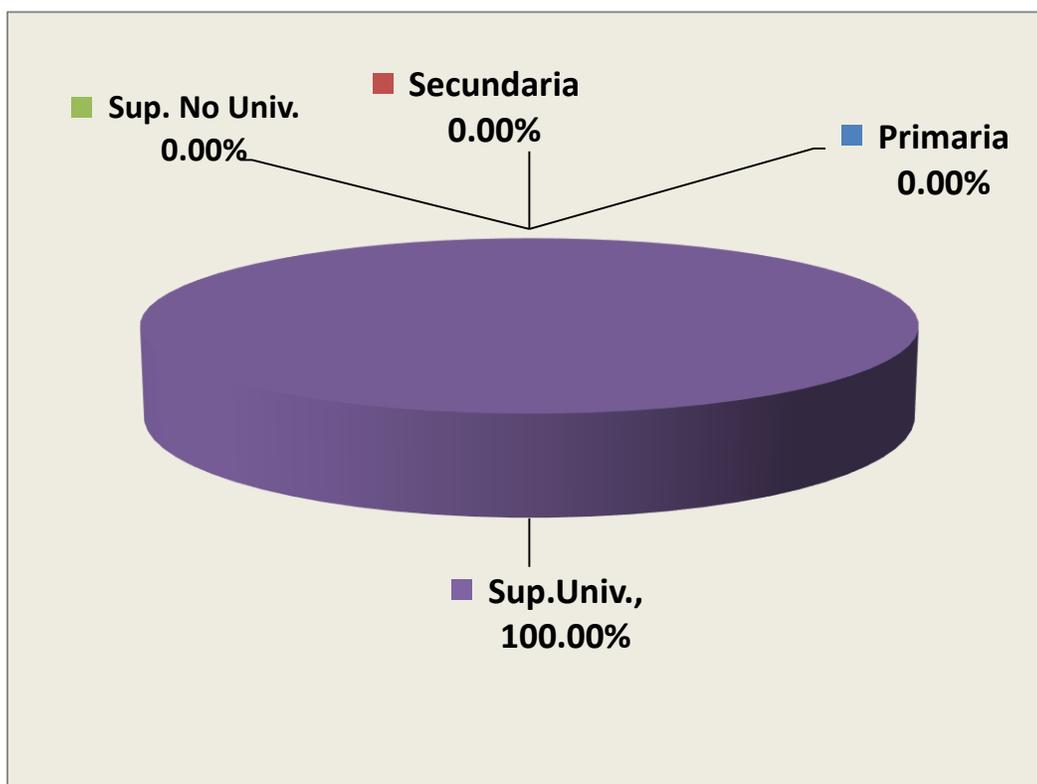
**Figura N° 3**  
**Estado Civil del Encuestado**

**Interpretación:** Con respecto al estado civil del encuestado tenemos que el 80.00% son casados y el 20.00% son convivientes. Apreciamos que en este grupo de encuestados no contamos con personas solteras.

**Tabla N° 8**  
**Grado de Instrucción del encuestado**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Primaria	0	0.00	0.00	0.00
Secundaria	0	0.00	0.00	0.00
Sup. No Univ.	0	0.00	0.00	0.00
Sup. Univ.	10	100.00	100.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.0

Fuente: Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 4**  
**Grado de Instrucción del Encuestado**

**Interpretación:** Con respecto al grado de instrucción de los encuestados, podemos ver que el 100.00% de encuestados tienen estudios superiores universitarios, requisito indispensable para conducir este tipo de negocios.

### c) Características de la MYPE

Tabla N° 9  
*Qué tipo de Empresa es*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Unipersonal	2	20.00	20.00	20.00
Jurídica	8	80.00	80.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

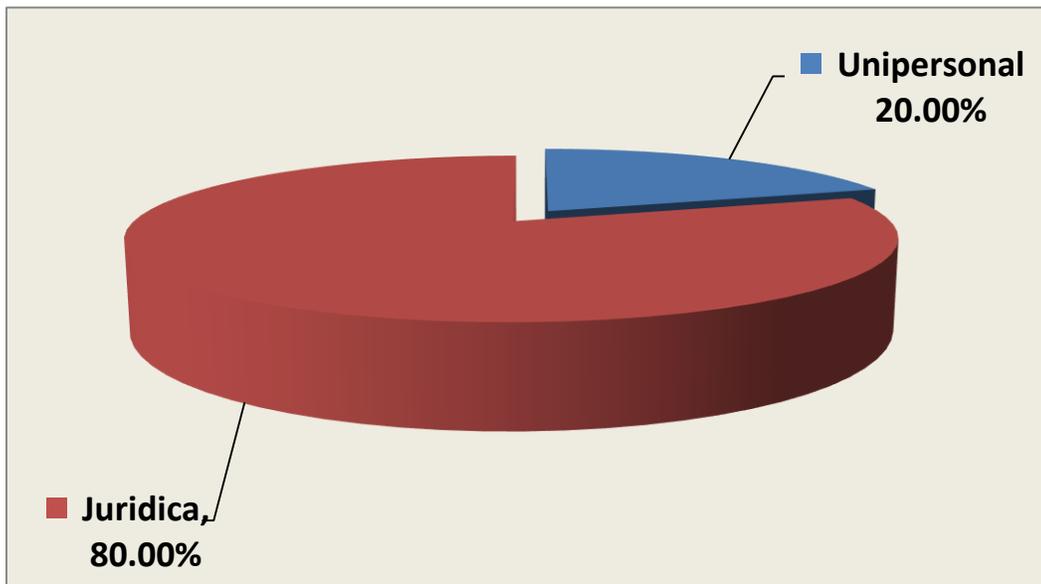


Figura N° 5  
*Qué tipo de Empresa es*

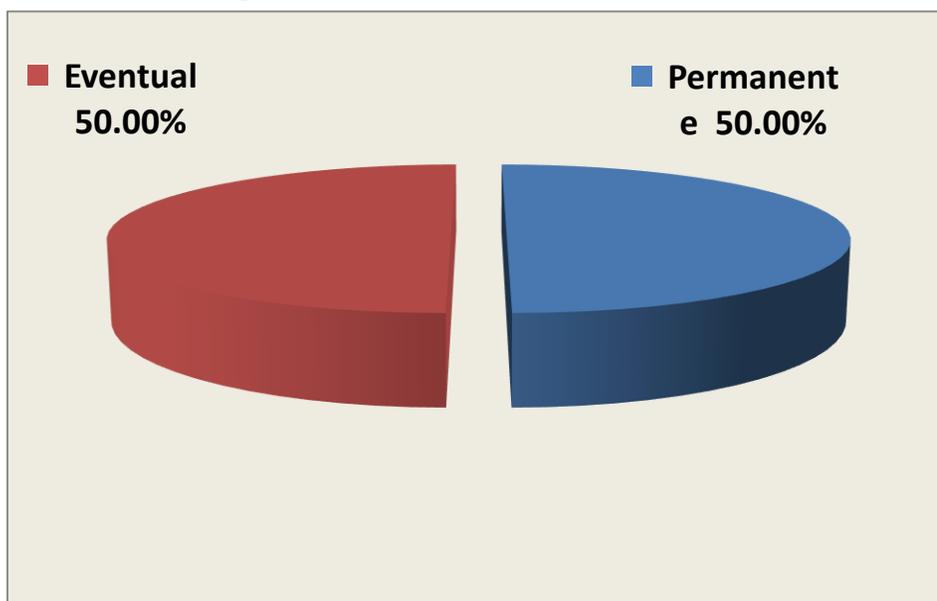
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 80.00%, tiene la denominación de empresa jurídica y el 20.00% unipersonal.

**Tabla N° 10**

***Qué tipos de trabajadores tiene su empresa***

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Permanente	5	50.00	50.00	50.00
Eventual	5	50.00	50.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

**Fuente:** cuestionarios aplicados



**Figura N° 6**

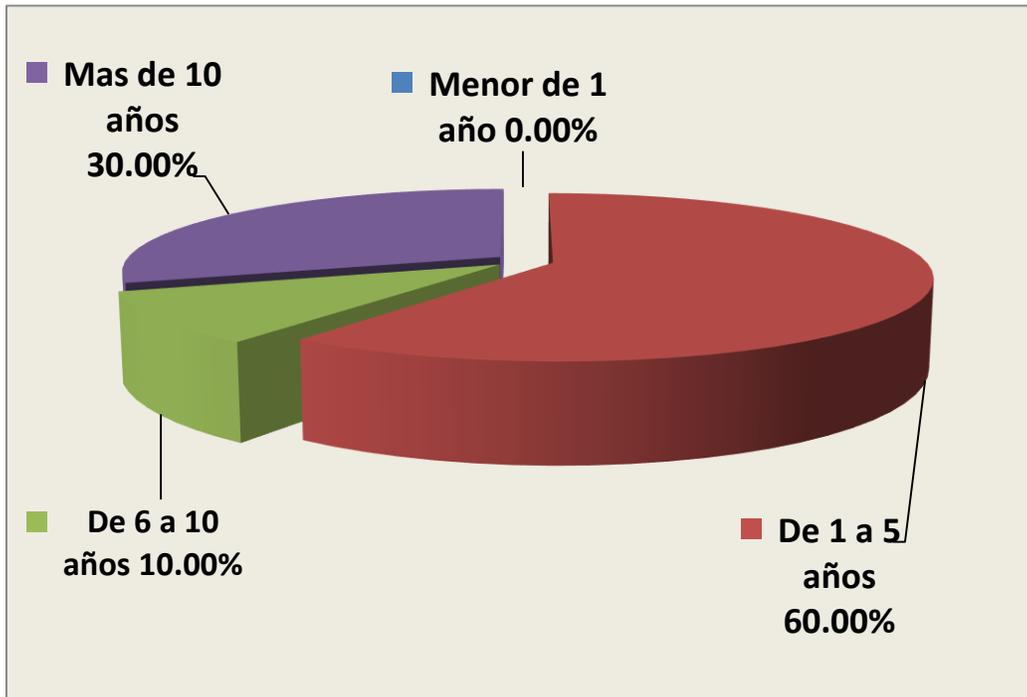
**Qué tipos de trabajadores tiene su empresa**

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 50.00%, tienen trabajadores permanentes y el 50.00% trabajadores eventuales, debido a las empresas aun evalúan el desempeño y perfil de cada trabajador para incluirlos en las planillas de permanentes.

**Tabla N° 11**  
*Cuántos años tiene la empresa en la actividad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Menor de 1 año	0	0.00	0.00	0.00
De 1 a 5 años	6	60.00	60.00	60.00
De 6 a 10 años	1	10.00	10.00	70.00
Más de 10 años	3	30.00	30.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



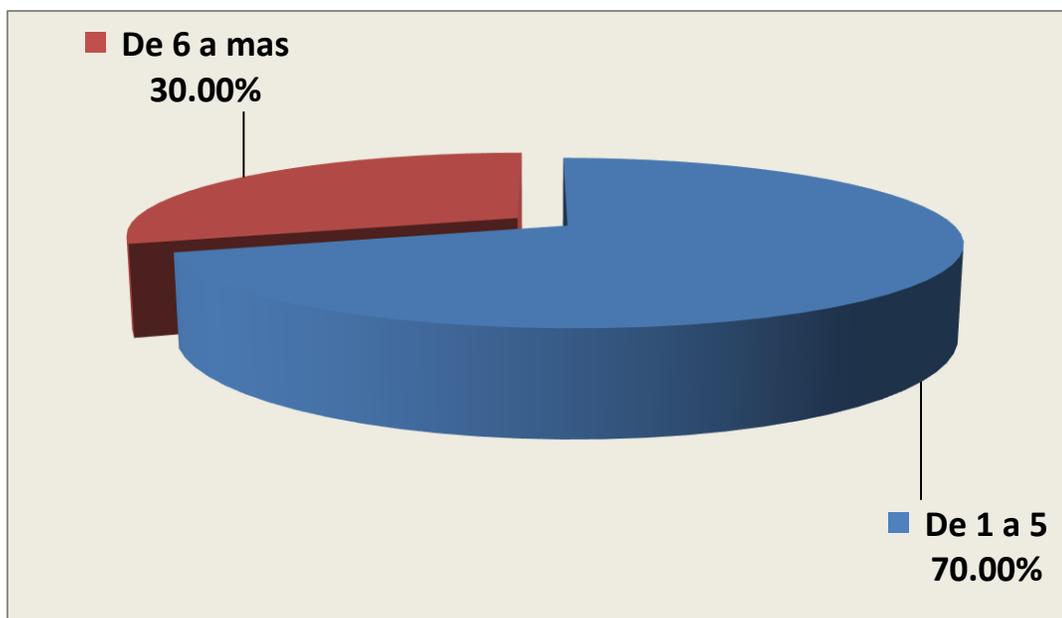
**Figura N° 7**  
*Cuántos años tiene la empresa en la actividad*

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 60.00%, de las empresas tienen de 1 a 5 años de formada, el 30.00% más de 10 años, y el 10.00% de 6 a 10 años, ósea han tenido el tiempo suficiente para poder realizar todas las gestiones con respecto a la gestión de calidad y competitividad.

**Tabla N° 12**  
*Cuántos trabajadores tienen su empresa*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
De 1 a 5	7	70.00	70.00	70.00
De 6 a mas	3	30.00	30.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



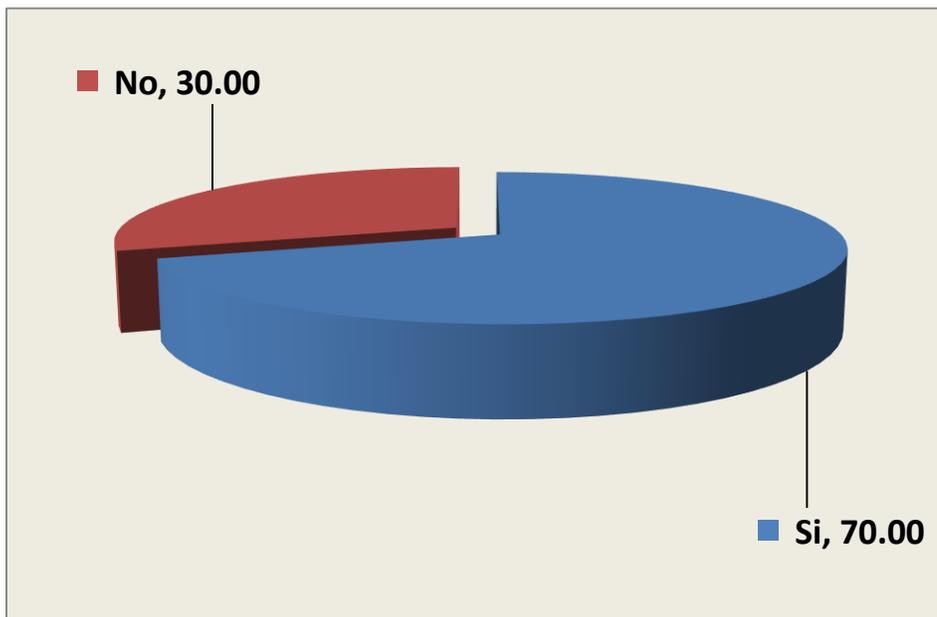
**Figura N° 8**  
**Cuantos trabajadores tiene su empresa**

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 70.00%, tienen de 1 a 5 trabajadores y el 30.00% tienen de 6 a más trabajadores.

**Tabla N° 13**  
**Sus trabadores actualmente se encuentran en el régimen MYPE**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	7	70.00	70.00	70.00
No	3	30.00	30.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

**Fuente: Cuestionarios Aplicados**



**Figura N° 9**  
**Sus trabadores actualmente se encuentran en el régimen MYPE**

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 70.00%, si se encuentran en el régimen mypes y el 30.00% aún no se encuentran en el régimen mype.

### c) Características de la Competitividad

Tabla N° 14

*Usted utiliza medios de publicidad para que su MYPE sea conocido*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	2	20.00	20.00	20.00
Alta	2	20.00	20.00	40.00
Muy Alta	6	60.00	60.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

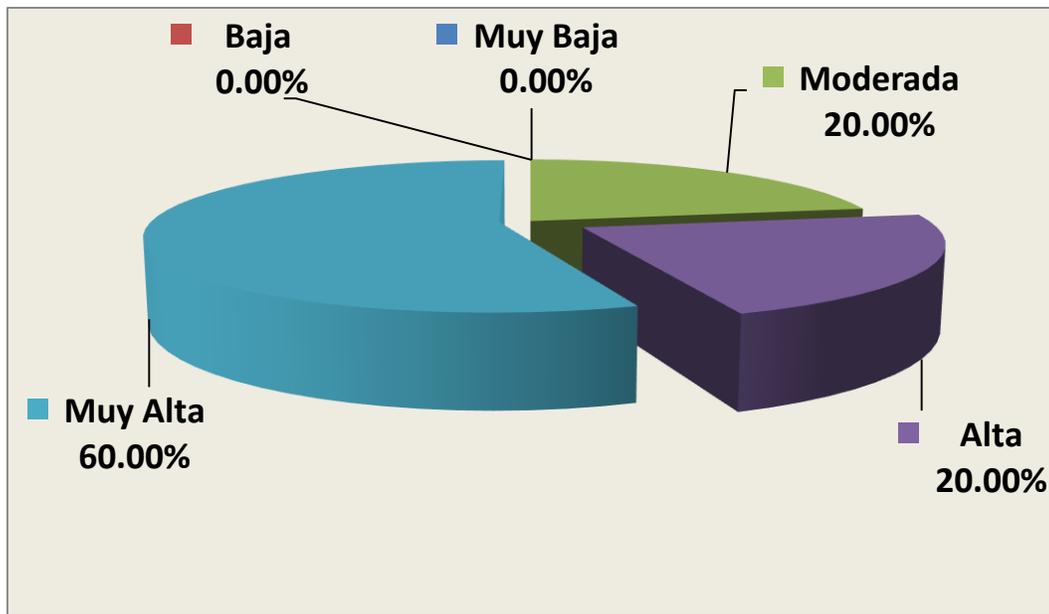


Figura N° 10

*Usted utiliza medios de publicidad para que su MYPE sea conocido*

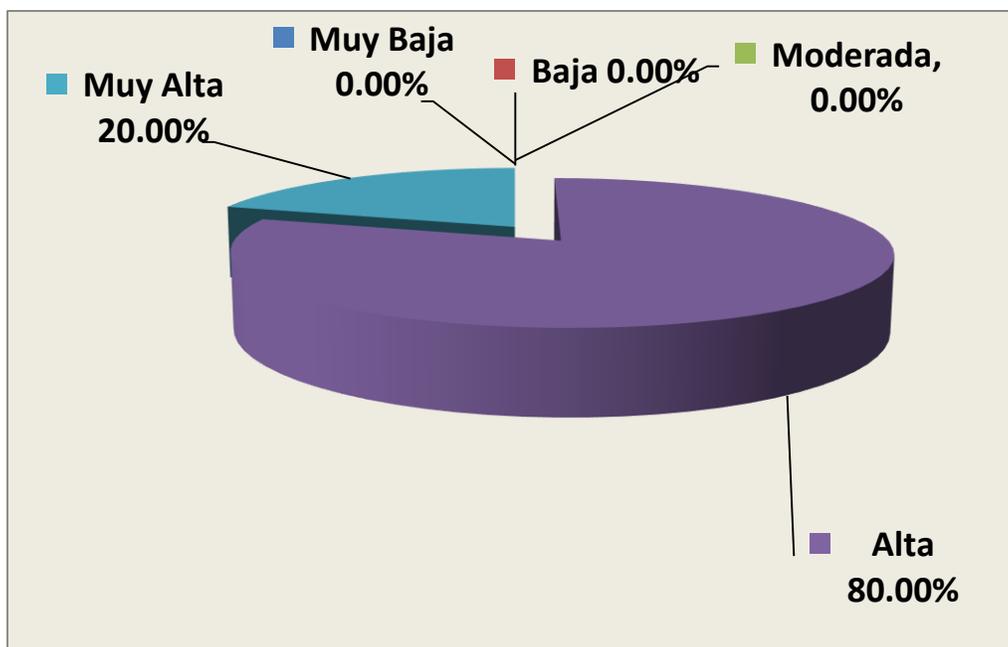
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 60.00% es muy alta, el 20.00% es alta y el 20.00% es moderada con respecto a utilizar medios de publicidad para dar a conocer y marketear su mype.

**Tabla N° 15**

*Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán ser competitivos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	8	80.00	80.00	80.00
Muy Alta	2	20.00	20.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 11**

*Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán ser competitivos*

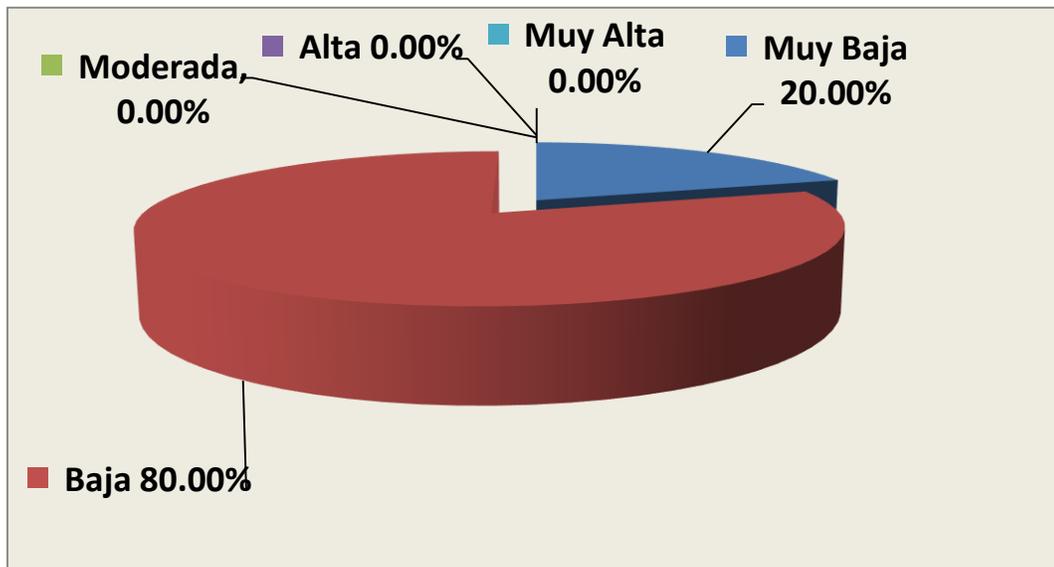
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 80.00%, es alta y el 20.00% es muy alta, esto nos quiere decir que la percepción de los representantes de las mype cree que sus precios les permiten ser competitivos.

**Tabla N° 16**

*Cree Ud. Que sus costos son elevados dentro del mercado de precios por procedimientos odontológicos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	2	20.00	20.00	20.00
Baja	8	80.00	80.00	100.00
Moderada	0	0.00	0.00	100.00
Alta	0	0.00	0.00	100.00
Muy Alta	0	0.00	0.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	S/.100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 12**

*Cree Ud. Que sus costos son elevados dentro del mercado de precios por procedimientos odontológicos*

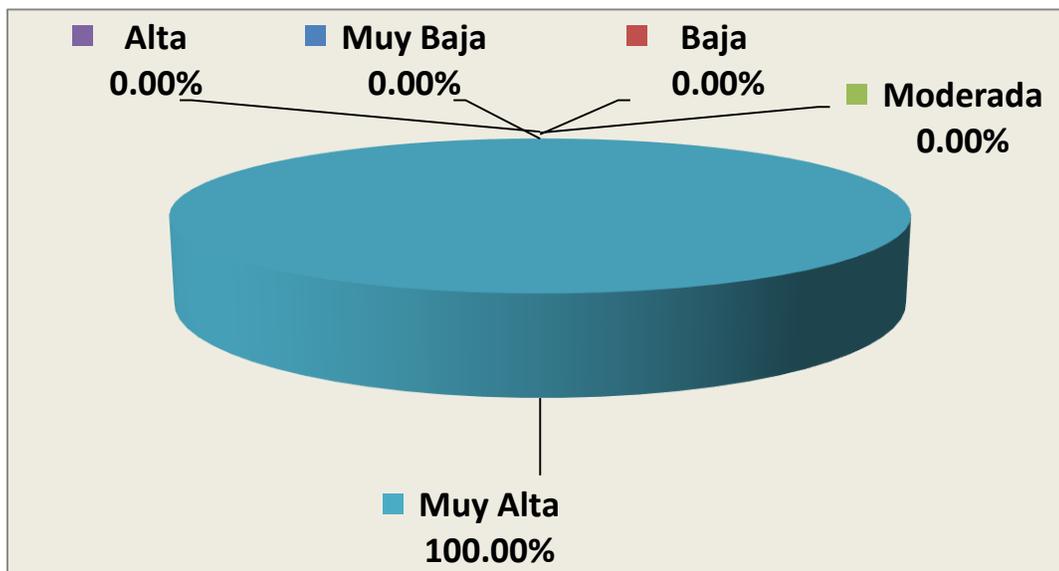
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas el 80.00% son baja, el 20.00% es muy baja, esto nos quiere decir que los representantes de las mypes creen que sus costos no son elevados para el mercado.

**Tabla N° 17**

*Considera que la competitividad está ligada a los precios, marcas y calidad de atención*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	0	0.00	0.00	0.00
Muy Alta	10	100.00	100.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 13**

*Considera que la competitividad está ligada a los precios, marcas y calidad de atención*

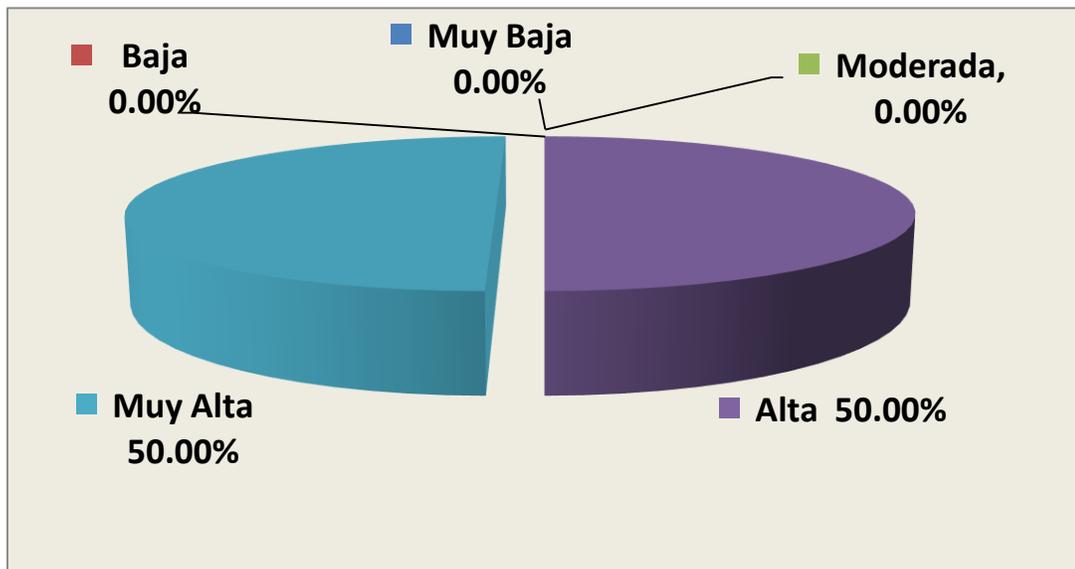
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 100.00% es muy alta, ósea que los precios, marcas y calidad de atención está ligada directamente a la competitividad.

**Tabla N° 18**

*Ud. Cree que la falta de información en temas de salud bucal de la población hace menos rentable los consultorios*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	5	50.00	50.00	50.00
Muy Alta	5	50.00	50.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

**Fuente:** Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 14**

*Ud. Cree que la falta de información en temas de salud bucal de la población hace menos rentable los consultorios*

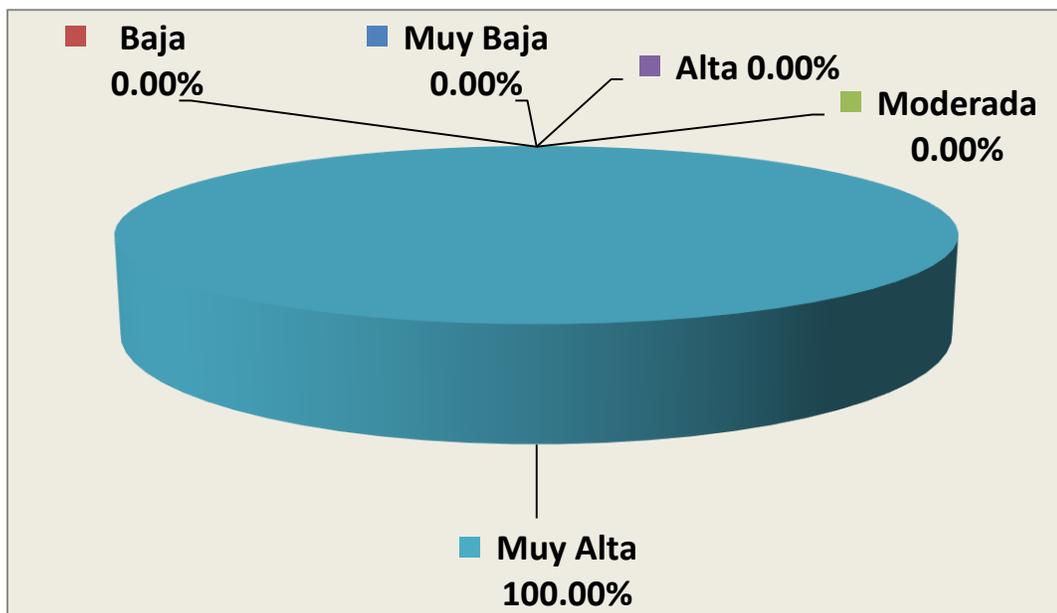
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 50.00% es muy alta y el 50.00% es alta, esto quiere decir que la falta de información incide en la demanda de atención odontológica.

**Tabla N° 19**

*Su personal está entrenado y capacitado para el desarrollo de las actividades odontológicas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	0	0.00	0.00	0.00
Muy Alta	10	100.00	100.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 15**

**Su personal está entrenado y capacitado para el desarrollo de las actividades odontológicas**

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que en 100.00% es muy alta, siendo esta un indicador de competitividad y calidad directa para la demanda de los consultorios odontológicos.

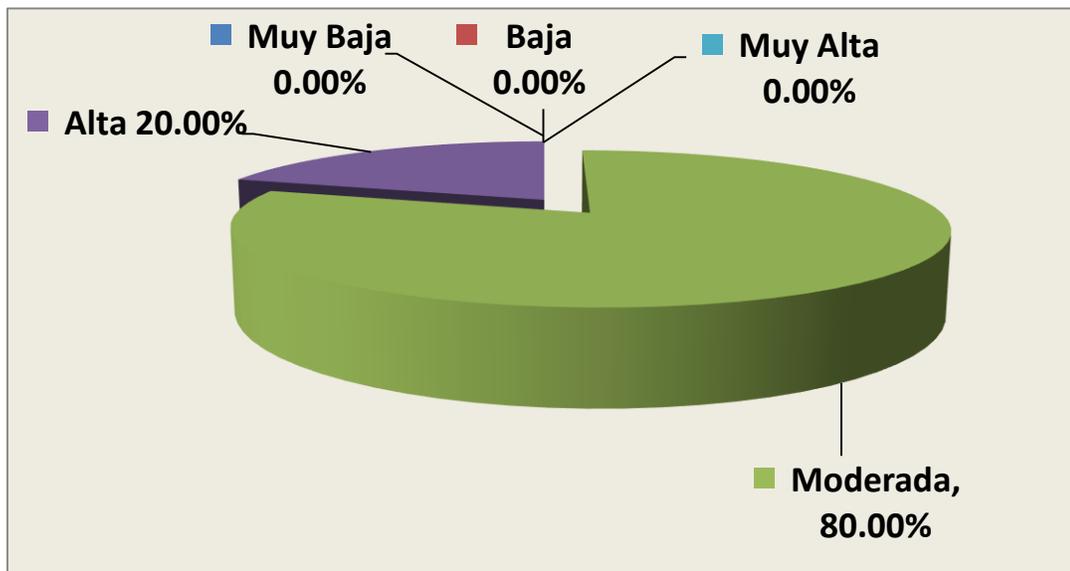
#### **D) Característica de la Gestión de Calidad**

**Tabla N° 20**

*Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyectos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	8	80.00	80.00	80.00
Alta	2	20.00	20.00	100.00
Muy Alta	0	0.00	0.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

**Fuente:** Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 16**

*Su MYPE Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Metas, Objetivos, Proyectos*

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 80.00% es moderada y el 20.00% es alta los que cuentan con documentos de gestión, consideramos en este grafico que si hay conocimiento de programación de metas, así como el de gestión de calidad por parte de los encuestados y la importancia de contar con estos documentos.

**Tabla N° 21**

*Ud. realiza evaluaciones periódicas para garantizar la calidad de su servicio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	8	80.00	80.00	80.00
Muy Alta	2	20.00	20.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

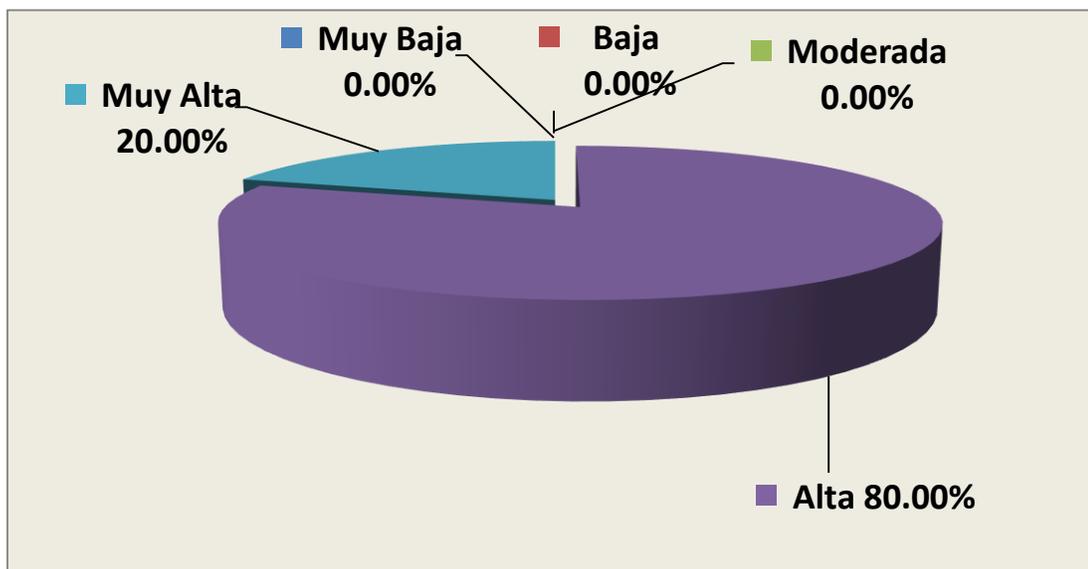


Figura N° 17

Ud. realiza evaluaciones periódicas para garantizar la calidad de su servicio

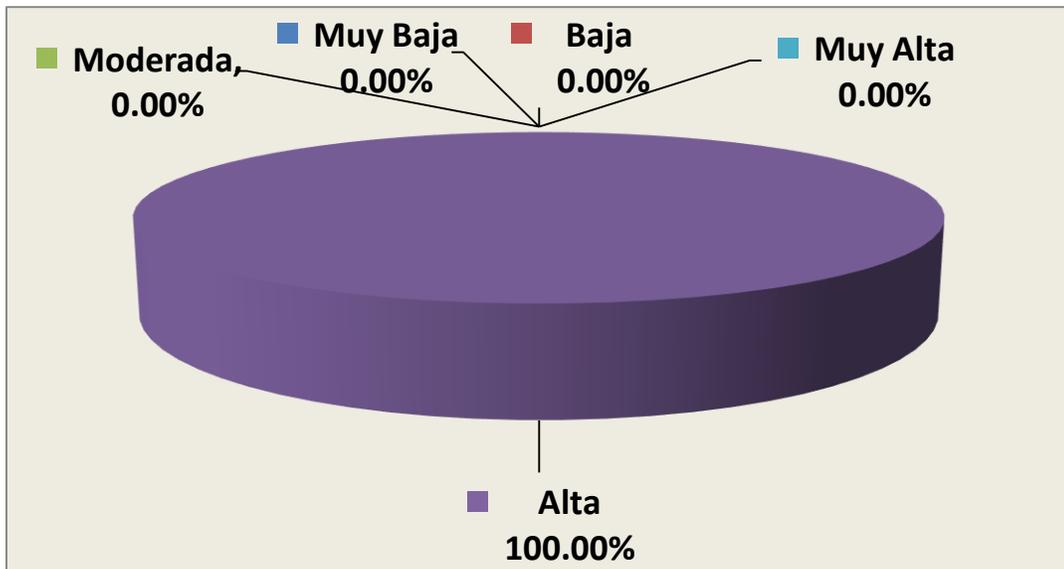
**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 80.00% es alta y el 20.00% muy alta, consideramos en este grafico que hay un gran porcentaje que realiza las evaluaciones periódicas para garantizar la calidad del servicio.

**Tabla N° 22**

*Ud. tiene conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, que considera como punto diferenciador de sus competidores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	10	100.00	100.00	100.00
Muy Alta	0	0.00	0.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados



**Figura N° 18**

*Ud. tiene conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, que considera como punto diferenciador de sus competidores*

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 100.00% es alta, en cuanto conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, que considera como punto diferenciador de sus competidores.

**Tabla N° 23**

*El personal de su MYPE recibe capacitaciones constantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	7	70.00	70.00	70.00
Alta	3	30.00	30.00	100.00
Muy Alta	0	0.00	0.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

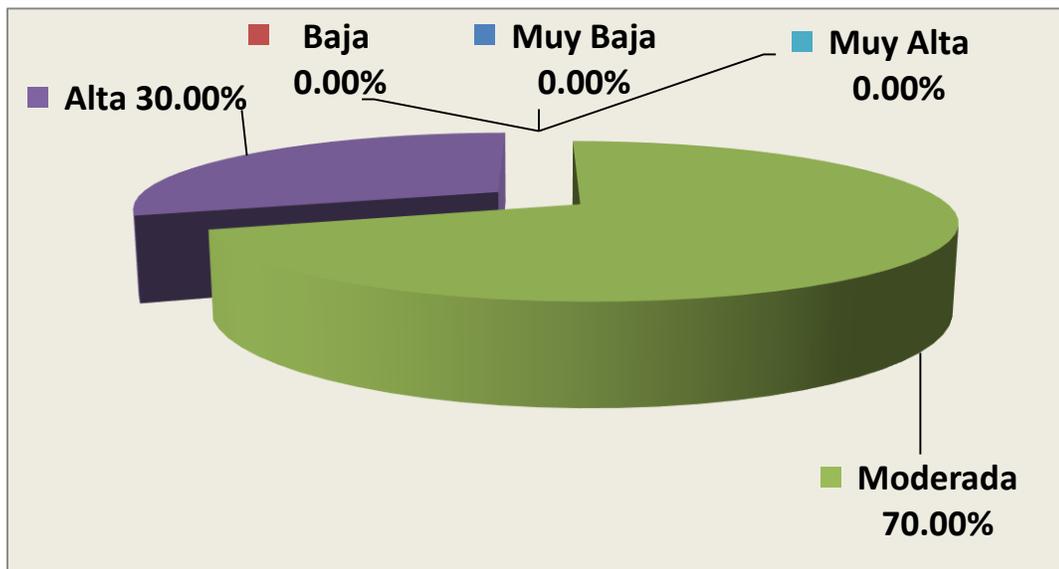


Figura N° 19

El personal de su MYPE recibe capacitaciones constantes

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 70.00% es moderada y el 30.00% es alta. Vemos que también hay algunas empresas que se preocupan por la capacitación de sus trabajadores para garantizar la calidad de servicio ofertado.

Tabla N° 24

Las técnicas de capacitación que desarrolla su MYPE para la motivación de su personal es la adecuada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	7	70.00	70.00	70.00
Muy Alta	3	30.00	30.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

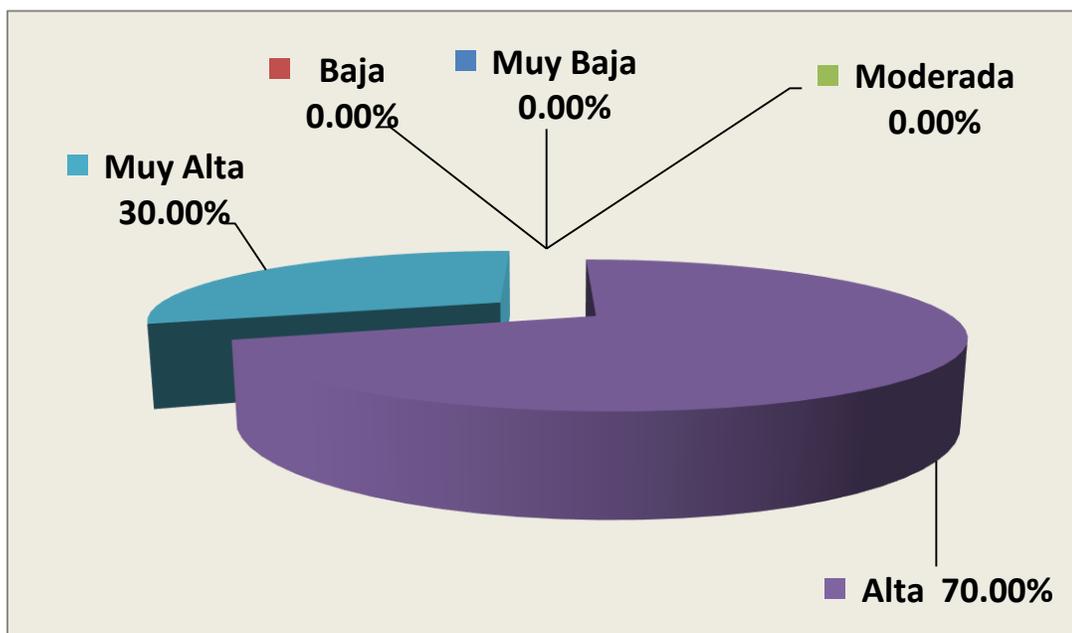


Figura N° 20

Las técnicas de capacitación que desarrolla su MYPE para la motivación de su personal es la adecuada

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 70.00% es alta y el 30.00% es muy alta, observamos que las técnicas de capacitación en promedio son adecuadas para la motivación de su personal.

Tabla N° 25

*Ud. cree que su MYPE lidere el mercado de su rubro con la estrategia empleada*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Muy Baja	0	0.00	0.00	0.00
Baja	0	0.00	0.00	0.00
Moderada	0	0.00	0.00	0.00
Alta	10	100.00	100.00	100.00
Muy Alta	0	0.00	0.00	100.00
Total	10	100.00	100.00	100.00

Fuente: Cuestionarios Aplicados

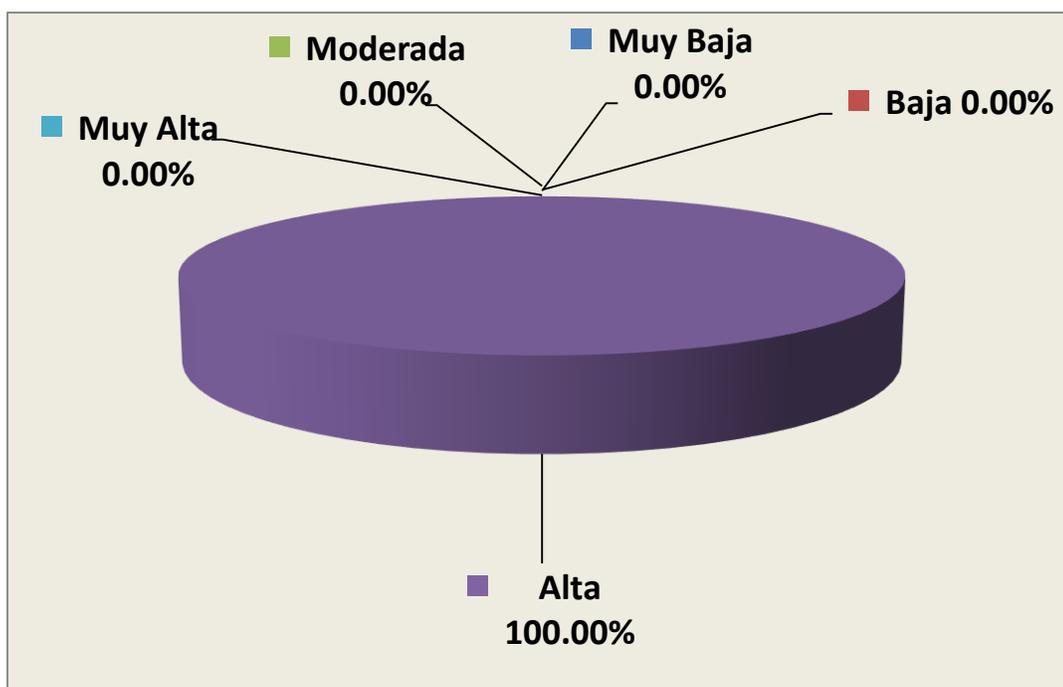


Figura N° 21

Ud. cree que su MYPE lidere el mercado de su rubro con la estrategia empleada

**Interpretación:** De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 100.00% es alta, denotando que muchas MYPE utilizan las estrategias adecuadas para liderar el mercado en consultorios odontológicos.

## 5.2 Análisis de los Resultados

### **a. Respeto de los representantes legales de las MYPES**

Teniendo en cuenta que los representantes legales o dueños de las mypes en estudio, son adultos jóvenes, en su totalidad profesionales con posicionamiento en el mercado por más de 10 años, esto nos quiere decir que los consultorios odontológicos en la Provincia de Huaral, son dirigidos por personas con capacidad intelectual y así mismo con la vitalidad y experiencia que le da los años en el mercado, siendo esta una fortaleza para su empresa y para la competitividad en el rubro; así mismo podemos apreciar los resultados consolidados de las siguientes tablas:

Con respecto a la edad del encuestado tenemos en la (Tabla 5) y Gráfico 1 de los diez Representantes Legales encuestados, se observa que el 40.00% tienen edades que fluctúan entre 41 a 50 años, seguido de encuestados cuyas edades están entre los 51 a 60 años, tienen un 40.00% del total de encuestados, un 20.00% oscila entre la edad de más de 60 años, entonces podemos decir que la mayor cantidad porcentual de encuestados se encuentran en las edades de 41 a 50 y 51 a 60 con 80% del total encuestados, siendo estos el grupo de los adultos jóvenes.

En la (Tabla 6) y Gráfico 2, Con respecto al género del encuestado vemos que 50.00% pertenecen al género masculino y el 50.00% al género femenino, esto nos da como resultado la igualdad en oportunidades con respecto a género.

Según la (Tabla 7) y Gráfico 3, Con respecto al estado civil del encuestado tenemos que el 80.00% son casados y el 20.00% son convivientes. Apreciamos que en este grupo de encuestados no contamos con personas solteras.

Podemos observar en la (Tabla 8) y Gráfico 4, Con respecto al grado de instrucción de los encuestados, podemos ver que el 100.00% de encuestados tienen

estudios superiores universitarios, requisito indispensable para conducir este tipo de negocios.

#### **b. Respecto a la Característica de las MYPES**

Como nos consta en la (Tabla 9) y Gráfico 5, De acuerdo a las encuestas el 80.00%, tiene la denominación de empresa jurídica y el 20.00% unipersonal.

De esta manera observamos que en la (Tabla 10) y Gráfico 6, De acuerdo a las encuestas el 50.00%, tienen trabajadores permanentes y el 50.00% trabajadores eventuales, debido a las empresas aun evalúan el desempeño y perfil de cada trabajador para incluirlos en la planilla de permanentes.

Vemos que en la (Tabla 11) y Gráfico 7, De acuerdo a las encuestas el 60.00%, de las empresas tienen de 1 a 5 años de formada, el 30.00% más de 10 años, y el 10.00% de 6 a 10 años, ósea han tenido el tiempo suficiente para poder realizar todas las gestiones con respecto a la gestión de calidad y competitividad.

En el consolidado de la (Tabla 12) y Gráfico 8, De acuerdo a las encuestas el 70.00%, tienen de 1 a 5 trabajadores y el 30.00% tienen de 6 a más trabajadores.

En el consolidado de la (Tabla 13) y Gráfico 9, vemos que el 70.00%, si se encuentran en el régimen mypes y el 30.00% aún no se encuentran en el régimen mype.

#### **c. Respecto a la Característica de la competitividad de las MYPES**

Observamos en la (Tabla 14) y Gráfico 10, De acuerdo a las encuestas el 55.56% es muy alta, el 22.22% es alta y el 22.22% es moderada con respecto a utilizar medios de publicidad para dar a conocer y marketear su mype.

Según los resultados en la (Tabla 15) y Gráfico 11, De acuerdo a las encuestas el 80.00%, es alta y el 20.00% es muy alta, esto nos quiere decir que la percepción de los representantes de las mype cree que sus precios les permiten ser competitivos.

Podemos determinar en la (Tabla 16) y Gráfico 12, De acuerdo a las encuestas el 80.00%son baja, el 20.00% es baja, esto nos quiere decir que los representantes de las mypes creen que sus costos no son elevados para el mercado.

En el consolidado de la (Tabla 17) y Gráfico 13, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 100.00% es muy alta, ósea que los precios, marcas y calidad de atención está ligada directamente a la competitividad.

Podemos observar en la (Tabla 18) y Gráfico 14, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que en 50.00% es muy alta y el 50.00% es alta, esto quiere decir que la falta de información incide en la demanda de atención odontológica.

Apreciamos en la (Tabla 19) y Gráfico 15, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 100.00% es muy alta, siendo esta un indicador de competitividad y calidad directa para la demanda de los consultorios odontológicos.

#### **d. Respecto a la Característica de la Gestión de Calidad de las MYPES**

Del total de muestras estudiadas, tenemos en la (Tabla 20) y Gráfico 16, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 80.00% es moderada y el 20.00% es alta los que cuentan con documentos de gestión, consideramos en este grafico que, si hay conocimiento de programación de metas, así como el de gestión de calidad por parte de los encuestados y la importancia de contar con estos documentos.

Según el estudio realizado vemos en la (Tabla 21) y Gráfico 17, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 80.00% es alta y el 20.00% muy alta,

consideramos en este grafico que hay un gran porcentaje que realiza las evaluaciones periódicas para garantizar la calidad del servicio.

Teniendo como consolidado en la (Tabla 22) y Gráfico 18, según las encuestas realizadas observamos que el 100.00% es alta, en cuanto conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, que considera como punto diferenciador de sus competidores.

En cuanto en la (Tabla 23) y Gráfico 19, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 70.00% es moderada y el 30.00% es alta. Vemos que también hay algunas empresas que se preocupan por la capacitación de sus trabajadores para garantizar la calidad de servicio ofertado.

Después de observar en la (Tabla 24) y Gráfico 20, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 70.00% es alta y el 30.00% es muy alta, observamos que las técnicas de capacitación en promedio son adecuadas para la motivación de su personal.

En la (Tabla 25) y Gráfico 21, De acuerdo a las encuestas realizadas observamos que el 100.00% es alta, denotando que muchas MYPE utilizan las estrategias adecuadas para liderar el mercado en consultorios odontológicos.

## **V. CONCLUSIONES**

En la Gestión de Calidad y la Competitividad en el Sector Servicios, Rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral, 2018, podemos determinar lo siguiente:

### **a. Respecto de los representantes legales de las MYPES**

Se concluye que la mayor cantidad de los representantes legales o propietarios de las MYPES del sector Servicio - rubro consultorios odontológicos de la Provincia de Huaral, 2018, son de edad promedio entre los 40 y 60 años.

Los representantes legales o propietarios las MYPES son de sexo masculino 50.00% y femeninos 50.00%, teniendo en este rubro la igualdad de género.

Así mismo vemos que según el estado civil del total del representantes legales o propietarios las MYPES esta subdividido en dos grupos como son los casados y convivientes.

Con respecto al grado de instrucción del representantes legales o propietarios las MYPES, vemos que el 100.00% tiene superior universitario, requisito indispensable para el manejo de este rubro.

#### **b. Respecto a la competitividad de las MYPES**

En conclusión vemos que el total de las MYPES estudiadas del sector servicio - rubro consultorios odontológicos de la Provincia de Huaral, 2018, realizan actividades adecuadas para ser competitivas, las mismas que cumplen con los estándares requeridos para posesionarse en el mercado competitivo que cada día es más exigente y demandante por los usuarios, así mismo tener el conocimiento de los beneficios que les otorgaría la ley y el estado en este rubro, esto se sumaría a la ventaja competitiva que pudieran tener frente a los consultorios para dicho rubros.

Es importante que las instituciones correspondientes del estado peruano se preocupen en realizar las supervisiones inopinadas para garantizar el buen funcionamiento, capacidad, calidad y buen servicio al paciente.

#### **c. Respecto a la Gestión de Calidad de las MYPES**

Con respecto a la Gestión de Calidad podemos decir que existen muchos conocimientos por parte de los representantes Legales o dueños, ya que en muchos de los casos si cumplen con dichos requisitos, creemos que el estado debería apoyar con capacitaciones que posteriormente redundara en la buena calidad de servicio ofertado y en la salud bucal de la población.

En conclusión consideramos que existe una relación significativa entre las variables de estudio, como son gestión de calidad y competitividad, ya que para ser competitivos debemos cumplir con todos los estándares que pide la gestión de calidad y así mostrar al cliente el valor agregado al producto o servicio ofertado, así mismo consideramos que como país aún tenemos mucho por mejorar con respecto al mejoramiento de gestión de calidad, desde el punto de vista de normas legales ágiles y eficientes que beneficien al micro y pequeño empresario para este rubro.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **REFERENCIAS:**

**Ayala (2018)**, *en su tesis "Nivel de satisfacción de los usuarios de servicios*

*odontológicos de un centro de salud del ministerio de salud y una clínica privada”.*

**Daniel Salomón Behar Rivero**, *Metodología de la Investigación, Sobre la presente edición: Editorial Shalom 2008*

**Camisón, Cruz y González**, *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas* PEARSON EDUCACIÓN, S. A., Madrid, 2006

Enrique Sansalvador Sellés José Antonio Trigueros Pina Javier Reig Mullor (<http://www.revistasice.com/>-

**Espejo (2018)**, En su investigación titulada *“Calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden al servicio de estomatología de una institución pública y privada en la provincia de Lima, San Martín de Porres en el año 2017”.*

**Fondo para Fortalecimiento Productivo Mypes (Forpro)**

**Garrido (2013)**, En su investigación titulada *“Las estrategias competitivas de las micro y pequeñas empresas detallistas ante la gran distribución”.*

**Heredia (2016)**, En su investigación titulada *“Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro actividades de la práctica odontológica del cercado de Chimbote, 2015”*

Blogger Competitividad\_angie septiembre 2019

<http://angielika88.blogspot.com/2009/09/blog-post.html>

<http://postgrado.una.edu.ve/metodologia2/paginas/cerda7.pdf>

**Suarez y Alonso 2011**, Plan de Análisis -

[http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia\\_Investigaci](http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigaci)

on/Presentaciones/5\_plan\_analisis.pdf

Tesis doctorales de economía, investigación eumednet con el apoyo de Servicios Académicos Internacionales S.C. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/kapc/Dimensiones%20e%20Indicadores%20de%20la%20competitividad.htm>.

**Llallico (2018)**, *Calidad de la atención odontológica basado en intangibles de la Clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*”

**Lozano (2017)**, en su tesis “*Caracterización de la Gestión de Calidad y la rentabilidad en las mypes del sector servicio, rubro clínicas dentales en la ciudad de Tingo María, año 2017*”.

**Morales (2014)**, en su tesis “*Análisis de la calidad en el proceso de atención en el servicio de odontología en el centro de Salud Lasso, de la Provincia de Cotopaxi, en el periodo de febrero a junio del 2014*”

**Ñaupas, H. 2013. p.132.** *metodología investigación **cuantitativa** cualitativa de Humberto Ñaupas*

**Rodríguez (2014)**, En su investigación titulada “*Guía para la elaboración de un plan de Negocios en odontología*”.

**Schettini yCortazzo (1990)** *Análisis de datos cualitativos en la investigación social Patricia Schettini, Inés Cortazzo Procedimientos y herramientas para lainterpretación de información cualitativa*

Según la Sociedad de Comercio Exterior (ComexPerú)

**Toledo (2016)**, *En su investigación titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las micro y pequeñas*

*empresas del sector servicios-rubro actividades de médicos y odontólogos del distrito de Huaraz, 2016”*

**Zabala (2015)**, *En su investigación titulada “Calidad en la atención odontológica para pacientes con sensibilidad dental de la unidad médica Santa Marta*

## **ANEXO**

### **Anexo 1**

**Relación de MYPE Sector Servicios Rubro Consultorios Odontológicos de la Provincia de Huaral 2018**

<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>LIC. MUNICIPAL</b>	<b>TIPO DE LIC.</b>	<b>RUC</b>
ARNALDO ALVAREZ MORAN	AV. CAHUAS	42	TEMPORAL	10085740712
SANDRA GABRIELA NAVARRETE VASQUEZ	CALLE PEDRO APARICIO	58	TEMPORAL	10414219646
DINA ORRILLO HUAMAN	AV. ANIMAS	94	TEMPORAL	10011898144
MARISEL NOEMI APARICIO MAGUIÑO	CALLE LOS NATURALES	6328	INDETERMINADO	10157492930
NATALI PATRICIA JIMENEZ ESCOBEDO	AV. BENJAMIN VIZQUERRA - 2DO PISO	251	TEMPORAL	10438218161
ANTERO DAVID GARCIA LAOS	CALLE LEONCIO PRADO	100	TEMPORAL	10157497672
LOURDES JHAMILY LINARES FERNANDEZ	AV. PEDRO APARICIO	256	TEMPORAL	10455268988
ESPINOZA CARRION ANTONIO	CALLE BENJAMIN VIZQUERRA N° 236 2ndo Piso	012	TEMPORAL	10255596093
URIBE ESPINOZA NATALY MERCEDES	CALLE DERECHA N° 455 - 2DO PISO	072	TEMPORAL	10446802912
YONATAN ENRIQUE ACEVEDO SIFUENTES	AVENIDA SOLAR N° 149 - INT. A	107	TEMPORAL	10472520232

**Fuente: Municipalidad Provincial de Huaral**

**Anexo 2**

## **Cuestionario de Preguntas**

**HOJA DE ENCUESTA UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE  
CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES  
DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO CONSULTORIOS ODONTOLÓGICOS,  
DE LA PROVINCIA DE HUARAL**

### **INSTRUCCIONES:**

#### **A. INTRODUCCION:** Estimado (Sr. (a):

el cuestionario tiene como propósito recoger información para conocer las características que existen en la Gestión de Calidad y la Competitividad en las Micros y Pequeñas Empresas, del Sector Servicio, Rubro – Consultorio Odontológicos, de la Provincia de Huaral, 2018, luego identificarlas y buscar las mejoras alternativas de solución, para lo cual le entrevistaré, a cerca de las características del Representante Legal, así mismo las características de la Empresa, de la Gestión de Calidad y la Competitividad de la Empresa que representa Legalmente, por lo tanto será un cuestionario de preguntas, y se solicita veracidad de sus respuestas, con sinceridad y con total libertad, marcando con una ( x ), el casillero de la alternativa que considere pertinente:

#### **B. SOBRE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS DE LAS MYPES**

##### **1.- ¿Cuántos años tiene Ud.?**

De 30 a 40

De 41 a 50

De 51 a 60

Más de 61

**2.- ¿Cuál es su estado civil?**

Soltero

Casado

Conviviente

**3.- Genero del Encuestado**

Masculino

Femenino

**4.- ¿Qué grado de instrucción tiene Ud.?**

Primaria

Secundaria

Superior no universitaria

Superior universitaria.

**C. SOBRE LAS PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA:**

**5.- ¿Qué tipo de Empresa es?**

Unipersonal ( ) Jurídica ( )

**6.- ¿Cuántos años tiene de Formada la Empresa?**

Menor de un año ( ) De 1 a 5 años ( ) De 6 a 10 años ( ) más de 10 años ( ).

**7.- ¿Su empresa en Formal?**

Si ( ) NO ( ) En trámite ( ).

**8.- ¿Con Cuántos trabajadores cuenta su empresa?**

Menos 1 a 5 ( ) de 6 a más ( )

**9.- ¿Sus trabajadores actualmente se encuentran en el Régimen MYPES?**

Si ( ) NO ( ) En trámite ( ).

**D.-CARACTERISTICAS DELA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA:**

A continuación tienen cinco posibles respuestas de las cuales usted responderá lo que crea conveniente sobre la base de las alternativas siguientes que le mencionaré:

**5. MUY ALTA 4. ALTA 3. MODERADA**

**2. BAJA 1. MUY BAJA**

N°	DATOS ESPECIFICOS	MUY ALTA (5)	ALTA (4)	MODERADA (3)	BAJA (2)	MUY BAJA (1)
10	¿Usted utiliza medios de publicidad para que su MYPE sea conocido?	5	4	3	2	1
11	¿Considera que sus precios actuales que ofrece el servicio le permitirán ser competitivos?	5	4	3	2	1
12	¿Cree Ud. Que sus costos son elevados dentro del mercados de precios por procedimientos odontológicos?	5	4	3	2	1
13	¿Considera que la competitividad está ligada a los precios, marcas y calidad de atención?	5	4	3	2	1
14	¿Ud. Cree que la falta de información en temas de salud bucal de la población hace menos rentable los consultorios odontológicos privados?	5	4	3	2	1
15	¿Su personal está entrenado y capacitado para el desarrollo de las actividades odontológicas?	5	4	3	2	1

**E.-CARACTERISTICAS DE GESTION DE LA CALIDAD DE LA EMPRESA:**

A continuación, tienen cinco posibles respuestas de las cuales usted responderá lo que crea conveniente sobre la base de las alternativas siguientes que le mencionaré:

**5. MUY ALTA 4. ALTA 3. MODERADA  
2. BAJA 1. MUY BAJA**

<b>N°</b>	<b>DATOS ESPECIFICOS</b>	<b>MUY ALTA (5)</b>	<b>ALTA (4)</b>	<b>MODERADA (3)</b>	<b>BAJA (2)</b>	<b>MUY BAJA (1)</b>
<b>16</b>	¿Su MYPE cuenta con documentos de gestión, como Planes o Proyectos, Metas, Objetivos?	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>17</b>	¿Ud. realiza evaluaciones periódicas para garantizar la calidad de su servicio?	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>18</b>	¿Ud. tiene conocimiento del valor que ofrece a sus clientes, que considera como punto diferenciador de sus competidores?	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>19</b>	¿El personal de su MYPE recibe capacitaciones constantes?	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>20</b>	¿Las técnicas de capacitación que desarrolla su MYPE para la motivación de su personal es la adecuada?	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>21</b>	¿Ud. cree que su MYPE lidere el mercado de su rubro con la estrategia empleada?	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>