

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD  
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO GIMNASIOS DEL  
DISTRITO DE LOS OLIVOS, 2018**

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

**AUTORA:**

**Bach. DEL AGUILA REYES, LOURDES MARIA CRISTINA**

**ID. ORCID: 0000-0002-1788-9497**

**ASESOR:**

**Mgtr. POMA ANCCASI, SIMÓN**

**LIMA-PERÚ**

**2019**

## **1. Título De Tesis:**

Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del distrito de Los Olivos, 2018.

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTORA**

Bach. Del Aguila Reyes, Lourdes Maria Cristina

ID ORCID: 0000-0002-1788-9497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante Pregrado  
Lima, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. Poma Ancassi, Simón

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Lima, Perú

### **JURADOS**

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Lic. Adm. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

### **3. Hoja de firma de jurado y asesor**

---

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero  
**Presidenta**

---

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

---

Mgtr. Juan Pablo Meza de los Santos  
**Miembro**

---

Mgtr. Poma Ancassi, Simón  
**Miembro**

#### **4. Agradecimiento**

A la **Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote** por los conocimientos obtenidos y al **Mgr. Simón Poma Anccansi**, que gracias a su experiencia y apoyo pude realizar con éxito la presente Tesis.

## **Dedicatoria**

A mi madre, **Angelica Reyes** por el apoyo incondicional que siempre me ha dado, por sentirse orgullosa de mi esfuerzo y por impulsarme a seguir adelante.

A **Pedro Urraca**, por guiar mis pasos y cuidar siempre de mí, en mis buenos y no tan buenos momentos.

## 5. Resumen

El trabajo de investigación tiene por objetivo principal la Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018. La investigación fue de tipo cuantitativa descriptiva con diseño no experimental. Para el trabajo de campo se consideraron a 19 representantes de las micro y pequeñas empresas de gimnasios en el distrito de Los Olivos. La técnica de recolección de datos fue la encuesta. Los datos fueron procesados con el programa IBM STATISTICS SPSS 25.

Se les aplicó 26 preguntas donde obtuve los siguientes resultados: Cuatro de cada diez emprendedores conocen la norma ISO 9001 sobre la gestión de calidad; un cuarenta por ciento de representantes de las mypes está pendiente del mantenimiento y/o remodelación de los equipos en general, con la finalidad de brindar un servicio de calidad; más del cincuenta por ciento cuenta con una infraestructura acorde a la actividad que desempeña; asimismo, del cincuenta por ciento a más, brindan los servicios básico de un gimnasio (seguridad, aseo y alumbrado); el sesenta por ciento realiza variadas encuestas y monitoreos para así poder identificar el descontento o satisfacción buscando la mejora del servicio; del mismo modo el sesenta y cinco por ciento de los empresarios o representante de las mypes brindan información de sus servicios, adecuándolos a sus necesidad del cliente y adicionándoles beneficios; finalmente más del sesenta por ciento menciona que siempre hay un personal durante el funcionamiento del gimnasio para la toma de decisiones ante cualquier eventualidad.

Por lo tanto, para la contrastación, se utilizó el estadístico de prueba de Rho de Spearman, el mismo que da cuenta una alta correlación entre la variable de estudio:

Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del distrito de Los Olivos, 2018. Asimismo, los emprendedores tienen un alto interés en mejorar sus servicios y que sean de interés del público, por lo que aplican de alguna u otra manera un tipo de competitividad acompañado de calidad.

**Palabras claves:** Competitividad y gestión de calidad.

## **Abstract**

The main objective of the research work is the Proposal to improve competitiveness as a relevant factor for quality management in micro and small businesses in the services sector, gymnasiums in the district of Los Olivos, 2018. The research was of quantitative descriptive type With non-experimental design. For the field work, 19 representatives of the micro and small gymnasium companies in the Los Olivos district were considered. The data collection technique was the survey.

The data was processed with the IBM STATISTICS SPSS 25 program. 26 questions were applied where I obtained the following results: Four out of ten entrepreneurs know the ISO 9001 standard on quality management; forty percent of representatives of the mypes are pending maintenance and / or remodeling of the equipment in general, in order to provide a quality service; more than fifty percent have an infrastructure according to the activity it performs; also, from fifty percent to more, they provide the basic services of a gym (security, cleanliness and lighting); Sixty percent conduct varied surveys and monitoring in order to identify dissatisfaction or satisfaction seeking service improvement; in the same way, sixty-five percent of the businessmen or representative of the mypes provide information about their services, adapting them to their client's needs and adding benefits; Finally, more than sixty percent mention that there is always a staff during the operation of the gym to make decisions in case of any eventuality.

Therefore, for the comparison, Spearman's Rho test statistic was used, which accounts for a high correlation between the study variable: Proposal for improving

competitiveness as a relevant factor for quality management in microphones and small companies in the services sector, gymnasiums, Los Olivos district, 2018. Also, entrepreneurs have a high interest in improving their services and that are of interest to the public, so they apply in some way or another type of Competitiveness accompanied by quality.

**Keywords:** Competitiveness and quality management.

## 6. Contenido

1. Título de tesis .....	ii
2. Equipo de trabajo .....	iii
3. Hoja de firma de jurado y asesor.....	iv
4. Agradecimiento y dedicatoria .....	v
5. Resumen y abstrac.....	7
6. Contenido .....	11
7. Índice de tablas.....	12
8. Índice de Figuras.....	13
I. Introducción .....	14
II. Revisión de literatura.....	18
2.1 Antecedentes .....	18
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	25
2.3. Marco Conceptual.....	45
III. Metodología .....	46
3.1 Diseño de la investigación. ....	46
3.2 Población y muestra. ....	47
3.3 Definición y Operacionalización de las Variables y los Indicadores.....	48
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	49
3.5 Plan de análisis.....	49
3.6 Matriz de consistencia.....	50
3.7 Principios éticos .....	51
IV. Resultados.....	53
4.1 Resultados.....	53
4.2 Análisis de resultados .....	79
V. Conclusiones.....	85
VI. Recomendaciones.....	87
Referencia bibliograficas.....	89
ANEXOS .....	94
Anexo N° 01. Cuestionario.....	94
Anexo N° 02. Directorio de gimnasios.....	99
Anexo N° 03. Propuesta de mejora .....	100

## 7. Índice de tablas

		<b>Pag.</b>
Tabla 1	Operacionalización de las variables	48
Tabla 2	Matriz de Consistencia	50
Tabla 3	Edad (del representante de la Mype)	53
Tabla 4	Género (del representante de la Mype)	54
Tabla 5	Grado de instrucción (del representante de la Mype)	55
Tabla 6	Cargo que desempeña	56
Tabla 7	Tiempo que desempeña	57
Tabla 8	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	58
Tabla 9	Número de trabajadores en la Mype	59
Tabla 10	Personas que trabajan en su empresa son	60
Tabla 11	Objetivos de creación	61
Tabla 12	Tipo de constitución de la empresa	62
Tabla 13	Proyecta usted sus objetivos a fin de satisfacer a sus clientes, sin desviarse de las políticas de su empresa	63
Tabla 14	Proyecta un esquema de planificación de acuerdo a las políticas de trabajo en la empresa	64
Tabla 15	Los procedimientos de la empresa son en base a las políticas y/o normativas de su empresa	65
Tabla 16	Organiza los horarios de atención a sus clientes de manera eficiente y de acuerdo a la demanda	66
Tabla 17	Verifica de manera oportuna todos los servicios que ofrece el gimnasio a sus clientes	67
Tabla 18	Verifica si el servicio que ofrece su empresa es bueno	68
Tabla 19	Toma decisiones mejorando y/o cambiando los servicios de su empresa, a fin de brindar un servicio de calidad	69
Tabla 20	Lleva algún tipo de control a los procedimientos de atención al cliente durante la ejecución	70
Tabla 21	Existe promociones en el servicio que ofrece	71
Tabla 22	Existe algún tipo de marketing para tener mayor demanda en gimnasio	72
Tabla 23	Muestra las condiciones de venta y/o servicio cuando ofrece las promociones y los costos	73
Tabla 24	Contesta las preguntas y brinda detalles del servicio al cliente	74
Tabla 25	Muestra promociones de acuerdo al mercado a fin de estimular a cliente a contratar el servicio del gimnasio	75
Tabla 26	Considera que el precio es llamativo para los usuarios	76
Tabla 27	Contrata empresa radial y/o televisiva para hacer conocida a su empresa y los servicios que ofrece	77
Tabla 28	Ofrece meses gratis de servicio con la finalidad que conozcan a su empresa	78

## 8. Índice de figuras

		<b>Pag.</b>
Figura 3	Edad (del representante de la Mype)	53
Figura 4	Género (del representante de la Mype)	54
Figura 5	Grado de instrucción (del representante de la Mype)	55
Figura 6	Cargo que desempeña	56
Figura 7	Tiempo que desempeña	57
Figura 8	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	58
Figura 9	Número de trabajadores en la Mype	59
Figura 10	Personas que trabajan en su empresa son	60
Figura 11	Objetivos de creación	61
Figura 12	Tipo de constitución de la empresa	62
Figura 13	Proyecta usted sus objetivos a fin de satisfacer a sus clientes, sin desviarse de las políticas de su empresa	63
Figura 14	Proyecta un esquema de planificación de acuerdo a las políticas de trabajo en la empresa	64
Figura 15	Los procedimientos de la empresa son en base a las políticas y/o normativas de su empresa	65
Figura 16	Organiza los horarios de atención a sus clientes de manera eficiente y de acuerdo a la demanda	66
Figura 17	Verifica de manera oportuna todos los servicios que ofrece el gimnasio a sus clientes	67
Figura 18	Verifica si el servicio que ofrece su empresa es bueno	68
Figura 19	Toma decisiones mejorando y/o cambiando los servicios de su empresa, a fin de brindar un servicio de calidad	69
Figura 20	Lleva algún tipo de control a los procedimientos de atención al cliente durante la ejecución	70
Figura 21	Existe promociones en el servicio que ofrece	71
Figura 22	Existe algún tipo de marketing para tener mayor demanda en gimnasio	72
Figura 23	Muestra las condiciones de venta y/o servicio cuando ofrece las promociones y los costos	73
Figura 24	Contesta las preguntas y brinda detalles del servicio al cliente	74
Figura 25	Muestra promociones de acuerdo al mercado a fin de estimular a cliente a contratar el servicio del gimnasio	75
Figura 26	Considera que el precio es llamativo para los usuarios	76
Figura 27	Contrata empresa radial y/o televisiva para hacer conocida a su empresa y los servicios que ofrece	77
Figura 28	Ofrece meses gratis de servicio con la finalidad que conozcan a su empresa	78

## **I. Introducción**

Esta Investigación, enfatizó en la existencia de fortalezas y potencial en sectores de la microempresa que aún con debilidades muestran potencial de desarrollo; si estas microempresas estuviesen debidamente apoyadas financieramente y con servicios de desarrollo por parte del estado, tendrían un papel más importante que desempeñar, y así poder tener un desarrollo empresarial moderno y sólido en el país.

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el Perú; surgen de las personas emprendedoras que no se conforman con las remuneraciones la cual perciben de parte de sus jefes inmediatos o en algunos casos nos reciben remuneraciones mensuales por el alto desempleo existente y, por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, a fin de auto-emplearse.

Por ello, podemos decir que la presente Tesis busca hacerse conocida con el objetivo de proponer mejoras para la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios y que los Micro empresarios tengan a la mano conocimientos y puedan utilizar este conjunto de elementos la cual podría dirigirlos y a la vez controlar el grado de satisfacción de sus usuarios, esto muestra su capacidad para brindar de forma eficaz sus servicios, cumpliendo con las expectativas del usuario y con los reglamentos y normas que el estado peruano exige; esto promovería al interior de la empresa un enfoque de mejora continua y a la vez aumentaría su motivación garantizando buen servicio.

Los gimnasios tienen por característica crear una imagen y coadyuvar al cuidado de la salud de las personas, no tiene un margen de edad pero si tiene un proceso distinto en lo que refiere a la alimentación y actividades físicas de las personas. Por ello es necesario que las mypes estén preparadas y que sus servicios consten; de buena infraestructura, inmobiliario, tecnologías, aseo, personal training y todo lo que contenga un servicio de calidad, no dejando de lado que cada Mype marque una distinción para generar demanda y a la vez competitividad. La competitividad es la característica diferencial que una empresa tiene ante sus competidores y esta es capaz de crear diferencias para los adquirentes de este servicio, es allí donde se crea el valor en forma diferente para promocionar beneficios que finalmente son similares. (Porter, 1995)

Además, esta investigación trata de hacer un análisis del estado situacional del servicio al cliente y analizar el tipo de competitividad que aplican; de acuerdo a los resultados de la investigación descriptiva se propondrán acciones de mejora continua en la competitividad del servicio de atención al cliente (servicio de calidad) que recomendarán mejores condiciones de desarrollo para las micro y pequeñas empresas en lo que refiere a este rubro, con la finalidad que estas sean cada vez más competitivas.

Asimismo,...“Afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación”. Significa que a fin de tener una estructura más adecuada a la investigación, es que se explique el problema y se definan los objetivos exponiendo la importancia y la razón por la que se realiza la investigación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Por lo tanto, el problema de la presente investigación es: ¿Cuáles son las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito Los Olivos, 2018? y a fin de dar respuesta al problema de la investigación se planteó el siguiente objetivo general: “Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018”. La investigación fue de tipo cuantitativa descriptiva con diseño no experimental.

De la misma manera, para conseguir el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018; Describir los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018; asimismo, elaborar la propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018.

Se justifica esta investigación porque contiene una amplia información de conocimiento sobre la competitividad y gestión de calidad, teniendo como base la teoría de (M. Porter 1995) y (W. Edwards Deming 1989). Por tal motivo se dividió en tres justificaciones. Justificación teórica; esta generó más información sobre la competitividad porque ayuda a la aplicación de la gestión de calidad dentro de las micro y pequeñas empresas. Esto sirve como antecedentes para otras investigaciones con las mismas variables;

Justificación práctica, Según (Valderrama, 2015) “Es el interés y/o esfuerzo del investigador por desarrollar sus conocimientos, esto quiere decir que sirve para llegar al grado académico deseado para contribuir a la solución de problemas concretos que afectan a las organizaciones privadas”. Asimismo, se analizó a las MYPES poseedoras de servicios a fin de contribuir a su crecimiento y desarrollo, que posteriormente crearán estrategias y puedan lograr enfrentarse a sus competidores; y finalmente, porque permite cumplir con el requisito que la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote las cuales ha establecido para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración; ahora la justificación metodológica “hace alusión al uso de metodologías y técnicas específicas que han de servir de aporte para el estudio de problemas similares al investigado” (Valderrama, 2015). Esta justificación permitirá aplicar el método práctico aplicando conocimientos teóricos como una propuesta de mejora que iniciaremos con descripciones de importancia y relacionados a la competitividad y gestión de calidad.

## **II. Revisión de la literatura**

### **2.1. Antecedentes**

Los antecedentes que mencionaremos a continuación en la presente investigación, han sido tomadas de tesis relacionada y teniendo en cuenta las variables de investigación, en tal sentido serán de orden Internacional, Nacional y Local.

#### **Antecedentes internacionales**

Tesis: (Quijada, 2014) en su investigación titulada “Plan de negocios y análisis de la industria del fitness Chile”, en la Universidad de Chile. La industria fitness en Chile es un sector que se encuentra en crecimiento debido a que las marcas de distintas disciplinas se están posicionando con éxito en nuestro país, reuniendo miles de seguidores y por lo tanto generando nichos de diferente mercado en distintas áreas y sectores geográficos del país. Debido a que se trata de deportes, el rubro sufre estacionalidad y los meses de invierno y vacaciones de verano debido a los factores motivacionales de los clientes y también de menor disposición a pagar por el alto costo de oportunidad que genera a cumplir con la rutina de deportes versus aprovechar el tiempo en familia. La metodología utilizada para encauzar la investigación y 15 determinar las variables relevantes para el estudio de tesis fue: realizar entrevistas en profundidad a expertos en el sector. Se realizó ocho entrevistas a profundidad a distintos expertos en disciplinas fitness en su mayoría empresarios con más de 6 años de experiencia en el rubro. Los resultados de la entrevista en profundidad se encuentran en el capital del plan de negocios análisis de la industria y resumiendo en conclusiones al final del documento. Finalmente, para la puesta en marcha del Plan de Implementación se cuenta con una fuente de contactos y cotizaciones reales que se encuentran en la

sección de Plan Financiero, además de adjuntar de formar digitales el archivo Excel que contiene la evaluación de rentabilidad completa y la mayoría de los links con los valores reales de mercado de los distintos ítems. De esta evaluación se obtiene que el proyecto a cinco años con una tasa que representa el costo de oportunidad de tomar este negocio versus ejercer la profesión.

Tesis: (De la Cruz y Niño, 2014), presentaron una investigación denominada “Propuesta de un sistema de gestión integrado para una planta del sector farmacéutico: sistemas de gestión de calidad, ambiental y sistema de gestión en control y seguridad, en una planta farmacéutica en Cali”. El objetivo de esta investigación fue mejorar las condiciones del sector farmacéutico mediante las normas de gestión de calidad. La metodología fue diseñar un sistema que integre los sistemas de gestión de calidad para mejorar las condiciones competitivas del sector farmacéutico. Sobre los aspectos más importantes en esta investigación se puede resaltar que la empresa en estudio no poseía ningún sistema de calidad. Sin embargo, por el crecimiento y el sector donde se desenvuelve fue necesario implementar un sistema integrado de calidad compuestos por las normas ISO en la gestión de calidad en los procesos, en el tema ambiental y las normas OHSAS. Las conclusiones fueron: la herramienta de gestión de calidad propuesta mejora las condiciones de competitividad del sector farmacéutico. Se obtuvo la integración de los diferentes sistemas de gestión de calidad en el sector farmacéutico.

Tesis: (Riofrío, 2016) “Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa IVAN BOHMAN C.A., para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil”, tuvo como objetivo general determinar

mediante un estudio de mercado, el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa y presentar un plan de mejora de la calidad 17 del servicio. El estudio fue de tipo exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Por lo tanto se concluye que esta investigación se define los aspectos más importantes que determinar la satisfacción de los clientes de la empresa en estudio, ello permitió presentar algunas recomendaciones de mucha utilidad para la empresa. Llegando a los siguientes resultados: El 80% de los clientes encuestados considera que el servicio que brinda la empresa es rápido. El 83% de los clientes encuestados manifestaron que el personal de mostrador tiene buena predisposición. Finalmente concluyen que un plan de mejora de la calidad permitirá hacer más competitiva a la empresa.

#### **Antecedentes nacionales:**

Tesis: Caracterización de la Competitividad en el Servicio Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios del distrito de Piura, 2014, tuvo como objetivo general: Identificar las características de la competitividad en el servicio de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasios en el distrito de Piura, 2014. El diseño de la investigación fue: No experimental, Transversal y Descriptivo. La información se recabó de una muestra de 11 micro y pequeñas empresas escogidas de manera dirigida y una población de 33 clientes, se les aplicó dos cuestionarios el primero a los propietarios dividido en tres partes con un total de 15 preguntas utilizando la escala de Likert y la segunda encuesta dirigida a los clientes con un total de 10 preguntas, se aplicó técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes resultados: se concluye identificando que el pequeño empresario de este rubro tiene un considerable grado de competitividad en el servicio de atención al cliente, porque toma

en cuenta factores que van de la mano con el desarrollo de su empresa ya que la mayoría de propietarios (72%) frecuentemente renuevan sus equipos, además casi la totalidad de ellos (90%) buscan siempre hacer innovaciones en los servicios que brinda (maquinas, cardio, taebo, spinnig, aeróbicos, etc.). Un porcentaje considerable de empresarios (45%) buscan además darles un precio competitivo a sus servicios. (V. Patiño, 2014)

Tesis: Según Rodríguez (Chimbote-2016) en su investigación “Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes En Los Servicios De Venta De Electrodomésticos En El Distrito De Juanjuí, Año 2016” su investigación tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES, con un diseño de investigación no experimental, utilizando como instrumentos de recolección de datos la entrevista y cuestionario. Conclusión; que la gestión calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio ya que las MYPES tienen más de 4 años de permanencia en el mercado.

Tesis: “Diseño de un modelo de Gestión de la Calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la Atención al Cliente del Restaurante Marako’s Grill S.A.C. – Chiclayo”.  
Obtuvo como objetivo general: Diseñar un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako’s Grill S.A.C. – Chiclayo 2015- 2016. Resultados: el 59% está en desacuerdo con que la Administración del restaurante, solo el 13,64% está de acuerdo; sobre la revisión y actualización de los 19 objetivos básicos el 40,90% está de acuerdo y el 18,18% está en desacuerdo; mejorar el desempeño del personal el 31,81% está de acuerdo y el 13,64% está en desacuerdo; experiencia bajada en la Calidad, un 50% afirma que no se

promueven acciones de mejora; los procesos definidos por el Servicio el 36,36% están en desacuerdo y el 9,09% están de acuerdo; satisfacción del personal un 36.36% está en desacuerdo; el 59% está en desacuerdo con los Servicio que tiene definidos y mide, controla los indicadores que considera como clave; trato amable por parte del personal el 37,34% está de acuerdo y solo 2 (9,09%) están en desacuerdo; ambiente agradable el 54,21% está de acuerdo y 15,66% está en desacuerdo; rapidez en la atención el 45,78% de los clientes están de acuerdo, el 16,86% está en desacuerdo; servicio e higiene el 45,78% de los clientes, están de acuerdo, y el 21,68% esta neutral; seguridad el 54,21% está de acuerdo y el 10,84% está en desacuerdo; servicios brindados el 55,42% está de acuerdo y el 18,07% se mantuvo en una posición neutral; información brindada el 46,98% está de acuerdo, y el 7,22% estuvieron en desacuerdo; rapidez del servicio el 36,14% está de acuerdo y el 2,40% están en desacuerdo. Conclusión; Podemos apreciar la gestión de la calidad en la atención al cliente a través de la fórmula de la encuesta y la muestra por el número de clientes que los consumidores vuelven. En esta encuesta las micro y pequeña empresa siempre deben poner interés por mejorar la calidad de servicio. (Arroyo, P. 2016)

### **Antecedentes locales:**

Tesis: Niebuhr (2014) muestra una investigación titulada “Propuesta de un modelo de Gestión de Calidad para una Asociación de MYPE del sector metal mecánico peruano el cual permite incrementar la productividad” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas”, Lima. En ello señala que la limitada capacidad de gestión de los conductores en las MYPE, representa un impedimento para su desarrollo y buen desempeño. Este problema se relaciona a la carencia de las competencias requeridas para entender y

utilizar herramientas o métodos que permitan gestionar adecuadamente el negocio. Por ello se evidencia la necesidad de la implementación de un modelo de capacitación de personal que brinde las competencias necesarias, para que todos los trabajadores de las MYPE comprendan y sean capaces de utilizar los elementos de gestión propuestos en el grupo de investigación. La metodología empleada es de nivel descriptiva. Conclusión; Que para dichas MYPE del tipo de rubro de mecánica se debe implementar siempre herramientas de mejora continua para una mejor visión a futuro.

Tesis: “Formalización y competitividad de las MYPE de servicio rubro talleres de mecánica (Piura), año 2014”, estableció como objetivo determinar las características de la formalización y competitividad de las MYPE de servicio, rubro talleres de mecánica (Piura), año 2014. Se empleó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados analizados de acuerdo a las variables: formalización y competitividad. Así se concluyó que las características que tiene la formalización y competitividad en las MYPE de servicio, rubro talleres mecánicos (Piura), año 2013, con respecto a la formalización el 50% de los directivos respondieron que existen facilidades para la formalización, sin embargo el 22% contestó que no existen y el 28% que a veces si existen facilidades, por lo que el 50% de los directivos prefieren estar como informales, a pesar de que el sector es considerado por el 52% como uno que está en constante crecimiento, además que la ciudad de Piura se encuentra en el puesto diez a nivel país. Se concluye en que se identifica la aplicación de la mejora de la calidad del servicio y la productividad se manifiesta en un setenta por ciento, por lo que nos garantiza que existe una preocupación por parte de los emprendedores de desarrollar y buena aplicación de estos. (G. Palacios, 2014)

Tesis: Caracterización de la Competitividad en el Servicio Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios del distrito de Piura, 2014, tuvo como objetivo general: Identificar las características de la competitividad en el servicio de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasios en el distrito de Piura, 2014. El diseño de la investigación fue: No experimental, Transversal y Descriptivo. La información se recabó de una muestra de 11 micro y pequeñas empresas escogidas de manera dirigida y una población de 33 clientes, se les aplicó dos cuestionarios el primero a los propietarios dividido en tres partes con un total de 15 preguntas utilizando la escala de Likert y la segunda encuesta dirigida a los clientes con un total de 10 preguntas, se aplicó técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes resultados: Se identificó que el pequeño empresario de este rubro tiene un considerable grado de competitividad en el servicio de atención al cliente, porque toma en cuenta factores que van de la mano con el desarrollo de su empresa ya que la mayoría de propietarios (72%) frecuentemente renuevan sus equipos, además casi la totalidad de ellos (90%) buscan siempre hacer innovaciones en los servicios que brinda (maquinas, cardio, taeko, spinnig, aeróbicos, etc.). Un porcentaje considerable de empresarios (45%) buscan además darles un precio competitivo a sus servicios. Conclusión; Se aprecia la importancia de los microempresarios por renovar e innovar su gama de servicio, maquinas, y otros servicios por ofrecer. (V. Patiño, 2014)

## **2.2. Bases Teóricas de la Investigación**

### **Competitividad**

La competitividad de un país necesita de la capacidad para innovar y mejorar las compañías, y a su vez ganaran ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto, utilizando más 29 eficientemente sus recursos en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo. (Porter, 2015)

La función competitiva de la empresa depende en primera instancia de su capacidad para administrar los elementos internos que se encuentran bajo control, complementario a esto señalan que la competitividad también depende de la calidad de las interacciones que la firma tiene establecidas con una serie de factores tanto internos como externos. (Solleiro, 2017)

La competitividad consta de la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y por ende la incorporación de progreso tecnológico. (Fajnzylber, 2008)

En el Libro de Gestión, calidad y competitividad define la Competitividad Nacional como la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ciudadanos. Este concepto puede adaptarse al ámbito organizacional, considerando competitiva la medida en que una organización es capaz de producir bienes y servicios de calidad, que logren éxito y aceptación en el mercado global. Del mismo modo también, que cumplan con las famosas tres "E": Eficiencia, eficacia y efectividad. De

esta manera la eficiencia es la administración de recursos, la eficacia en el logro de objetivos y la efectividad comprobada para generar impacto en el entorno. (Ivancevich, 2008)

Es la capacidad la cual nos permite contar con atributos, la cual nos da el desempeño empresarial que brindemos, esto nos otorga cierto tipo de ventaja sobre los competidores del mismo rubro, gracias a la creación de grupos de valor. (Morales & Pech, 2000)

### **Característica de la competitividad**

Para lograr que una empresa sea competitiva se debe tener en cuenta esencialmente lo siguiente: Eficiencia, calidad, innovación y sustentabilidad. Para lograr micro y pequeñas empresas que contengan estas características es necesario el cambio de aspectos esenciales tales como: Dirección estratégica, innovación permanente y gestión tecnológica empresarial. (Mariño, 2013)

### **Nivel de competitividad**

Comenta que la economía de la empresa se centra principalmente en la competitividad en el ámbito de las organizaciones productoras de bienes y servicios, pero no podemos obviar que debe existir también competitividad a unos niveles macroeconómicos. (Porter, 2011)

Competitividad Nacional: Es la que abarca los factores de carácter macroeconómico, tratando de explicar porque una empresa es competitiva acudiendo a las ventajas comparativas que un País posee con relación a los otros, como costos salariales, precios, tipos de cambio, entre otros.

Competitividad Sectorial: se refiere a la infraestructura regional en donde se encuentran carreteras, aeropuertos, sistemas de comunicación, infraestructura educativa y servicios, por mencionar algunos de los más importantes. La empresa necesita buenos sistemas de comunicación que hagan llegar los productos rápidamente a los mercados. Así como también faciliten la llegada de las mercancías de los proveedores de otras zonas, que pueden reportarnos ventajas en calidad o en costes con respecto a los proveedores de la zona. Podemos elegir el proveedor que más nos interese sin estar obligados por razones externas a la empresa a elegir aquellos de la región. No debemos tampoco olvidar la formación, pues tener mano de obra calificada y bien formada es la base para que las empresas de la región cuenten con personas competentes que crean empresas competitivas.

Competitividad Empresarial: Explica todo lo que ocurre dentro de la propia empresa, la capacidad de su gente, su nivel de desarrollo tecnológico, la calidad de sus productos, los servicios que presta, su capacidad de vinculación con otras empresas o la información de que se dispone al interior. Este tercer elemento se desarrolla en el resto del trabajo, pues este tema es bastante importante.

### **Etapas de la competitividad**

(Porter, 2008) manifiesta que la evolución ascendente de la competitividad se puede dividir en cuatro etapas:

- Etapa incipiente: Aquí la competitividad es bastante baja; la empresa actúa según las demandas del mercado o interés de sus propietarios; la aplicación de los principios de competitividad pueda ser nula; tiene poco control sobre su destino;

reacciona por percepción; se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

- Etapa aceptable: Nivel regular de competitividad; se han subsanado los puntos principales y vulnerables utilizando los principios adecuados para desarrollarnos de muy buena manera ante el público consumidor y la competencia; los principios de competitividad se usan correctamente; la organización se hace responsable del futuro de la mype y direcciona su destino donde le crea conviene.
- Etapa superior: buen nivel de competitividad; la empresa comienza a ocupar posicionamiento en el mercado que lo mantiene dentro de su mercado; domina los principios de competitividad; se mantiene atenta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio inesperado; presta atención a los siete principios de competitividad; da mayor énfasis al clima laboral para lograr homogenizar el pensamiento, sentimiento y accionar de todo su personal.
- Etapa sobresaliente: Alto nivel de competitividad; genera cambios en el rubro y las demás se van adecuando a ellos; perciben de los competidores la búsqueda de debilidades en el mercado; los principios de competitividad se aplican con alta eficiencia y todos los miembros de la empresa tienen una real convicción de ellos; están en posibilidad de compartir su tecnología directiva con otras empresas.

### **Teoría de la competitividad**

Dávila (2010) expone que, la diversidad de información sobre competitividad de las maneras de enfocar el tema de acuerdo a cada situación, sector, nivel y ante la ausencia de una enumeración concreta en los diversos autores, se pone de su conocimiento los

muchos factores que inciden en el éxito competitivo de las micro y pequeñas empresas, como las de a continuación:

Capacidades directivas: es donde el autor dice que la competitividad depende de las personas; de sus actitudes, habilidades, capacidad de innovar, intuición y creatividad, saber escuchar y comunicarse con los demás, planear y resolver problemas, trabajar individualmente y en equipo, de aprender, responsabilidad y tenacidad. Los jefes ejercen una función importante en las empresas, sabiendo que la responsabilidad recae sobre ellos, por tanto, es necesario el conocimiento en manejo de los recursos y capacidades de sus empresas y de su entorno competitivo.

Calidad en la producción o prestación de servicios: bastante importante este punto, pues es el factor donde se explica que el ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es que el cliente sepa diferenciar por la calidad, cualidades, de atender y asombrar a los clientes, con los bienes y servicios.

Ventajas Competitivas (costo-calidad): Las empresas competitivas son aquellas capaces de ofrecer continuamente servicios con atributos apreciados por sus clientes. Si una empresa no invierte en mantenerlas, remozarlas, tarde o temprano estará condenada a perderlas.

Recursos tecnológicos: Para poder afrontar los abundantes desafíos de este rubro y de las exigencias de los clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras en sus productos o servicios como en sus procesos. Para ello deben incorporar tecnologías que les permitan posicionarse por delante de su competencia.

Recursos humanos que son los necesarios para lograr el éxito competitivo: Las

empresas, deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos con la experiencia requerida, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

Recursos financieros: La debilidad de los balances en este tipo de empresas hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo que evite la falta de liquidez. Asimismo, que habitualmente el poder de negociación con entidades de crédito sea inversamente proporcional al tamaño de la empresa hace necesario primero, un alto conocimiento de la oferta financiera y una especial atención a los fondos.

Las empresas que poseen la orientación al trabajo lograrán que sus trabajadores tengan claro cuáles son sus objetivos, a quién delegar en caso necesario y, sobre todo a desarrollar habilidades blandas.

### **Estrategias para lograr la competitividad**

Las empresas han descubierto muchos métodos diferentes para crear una posición defendible en un sector, sin embargo, podemos identificar tres estrategias competitivas genéricas, internamente consistentes, que pueden ser usadas una a una o en combinación, para crear dicha posición defendible a largo plazo y sobresalir ante los competidores en el sector (Smith, 2016) y son: -

Liderazgo general en costos: Consiste en que estos sean de bajos precios a través de una eficiente asignación de recursos apoyado en una adecuada división de trabajo; unos costos reducidos con respecto a la competencia, esto conlleva a una ventaja competitiva muy importante para poder fijar bajos precios y una buena política en costos nos acercará hacia la “optimización” de los costos.

Diferenciación del producto: Si la demanda considera que nuestro producto es igual que

otro puede dejar de consumir el nuestro ya sea por mejor precio, producto de la zona, entre otros; ahora si nuestro producto se considera diferente al resto, ofrece ventajas que otros no ofrecen y la demanda no considera sustitutivo a ningún otro producto; seremos competitivos porque la demanda no consumirá otros productos que considera diferentes al nuestro.

Enfoque o alta segmentación: La economía actual se caracteriza por la saturación de los mercados. Es arduo encontrar mercados que no estén muy desarrollados, es por ello que las empresas ya no buscan mercados que ocupar, sino que tiendan a la segmentación; es necesario concentrarse en algún segmento del mercado para competir mejor sin tener que andar diversificando esfuerzos; la empresa debe asentarse en el nicho empresarial donde exista mercado que satisfacer y pueda especializarse en él. Toda empresa que quiera mantenerse en una unidad de negocio deberá tratar de conseguir estos tres aspectos; lo ideal para la misma sería que tuviese las tres características, aunque cualquiera de ellas por separado convierte una organización en una organización medianamente competente. Asimismo, es la estrategia principal para atención al cliente pues es una herramienta potente y muy importante del marketing actual. Su correcto desempeño permite al trabajador realizar su trabajo con beneficio. Brindando un buen servicio al cliente posibilita difundir la imagen de cualquier empresa y la suya propia, obtener información adecuada del mercado y apoyar la publicidad y/o promociones de ventas que su empresa realiza.

Es bueno recordar que captar a un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener a uno. Todavía Serna nos recalca que la confiabilidad de los colaboradores es un factor importante, a un más cuando atención al cliente interno y al cliente externo, basándose en la lealtad, con la idea de mejorar el cuidado de los mismos

para afianzar su fidelidad a la empresa. De esta forma se va desarrollando una generación de clientes más exigentes en el ámbito externo, primero, y a nivel interno después; los clientes empiezan a demandar cada vez más, y la empresa, para conservarlos, pide a sus empleados, proveedores e inversionistas su participación. Hay que señalar y agregar que esas tendencias de desarrollo conllevan exigencias de un mejor servicio y una nueva organización interna.

**Ley del Congreso de la Republica** (02 de Julio del 2013) Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”.

Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPE). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que estaba “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”

### **Cambios que confiere esta Ley a las micro y pequeñas empresas**

Se cambian los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la siguiente manera:

- Las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) pueden acogerse al Nuevo RUS “Decreto Legislativo 937, Ley del Nuevo Régimen Único Simplificado” cumpliendo los requisitos establecidos por dicha norma.
- Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de Trabajo (MINTRA) a la SUNAT Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de

amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el D. Leg. N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, gozan de un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 (tres) años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspectivo. El régimen laboral especial establecido mediante el D. Leg. N° 1086 es ahora de naturaleza permanente.

- El régimen laboral especial de la microempresa creado mediante la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 03 (tres) años. Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el D. Leg. N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la Autoridad Administrativa dentro de los 30 (treinta) días de suscrito.
- El TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”
- La microempresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 (un) año

calendario adicional el mismo régimen laboral.

- La pequeña empresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá conservar por 03 (tres) años calendarios adicionales el mismo régimen laboral. Sobre este punto, cabe recordar que en el año 2003 se publicó la Ley N° 28015, Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa. Estando esta norma vigente hasta el 30 de setiembre de 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entró en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

## **Gestión de Calidad**

### Teoría de la Gestión de la Calidad

(Deming, 1993). Reconoció la importancia de considerar los procesos administrativos estadísticamente. Durante la segunda guerra mundial, impartió cursos de control de calidad como parte del esfuerzo de defensa de Estados Unidos, pero se dio cuenta de que enseñar estadística solo a los ingenieros y trabajadores de las fábricas nunca solucionaría los problemas fundamentales de la calidad que era necesario resolver en la manufactura. A pesar de numerosos esfuerzos, se ignoraron sus intentos por transmitir el mensaje de la calidad a los altos directivos de alto nivel en Estados Unidos. Poco después de la segunda guerra mundial, Deming recibió una invitación por parte de Japón para que ayudara al país a realizar un censo. Los japoneses habían escuchado sobre sus

teorías y la utilidad de estas para las empresas estadounidenses durante la guerra.

Como consecuencia, pronto empezó a enseñarles control de calidad estadístico, sin embargo, su filosofía trascendió la estadística.

### **Los 12 puntos de William Deming**

- Crear constancia: en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, de permanecer en el negocio y de proporcionar puestos de trabajo.
- Adoptar la nueva filosofía: Nos encontramos en una nueva era económica y los diferentes objetivos deben ser conscientes del reto, deben aprender sus responsabilidades y hacerse cargo del liderazgo para cambiar.
- Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad: Eliminar la necesidad de la inspección en masas, incorporando la calidad dentro del producto en primer lugar desde una buena capacitación al trabajador hasta la post-venta.
- Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio: En vez de ello, minimizar el costo total. Tender a tener un sólo proveedor para cualquier artículo, con una relación a largo plazo de lealtad y confianza.
- Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio: para mejorar la calidad y la productividad, y así reducir los costos continuamente.
- Métodos modernos de capacitación: Es de vital importancia la actualización en la capacitación para aprovechar tantas máquinas, herramientas, materias primas.
- Implantar métodos de liderazgo: El objetivo de la supervisión debería consistir en ayudar a las personas y a las máquinas y aparatos para que hagan un trabajo mejor. La función supervisora de la dirección necesita una revisión, así como la supervisión de los operarios.

- Eliminar el miedo, de manera que cada uno pueda trabajar con eficacia para la compañía.
- Eliminar los slogans, exhortaciones y metas para pedir a la mano de obra cero defectos y nuevos niveles de productividad. Tales exhortaciones sólo crean más relaciones adversas, ya que el grueso de las causas de la baja calidad y productividad pertenecen al sistema y por tanto caen más allá de las posibilidades de la mano de obra.
- Se exponen dos puntos: Eliminar las barreras que privan al trabajador de su derecho a estar orgulloso de su trabajo. La responsabilidad de los supervisores debe virar de los meros números a la calidad; Eliminar las barreras que privan al personal de dirección y de ingeniería de su derecho a estar orgullosos de su trabajo. Esto quiere decir, entre otras cosas, la abolición de la calificación anual o por méritos y de la gestión por objetivos.
- Implantar un programa riguroso de educación y auto mejora: El enriquecimiento del conocimiento en el personal, será de suma importancia en la mejora de su productividad dentro de la empresa.
- Poner a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación: La transformación es tarea de todos, es decir, involucrar a todos a cumplir con la calidad.

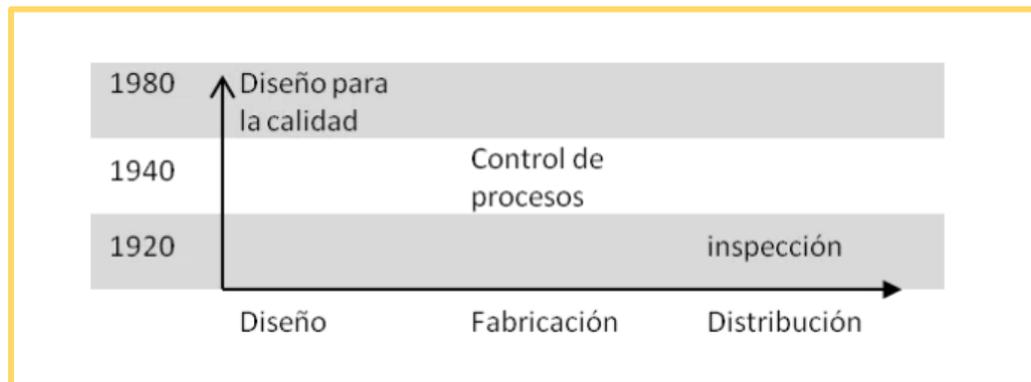
Joseph M. Juran, 1990 «Manual de control de calidad de Juran», «Juran y el liderazgo para la calidad», y «Juran y la planificación para la calidad».

Al identificar en forma total los costos que nos acarrearía tener una mala calidad, hacer conciencia a todos para tratar de lograr siempre la mejor calidad en todos los aspectos;

permite adecuar el producto para las siguientes utilidades: Fabricar un producto o servicio ideal que satisfaga las necesidades del cliente plenamente. También se aplica de dos maneras: El efecto principal se acusa en las ventas, por lo general la mayor calidad cuesta más. Lo segundo es el efecto principal que se acusa en los costos, por lo general la mayor calidad cuesta menos.

### Historia de la Gestión de Calidad

El tratado más longevo sobre calidad fue descubierto en Egipto, en la tumba de REKHEMI-RE en Tebas 1450 a.c. y muestra como inspector la perpendicularidad de un bloque de piedras con ayuda de una cuerda.



(Macías, 2011). Los Sistemas de Gestión de calidad son de una aparición parcialmente reciente que se han fortalecido a comienzos del año 2000, por ser el centro de enfoque de normas ISO 9000. Nos detalla que, mediante el criterio de procedimientos de calidad, no pertenecen a un tiempo actual, por el contrario, el concepto de tienen ya por lo menos medio siglo de la existencia y reconocimiento, como preocupación constante para la adecuada gestión de las organizaciones.

“La calidad es la aprobación junto con condiciones y especificaciones de fabricación” (Vértice, 2008). Entonces la dedicación de un producto bien elaborado va de la mano con las especificaciones en el procedimiento de elaboración, y si estas se cumplen entonces el producto cumplirá con los requerimientos, entonces se considerará como válido y útil.

Los Sistemas de Gestión de Calidad no siempre suelen ir acompañados de innovación puesto que lo relaciona como modelos de comportamiento (Perdomo, 2010). Las empresas deben ser flexibles al momento de transformar su producto, esto generaría estructuras solidas capaces de sobrevivir en el rubro competitivo.

La metodología empleada fue de tipo aplicativa, descriptiva de campo, transversal con un diseño no experimental. La población estuvo constituida por el gerente general de diecinueve empresas. Como instrumentos de recolección de datos se utilizaron una entrevista conformada de veinte seis preguntas, todas preguntas serradas.

Todos los instrumentos fueron validados, en tanto, los cuestionarios fueron sometidos a una prueba piloto. Los resultados demostraron que existen diversas debilidades en materia de calidad, relacionados con la ausencia en la empresa de medios efectivos para difundir sus parámetros y lineamientos de calidad a todo su recurso humano, expresando esto en un mejor servicio al cliente.

Este estudio dio como resultado el diseño de un sistema de gestión de calidad, el cual atiende las normas nacionales existentes, el cual permitirá reforzar aquellos aspectos positivos de la empresa, y neutralizar o eliminar sus fallas o debilidades.

Al tener un desarrollo en la calidad, los costos se ven reducidos y, por consiguiente, mejoran los resultados (Ejem. Económico-financiero). (Derning, 1986).

La gestión de calidad es definida como una herramienta de competitividad de doble cara, ya que está dirigida a incrementar la calidad del producto o servicio en términos de satisfacción del cliente, y a la reducción de costes en términos de eficiencia productiva. (Schuurman, 1997)

Además, mejorar la calidad significa que los costos se reducen –hay menos reprocesos, menos errores, menos demoras, menos obstáculos, menos inventarios– la productividad mejora, la rentabilidad crece y la competitividad aumenta. (W. Edward Deming, 1993)

### **Técnicas de la calidad**

(Por Deming), El elemento técnico concierne a la producción del servicio; el elemento funcional concierne a la interfaz de entrega del servicio. La conducta del personal causa un efecto crítico en la percepción de la calidad por parte del cliente. Si no se cuida este aspecto, de poco sirven los demás.

Las conductas que afectan a las percepciones de la calidad del servicio se considera que son las siguientes:

- **Fiabilidad:** El personal se atiene siempre a las normas, cumple las promesas y consigue que las cosas salgan bien a la primera.
- **Sensibilidad:** El personal responde con prontitud, disfruta prestando el servicio y demuestra deseo de agradar.

- Competencia: El personal tiene los conocimientos y la experiencia necesarios para prestar el servicio.
- Acceso: El personal es comunicativo y es fácil ponerse en contacto con quien se necesite hablar.
- Cortesía: El personal muestra consideración y respeto hacia el cliente.
- Comunicación: El personal informa al cliente en un lenguaje claro y educado; escucha con atención las dudas del cliente.
- Credibilidad: El cliente piensa que puede confiar en el personal.
- Seguridad: El cliente se siente seguro.
- Comprensión: El personal se esfuerza por comprender las necesidades del cliente y de satisfacer sus deseos; conocen a cada cliente y le atienden de manera individual.
- Elementos materiales: El aspecto externo de los empleados es el adecuado.

### **Beneficios de Calidad**

El artículo de investigación expresa que la tendencia crece a la globalización de la economía y el comercio internacional, en compañía de los resultados científicos técnicos obtenidos; se ha elevado sumamente la tarea de la calidad como eje determinante en las fases de producción en los servicios. (Romero, 2010)

### **Importancia de la Calidad**

La importancia de ciertos beneficios se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo dentro de una organización, pues el mayor reto es implementarlo más allá de lo que constituya y mantener un equilibrio sus procesos de mejora. Como el de mejorar la calidad de producción y efectuar cambios en los productos o prestaciones de servicio. (John, 2014)

La competitividad es más alta, los servicios son ofertados y aumentan considerablemente y son variables, y se debe colocar un valor agregado tratando de buscar algo diferente, pues los clientes van en busca de calidad y precio para ir equiparando.

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos (Álvarez, 2009). Expresa que para que exista un rango de calidad se debería valorar el impacto del nivel de satisfacción por parte de los clientes, por tanto, la organización puede conseguir una prestación eficiente, eficaz y analizar con profundidad los componentes del bien de consumo o servicio.

### **El gimnasio**

En el aspecto social, una gran mayoría de las personas han optado por una vida más saludable y ello les permite optar por este servicio, que es acudir a un gimnasio para lograr una mejor condición física y saludable. Las personas adultas acuden a los gimnasios para mantenerse más saludables y las personas jóvenes es una mezcla de dos factores – estético y saludable.

Actualmente, en el Perú, podemos encontrar bastantes variedades en la oferta de gimnasios, la cual va desde los establecimientos pequeños hasta los grandes las que ofrecen paquetes para todo, o simplemente adquirir máquinas de ejercicio para tenerlo en casa.

En general, los gimnasios en Perú tienen un crecimiento del 20% anual. En el 2011 su crecimiento solo en Lima fue de un promedio del 5.5% y en provincias solo del 2%; por lo tanto, aún queda mucho espacio para crecer innovando.

### Historia de los gimnasios

En el siglo XVIII ya existían un total de veintisiete monografías que relatan los beneficios del movimiento sobre la salud (Gaj y Hadzelek, 1997; citado por Barbany, 2000). A la largo de la historia hubo diversos sistemas de gimnasia pero durante los siglos XIX Y XX, los más influyentes en Europa fueron los Movimientos del Norte surgidos de la Escuela Sueca -con una concepción biológico-anatómica-, los Movimientos del Centro creados a partir de la Escuela Alemana -con la vertiente más militar y la nacionalista-, los movimientos del oeste surgidos de la escuela francesa y por último la Escuela Inglesa, que seguirá una línea deportiva, incluyendo actividades como juegos y deportes.

Pero quien renovó realmente la gimnasia fue el creador del Instituto Central de Gimnasia de Estocolmo, Pehr Henrik Ling (1776-1839), este sueco establecería lo que mundialmente se conocía como “gimnasia sueca”. Otro de los pioneros de la gimnasia, el pedagogo, Friedrich Ludwig Jahn (1778-1852), fundó en 1811, en Berlín, el Turnverein, un club gimnástico que estaba presente en toda Alemania y que tenía ideales nacionalistas. Inventó ejercicios que desarrollaban la fuerza física y la autodisciplina para los que usaba piezas de aparatos estáticos.

En España Francisco de Paula Amorós (1770-1848) es considerado el iniciador de la cultura física en el Real Instituto Militar Pestalozziano en 1806 (Barberá, 1991).

Francisco de Aguilera en 1863, seguidor de Amorós, obtuvo la dirección del Gimnasio del Real Madrid después de diseñar diversas máquinas de ejercicios que alcanzaron el reconocimiento internacional.

En 1865 se inauguró en Estocolmo el Instituto Médico Mecánico, el sueco Guastav Zander siguiendo las ideas de Ling, sentó las bases de la gimnasia médico-mecánica, mecanoterapia, que se extendería por todo el mundo para la recuperación y readaptación de las personas que sufrieron secuelas en la I Guerra Mundial.

En Barcelona Letamendi creó en 1868 con su colaborador Francisco Casas, un denominado “Establecimiento Dinamoterápico” para llevar a la práctica sus ideas. Concebido como “templo-cátedra para ejercicios morales y evangélicos y cuyo objetivo esencial es el de crear hombres buenos, sanos, dignos, humildes, fuertes, sobrios, virtuosos, perfectos para sí y útiles a la sociedad; más breve cristianos”.

Asimismo, aparece en la bibliografía médica, la referencia de la inauguración de el “nuevo gimnasio higiénico del Sr. Bricall” en 1884, traslado y renovación de otro anterior ya existente, con el Sr. Fidel Bricall y el “médico Sr. Cornet” al frente, destinado a “la juventud mal avenida, con su aplastado pecho y músculos de eremita, intenta con más o menos éxito, obtener el debido equilibrio entre su exaltado espíritu y cuerpo”. Este gimnasio estaba dotado de “centenares de aparatos gimnásticos, entre ellos un dinamómetro que tanto sirve para medir la fuerza de los extremos superiores como para desarrollarla, banco ortopédico...”; de “aparatos terapéuticos de hidroterapia, electricidad estática, galvanoterapia...”. (Barbany, 2000).

En el último cuarto del siglo XIX, siguiendo los métodos de Ling y Zander, se difundieron los principios terapéuticos basados en la actividad física y el movimiento, en el prestigioso Instituto Central de Gimnasia de Berlín. Las nuevas escuelas fundadas por Von Leyden en Berlín y Max Herz en Viena serían frecuentadas por médicos y profesores de gimnasia con el fin de aplicar y difundir esas enseñanzas por todo el continente. (REVERTER MASÌÀ & BARBANY CAIRÓ, 2007)

### **3.3. Marco Teórico Conceptual**

#### **Competitividad**

Es la producción de bienes y servicios de mayor calidad y de menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nacional mantener y aumentar los ingresos reales. (Porter, 1990)

#### **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer, cumplir y planificar la calidad, los objetivos de calidad y la mejora de la calidad por toda la bodega. (Juran, 1990)

#### **Desempeño empresarial**

Es la capacidad la cual nos permite contar con atributos, la cual nos da el desempeño empresarial que brindemos, esto nos otorga cierto tipo de ventaja sobre los competidores del mismo rubro, gracias a la creación de grupos de valor. (Morales & Pech, 2000)

#### **Mype**

MYPE. La Ley N° 30056 (2013), determina a las micro y pequeñas empresas como una unidad económica y que es operada por una persona natural o jurídica, con el objetivo de hacer actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestar servicios al público.

**Ley del Congreso de la Republica** (02 de Julio del 2013) Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”.

### **III. Metodología**

#### **3.1. Diseño de investigación**

Fue una investigación cuantitativa, descriptiva, no experimental – transversal,

Es cuantitativa, porque empleó métodos estadísticos para analizar los datos. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2006), los enfoques cuantitativos “miden fenómenos, utilizan estadísticas, emplea experimentación, analiza la causa y efecto de los problemas”

Fue descriptiva porque solo registró los hechos tal como se encontró en su naturaleza. Para Soto (2015) “el propósito de esta investigación es describir las características cuantitativas y cualitativas de los sujetos investigados sobre la variable de estudio, es decir detallar cómo es la variable

Fue no experimental porque el estudio no tuvo manipulación de variables deliberadamente. Gómez (2006), afirma que -los diseños experimentales son propios de la investigación cuantitativa. Los diseños no experimentales se aplican en ambos enfoques.

Y finalmente, fue Transversal porque se realizó en un mismo momento a través de un cuestionario. (Sampieri, 2003)

## **Población y Muestra:**

### **3.1.1. Población**

Se utilizó una población constituida por 19 Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018. Una población es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones (Hernández, 2006)

### **3.1.2. Muestra**

Fue un total de la población de las Mypes, ya que es una población pequeña conformada por 19 Micro y pequeñas empresas.

“Es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”

(Arias, 2006)

## **3.2. Definición y Operacionalización de las variables**

Tabla 1.

Operacionalización de las variables

VARIABLE		Definición Operacional			Escala / medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de Calidad	Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente (W. Edwards Deming 1989)	Planificar	Planificar objetivos de calidad para la satisfacción de los clientes.	Normativa	Likert
				Objetivos Equipos	
		Hacer	Proporcionar acceso a la mejor tecnología y la adecuada infraestructura para el desarrollo de las actividades del cliente.	Infraestructura	
				Servicios	
		Comprobar	Poner en práctica las herramientas la cual tenemos para poder mantener el estándar de calidad.	Estándar de calidad	
				Evaluación	
Actuar	Los sistemas de control y evaluación deberán tener el seguimiento permanente y adecuado para generar la satisfacción del cliente.	Personal capacitado			
Competitividad	La competitividad es la característica diferencial que una empresa tiene ante sus competidores y esta es capaz de crear diferencias para los adquirentes de este servicio. (Michael Porter, 1995)	Servicios innovadores	Implantar nuevas ideas según las necesidades del cliente	Generador de ideas	Likert
				Implantar nuevas ideas	
		Expectativa del cliente	Al no poder medir la expectativa porque no obtendremos una medición exacta, podemos basarnos en las características de interés de la población -parámetros-, que nos ayudarán a poder dar y proponer solución.	Percepción	
				Satisfacción del cliente	
		Beneficio adicional	Formas de servicios que se da a los clientes fuera de los beneficios declarados.	Calidad de servicio	
				Atención al cliente	
		Infraestructura	Generar ambientes confortables para el mejor desempeño de las actividades deportivas.	Ambientes individualizados	
				Instalaciones modernas	

### **3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:**

#### **Técnica**

En la presente investigación se ejecutó la técnica de la encuesta de 16 preguntas. La encuesta es un medio de recolección de información, la cual consiste en hacer preguntas a un grupo determinado de personas que previamente han seleccionadas (Mercado, 2008).

#### **Instrumento**

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue un cuestionario de 10 preguntas. El cuestionario, es el conjunto de preguntas respecto a una o varias variables que se irán a medir. (Hernández, 2014)

### **3.4. Plan de Análisis:**

Instrumento de medición, se refiere aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente. (Gómez, 2006)

Los datos obtenidos fueron mediante la aplicación de la técnica del instrumento de recolección de datos, recurriendo a los informantes o fuente los cuales fueron ingresados a los programas especiales de computo como, MS Word, Excel y el programa estadístico Ibm Statistics Spss 25 para el procesamiento de datos y que estos estén ordenados según sus categorías, niveles y clases correspondientes con la finalidad de tener los resultados y la presentación en tablas, figuras y el análisis estadístico.

### 3.5. Matriz de Consistencia:

Tabla 2.

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnica e instrumento
<p>¿Cuáles son las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de la calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del Distrito los olivos, 2018?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>a) Identificar los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018.</p> <p>b) Describir los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018.</p> <p>c) Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad del sector servicios, rubro gimnasios, del distrito de Los Olivos, 2018.</p>	<p>Gestión de Calidad.</p> <p>Competitividad</p>	<p>Se utilizará una población constituida por nueve (9) Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro gimnasios, del distrito de Los Olivos, 2018.</p>	<p><b>Tipo</b> Cuantitativa</p> <p><b>Nivel</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño</b> No experimental, transversal</p>	<p>Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado de 26 preguntas.</p> <p>a) 10 preguntas de instrumento de recolección de datos</p> <p>b) 08 preguntas de gestión de calidad</p> <p>c) 08 preguntas de competitividad</p>

### **3.6. Principios Éticos:**

De acuerdo con el código de ética para la investigación de la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, en la investigación se tienen en cuenta algunos principios que rigen la actividad investigadora, los cuales tienen como “propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad. A continuación, se explican los principios de ética.

**Protección a las personas.** Teniendo en cuenta que en una investigación se trabaja con personas, se tiene en cuenta en ello el respeto a la dignidad humana, la identidad, la diversidad, a confiabilidad y la privacidad. Esto implica que las personas involucradas en la investigación participen voluntariamente teniendo en cuenta el respeto de sus derechos fundamentales y en especial su protección si en caso se encuentren en una situación de vulnerabilidad.

**Beneficencia y no maleficencia.** Se debe proteger el bienestar de las personas involucradas en la investigación. En tal sentido 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 aplicar un juicio razonable, ponderable y tener criterio para tomar decisiones que no sean sesgadas hacia un propósito particular. Del mismo modo el tratamiento para todas las personas involucradas en la investigación debe ser equitativo, igualitario y justo.

**Integridad científica.** El investigador debe ser una persona íntegra en todos los aspectos de su vida profesional y personal. Avizorando en todo momento cualquier daño o perjuicio que pueda ocasionar la investigación y comunicando de manera correcta y a tiempo dichos riesgos. Del mismo modo el investigador debe declarar los conflictos de interés que puedan afectar el curso de la investigación en la publicación de resultados.

**Consentimiento informado y expreso.** La información vertida en la investigación y que debe ser publicada debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica de las personas e instituciones involucradas en la investigación.

**Instrumentos.** Se respeta la propiedad intelectual y la privacidad protegiendo la identidad de los personajes que participan en el presente estudio: los procedimientos para recoger los datos de las empresas fueron los siguientes.

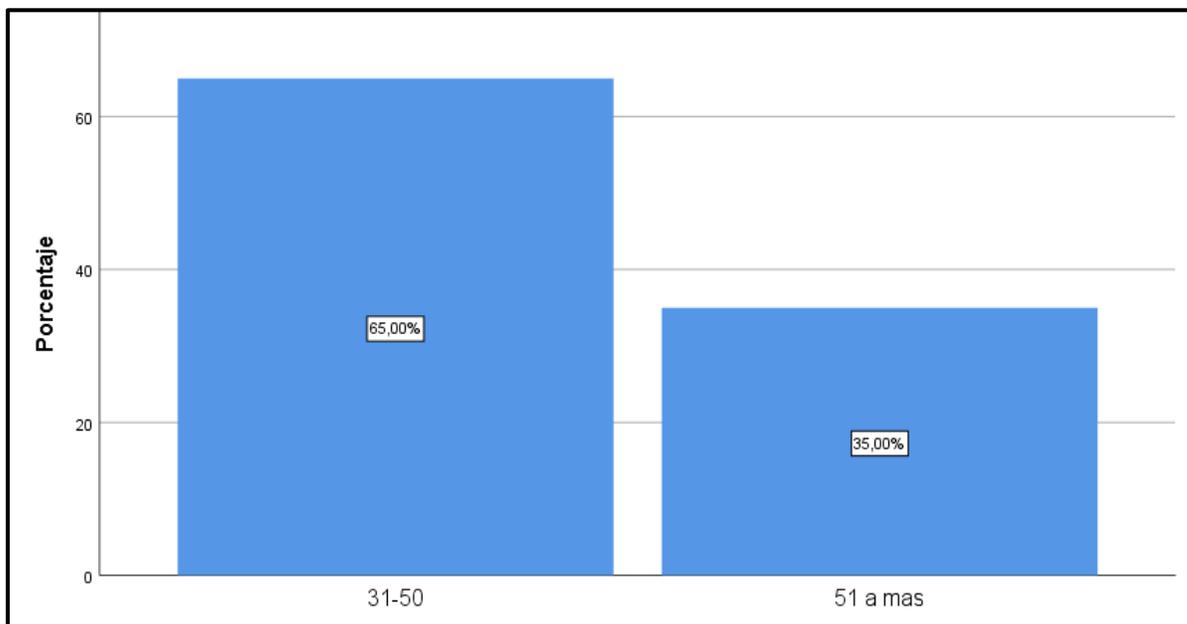
- a) Acopiar información acerca de las empresas a encuestar.
- b) Confeccionar el cuestionario.
- c) Aplicar cuestionario en las MYPE
- d) Ordenar y tabular datos en una hoja Excel.
- e) Trasladar información a una hoja de IBM STATISTICS SPSS 25.
- f) Procesar información y presentar en gráficos y tablas.

## IV. Resultado

### 4.1. Resultados:

Sobre los datos generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas

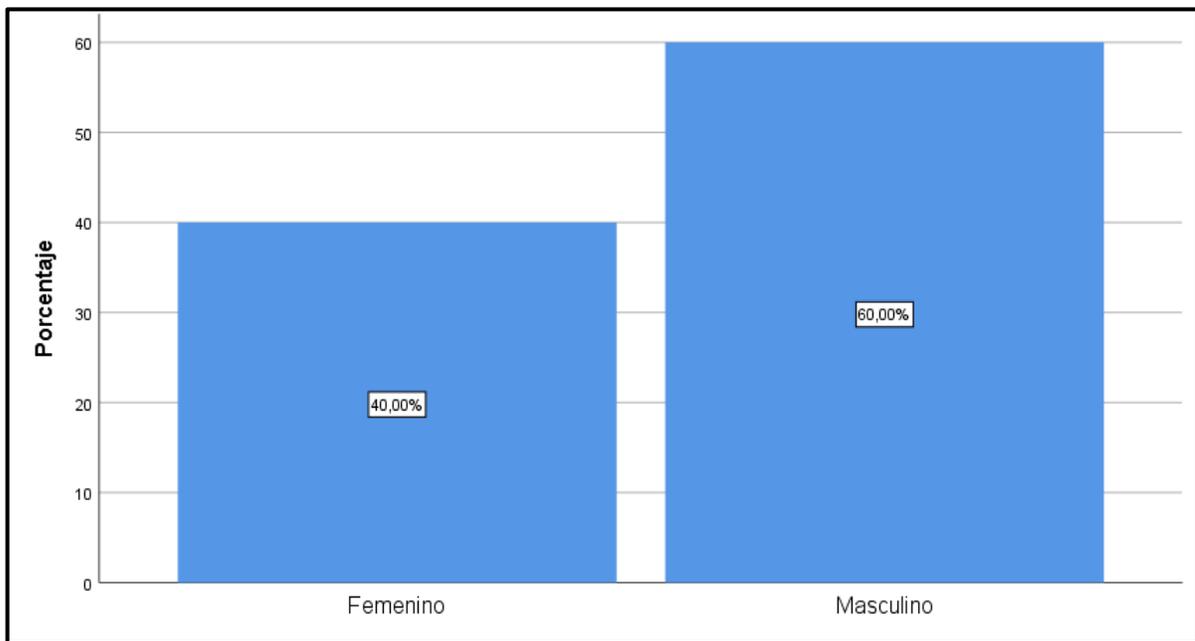
TABLA N°3 ¿Edad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	31-50	13	65,0	65,0	65,0
	51 a mas	7	35,0	35,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

Un 65,00% de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, mientras que el 35,00% tienen de 51 a más años.

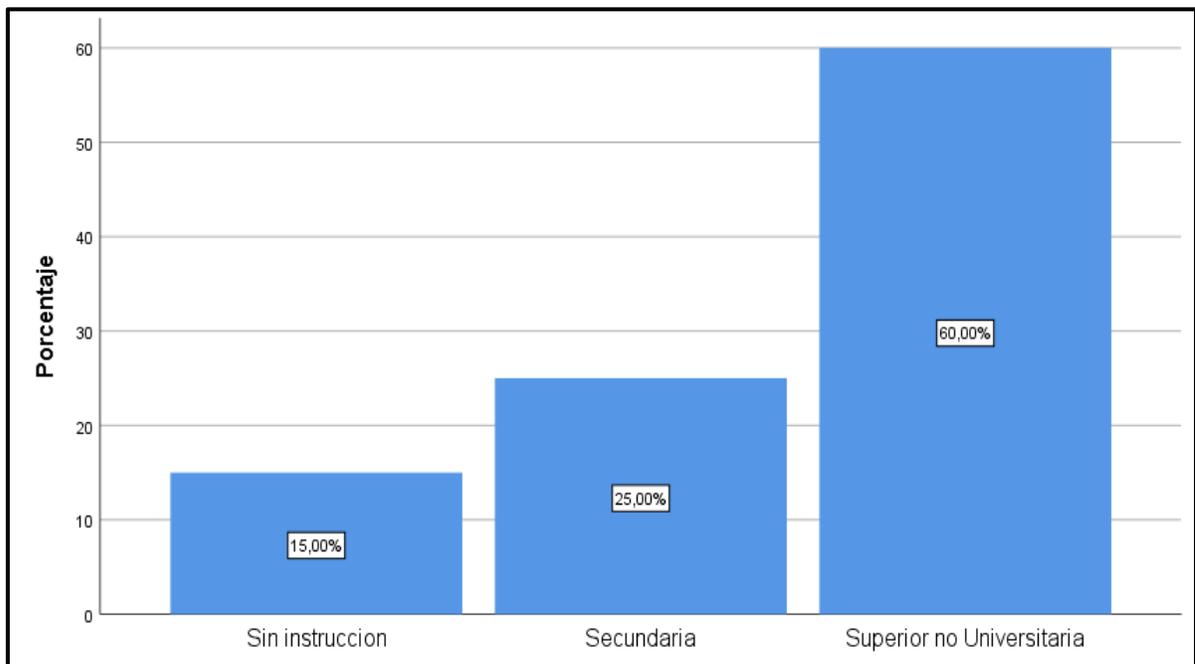
TABLA N°4 ¿Genero?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	8	40,0	40,0	40,0
	Masculino	12	60,0	60,0	100,0
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

Un 60,00% de los representantes son del género masculino y el 40.00% de género femenino.

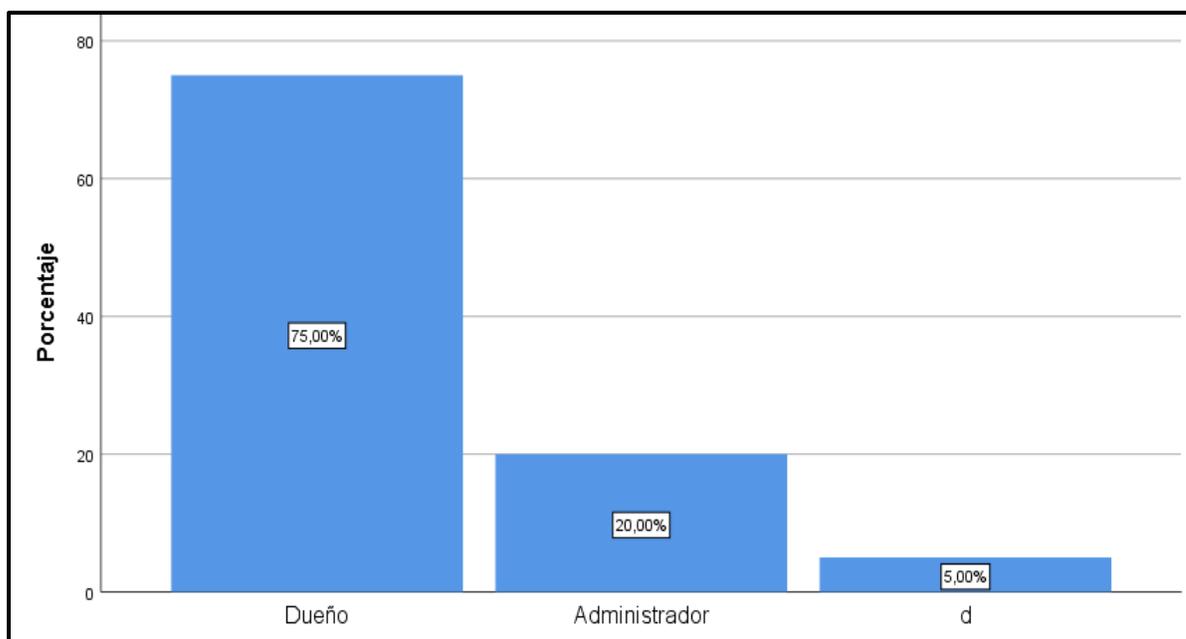
TABLA N°5 ¿Grado de Instrucción?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin instrucción	3	15,0	15,0	15,0
	Secundaria	5	25,0	25,0	40,0
	Superior no Universitaria	12	60,0	60,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

Un 60.00% de los representantes encuestados cuentan con estudios superior no universitario (técnico) completo, mientras que el 25% cuenta con estudios secundarios y el 15.00% incompletos.

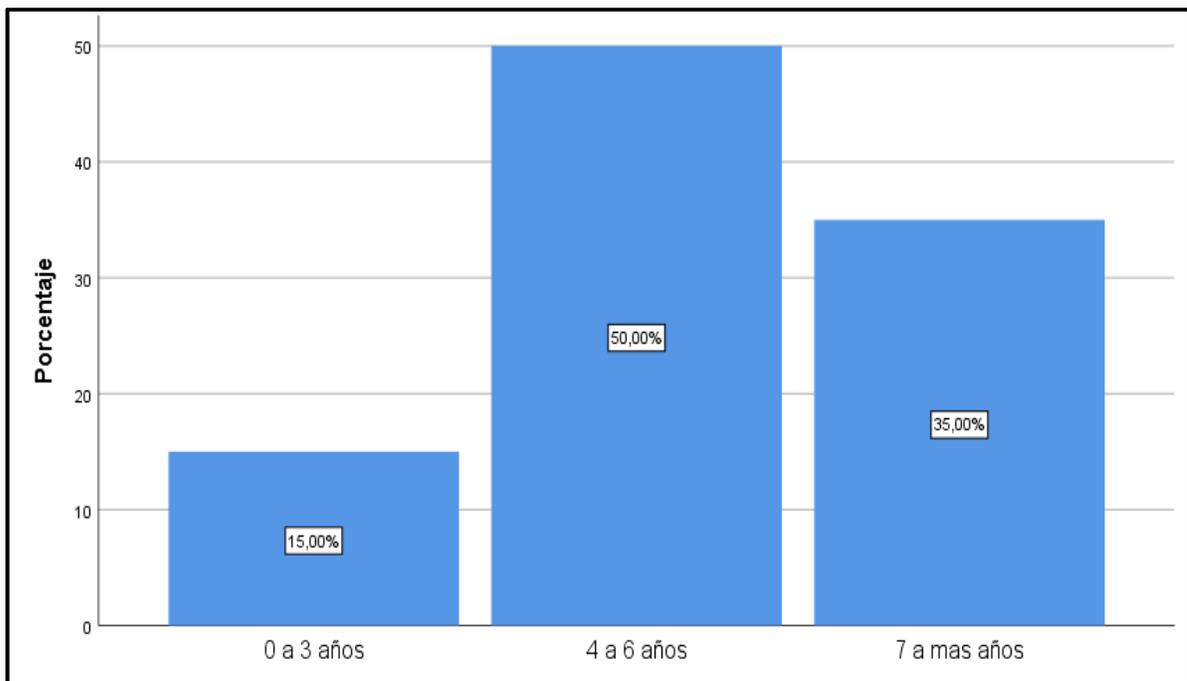
TABLA N°6 ¿Cargo que Desempeña?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	15	75,0	75,0	75,0
	Administrador	4	20,0	20,0	95,0
	D	1	5,0	5,0	100,0
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

Un 75.00% de los representantes encuestados son dueños, mientras que el 20.00% ocupan el cargo de administradores y el 05.00% son encargados.

TABLA N°7 ¿Tiempo que Desempeña?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	0 a 3 años	3	15,0	15,0	15,0
	4 a 6 años	10	50,0	50,0	65,0
	7 a más años	7	35,0	35,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



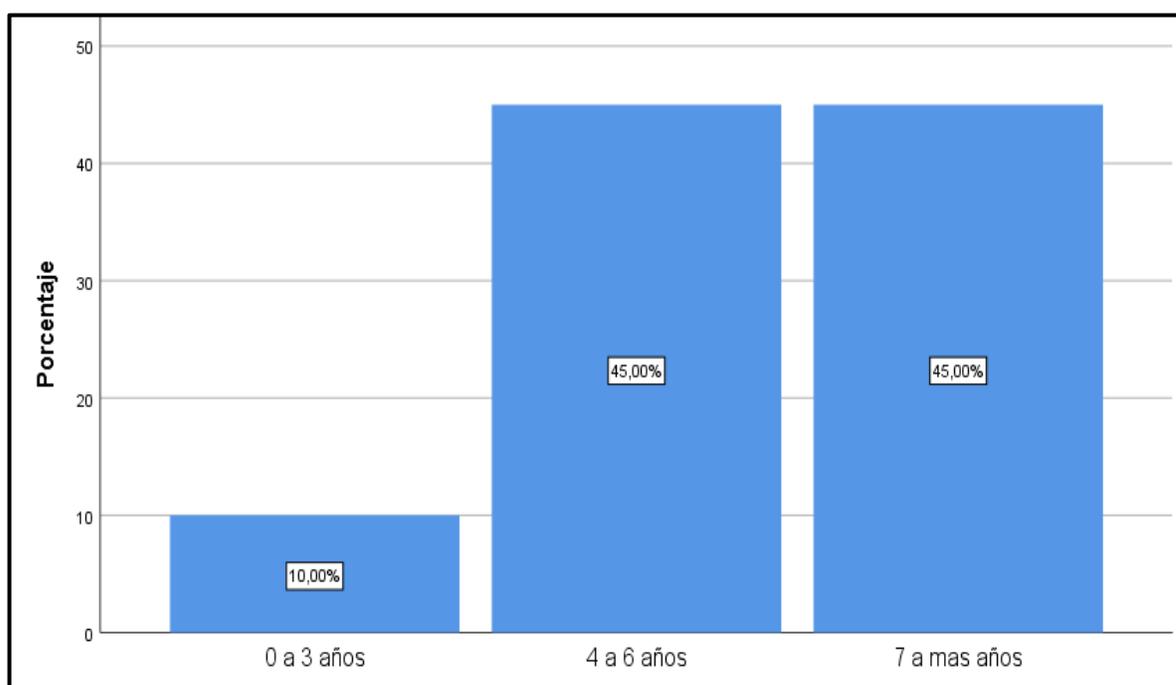
### Interpretación

Un 35.00% de los representantes encuestados desempeñan el cargo más de 7 años, mientras el 50.00% desempeñan el cargo de 4 a 6 años y una minoría de 15.00% o desempeña casi 3 años.

## 4.2. Resultados:

### Características de las Micro y Pequeñas Empresas

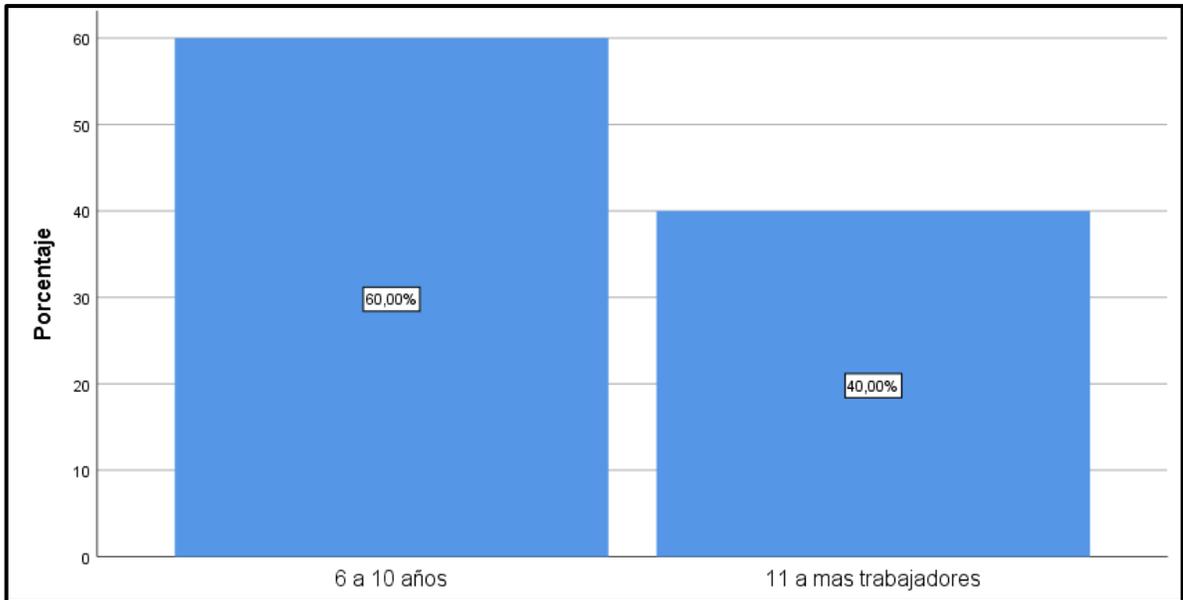
<b>TABLA N°8 ¿Tiempo de Permanencia de la Empresa en el Rubro'</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 3 años	2	10,0	10,0	10,0
	4 a 6 años	9	45,0	45,0	55,0
	7 a más años	9	45,0	45,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

Un 45.00% de los encuestados permanecen en el mercado y rubro más de 7 años, mientras que otro 45.00% permanece en el mercado y rubro de 4 a 6 años, finalmente un 10.00% permanece menos de 3 años.

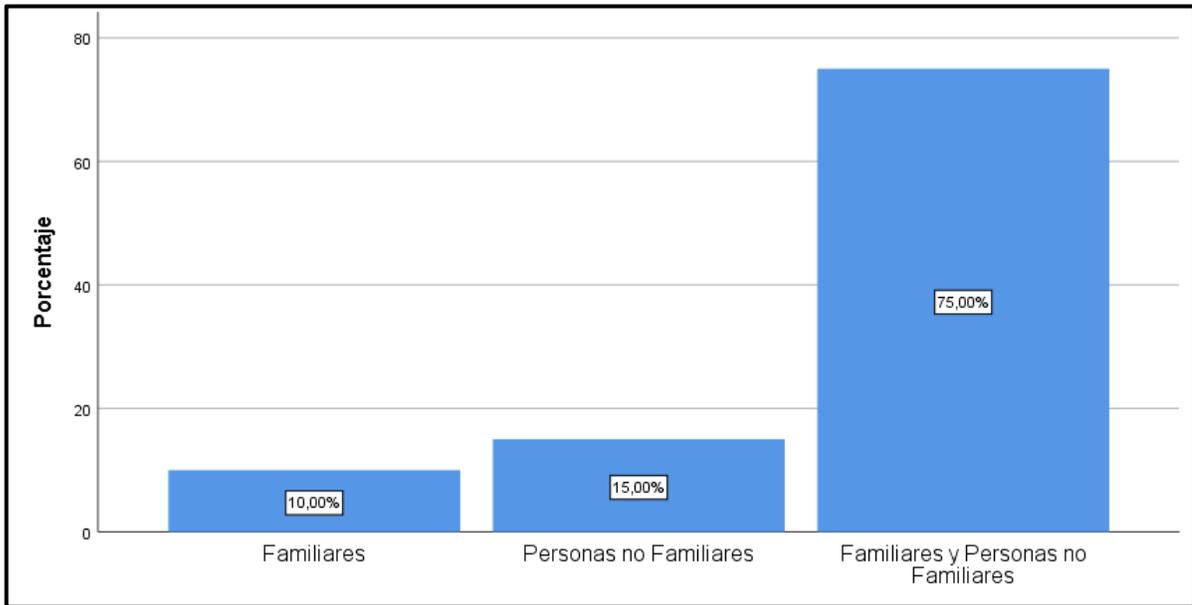
TABLA N°9 ¿Número de Trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	6 a 10 años	12	60,0	60,0	60,0
	11 a más trabajadores	8	40,0	40,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

Un 60.00% de los encuestados administra de 06 a 10 trabajadores diariamente mientras que el 40.00% manejan de 11 trabajadores a más.

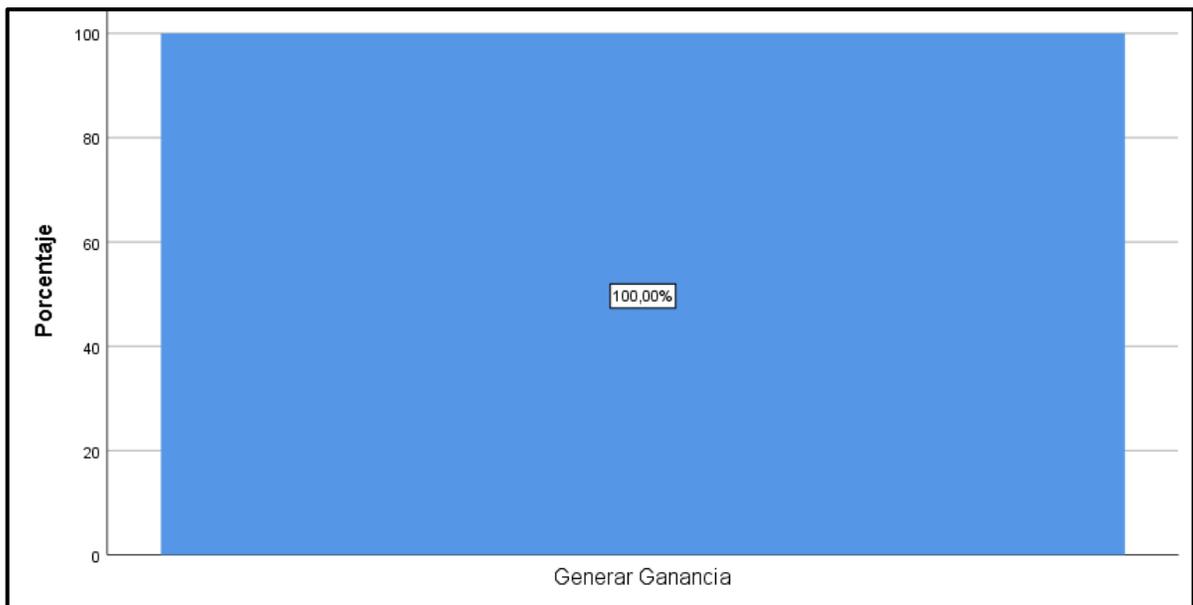
TABLA N°10 ¿Personas que Trabajan en su Empresa Son?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares	2	10,0	10,0	10,0
	Personas no Familiares	3	15,0	15,0	25,0
	Familiares y Personas no Familiares	15	75,0	75,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

Existe una mayoría de 75.00% que dirigen sus mypes con personas las cuales pertenecen a su familia y otras personas contratadas, mientras que el 15.00% solo trabajan con personas asalariadas, existiendo un mínimo porcentaje de 10.00% las pertenecen solo a grupo familiar.

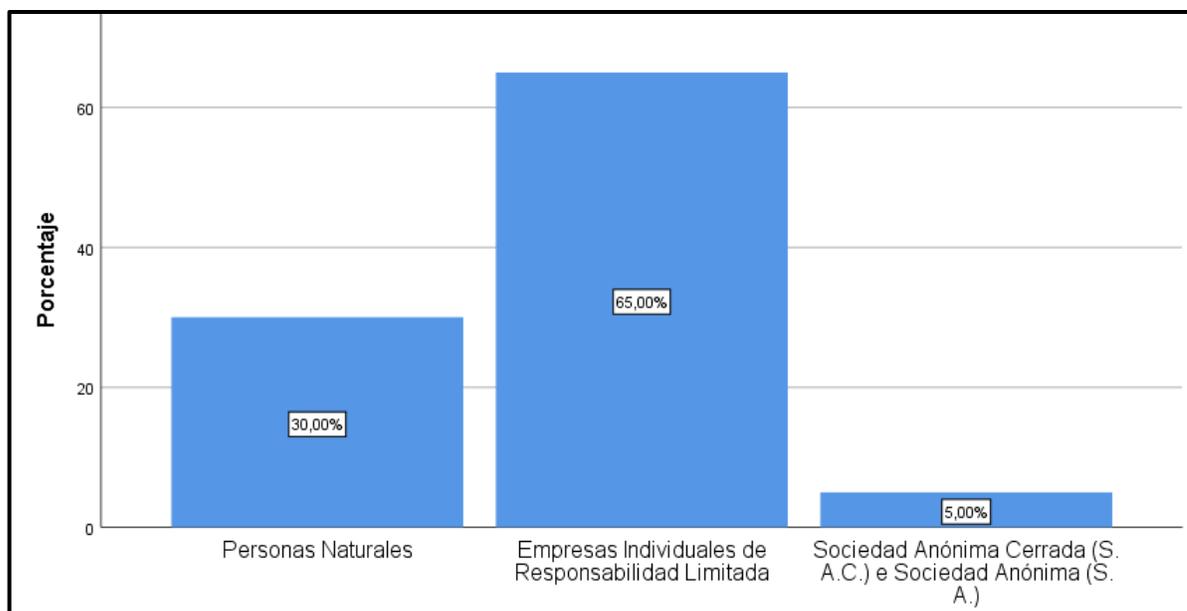
<b>TABLA N°11 ¿Objetivos de Creación?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Generar Ganancia</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



### **Interpretación**

Podemos apreciar que los resultados en su totalidad (100.00%) crean sus mypes a fin de generar ganancias.

TABLA N°12 ¿Tipo de Constitución de la Empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Personas Naturales	6	30,0	30,0	30,0
	Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada	13	65,0	65,0	95,0
	Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) e Sociedad Anónima (S.A.)	1	5,0	5,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



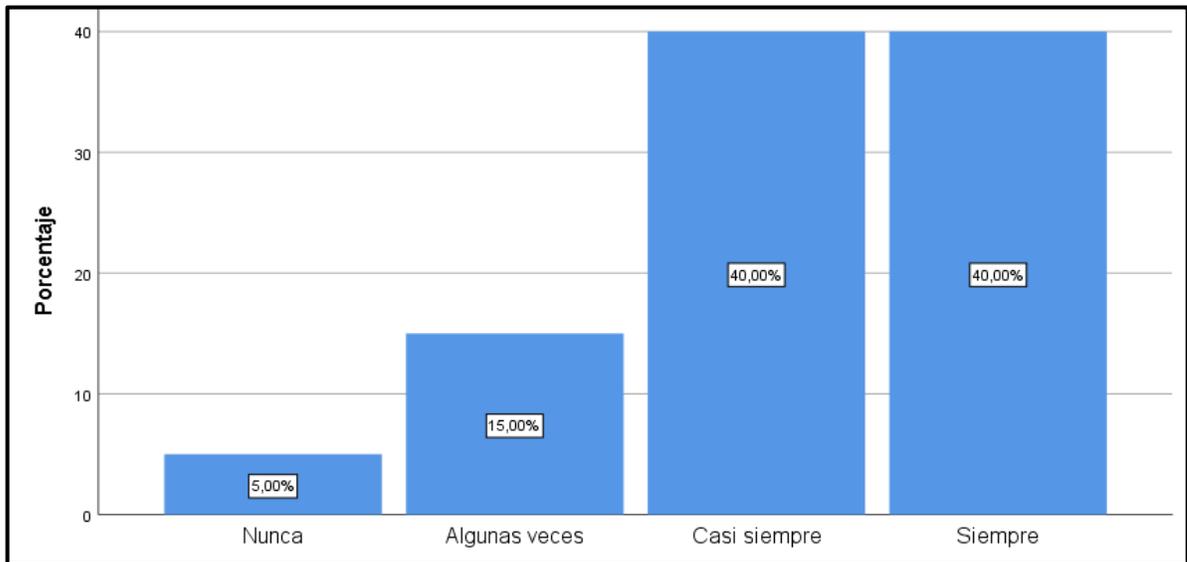
### Interpretación

Existe una mayoría del 65.00% que indican que sus empresas son E.I.R.L, mientras un 30.00% son creadas como personas naturales y un 05.00% son tipo de S.A. o S.A.C.

### 4.3. Resultados:

Variable - Gestión de calidad

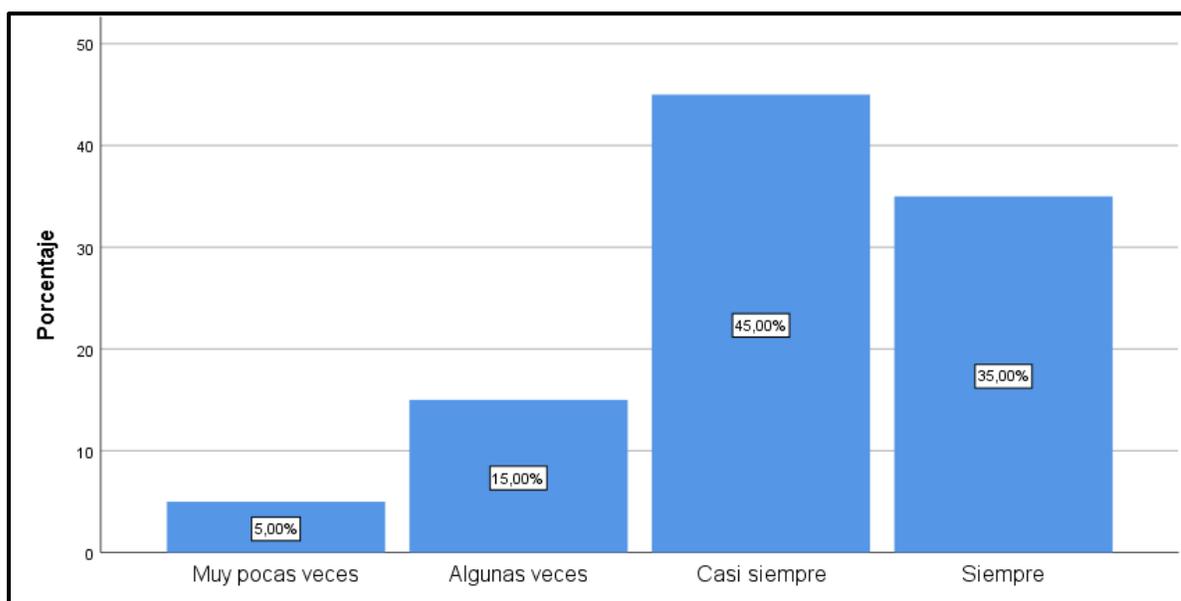
TABLA N°13. ¿Conoce usted la norma ISO 9001 – Gestión de calidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Nunca	1	5,0	5,0	5,0
	Algunas veces	3	15,0	15,0	20,0
	Casi siempre	8	40,0	40,0	60,0
	Siempre	8	40,0	40,0	100,0
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

El 40% conoce la norma ISO 9001 de gestión de calidad, mientras que el otro grupo conoce muy poco sobre esta normativa.

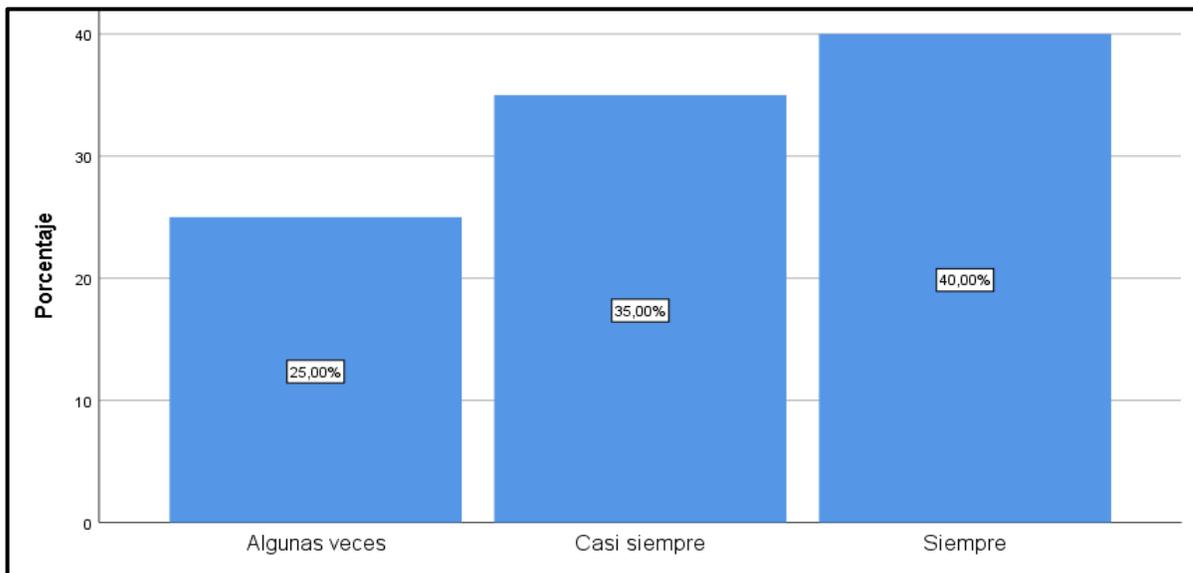
<b>TABLA N°14. ¿Tiene su empresa un plan anual o trimestral de servicios que se brindaran?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Muy pocas veces	1	5,0	5,0	5,0
	Algunas veces	3	15,0	15,0	20,0
	Casi siempre	9	45,0	45,0	65,0
	Siempre	7	35,0	35,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

Se muestra un 45.00% que casi siempre elabora un plan anual o ya sea trimestral a fin de brindar un buen servicio, mientras el 35.00% aún no lo aplica con frecuencia.

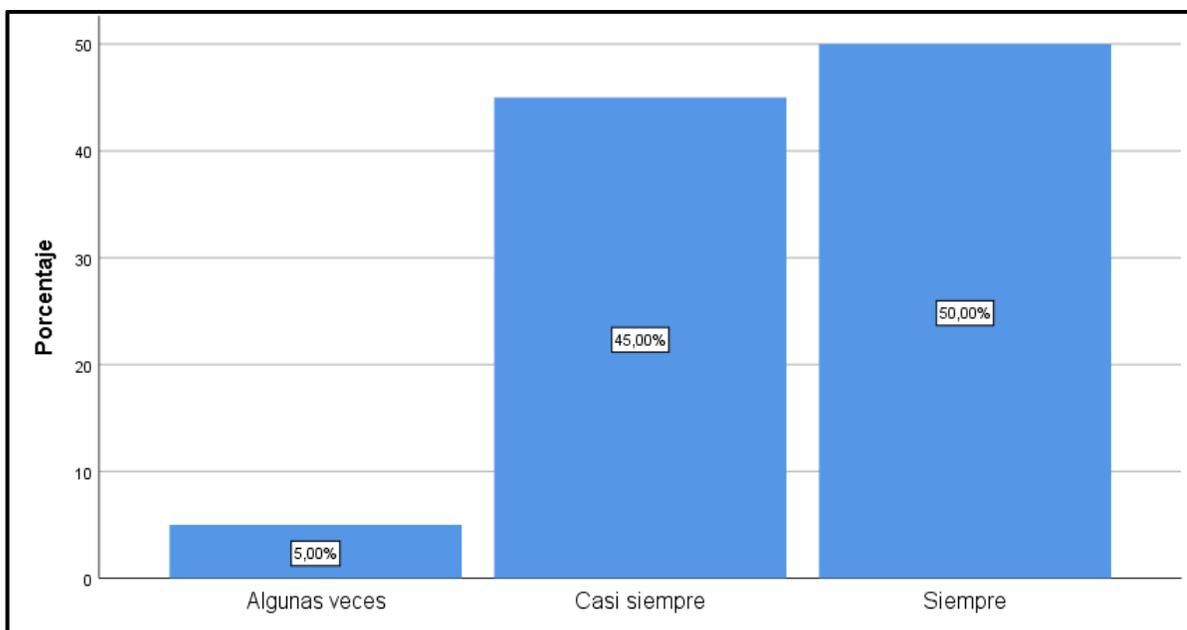
<b>TABLA N°15. ¿Todas las máquinas y equipos de cómputo de su empresa reciben remodelación y/o mantenimiento en un tiempo determinado?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Algunas veces	5	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	7	35,0	35,0	60,0
	Siempre	8	40,0	40,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

El porcentaje muestra un 40.00% que constantemente está atento a la remodelación (de ser necesario) y mantenimiento de los equipos y máquinas. Por otro lado las empresas nuevas en el campo de servicio y de competitividad muestran su interés se encuentra en un 35.00% a un 25.00%.

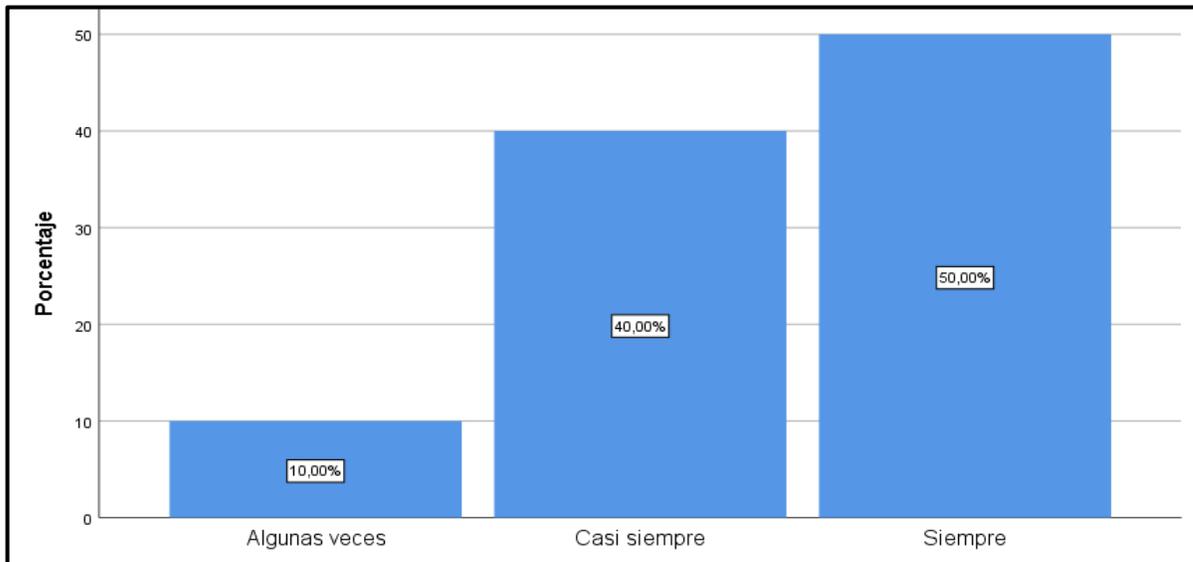
<b>TABLA N°16. ¿El local cuenta con la infraestructura idónea y autorización de funcionamiento?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Algunas veces	1	5,0	5,0	5,0
	Casi siempre	9	45,0	45,0	50,0
	Siempre	10	50,0	50,0	100,0
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

El 50.00% indica que la infraestructura es la adecuada y cuenta con autorización de funcionamiento y el 05.00% es porque recién inicia con esta actividad.

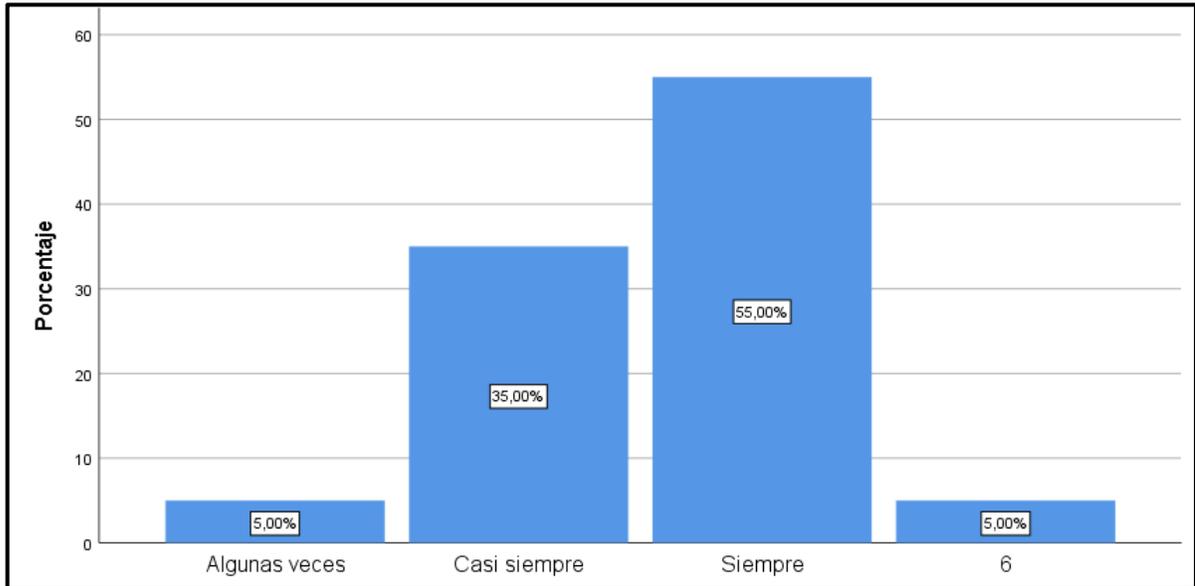
<b>TABLA N°17. ¿El gimnasio tiene los servicios básicos (seguridad, aseo permanente y alumbrado) en las horas de funcionamiento del día?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Algunas veces	2	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	8	40,0	40,0	50,0
	Siempre	10	50,0	50,0	100,0
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

Más del 50.00% de los gimnasios casi siempre y siempre cuentan con los servicios básicos en horas de funcionamiento.

<b>TABLA N°18. ¿Garantiza un procedimiento adecuado, manteniendo el excelente servicio al cliente?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Algunas veces	1	5,0	5,0	5,0
	Casi siempre	7	35,0	35,0	40,0
	Siempre	11	55,0	55,0	95,0
	6	1	5,0	5,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

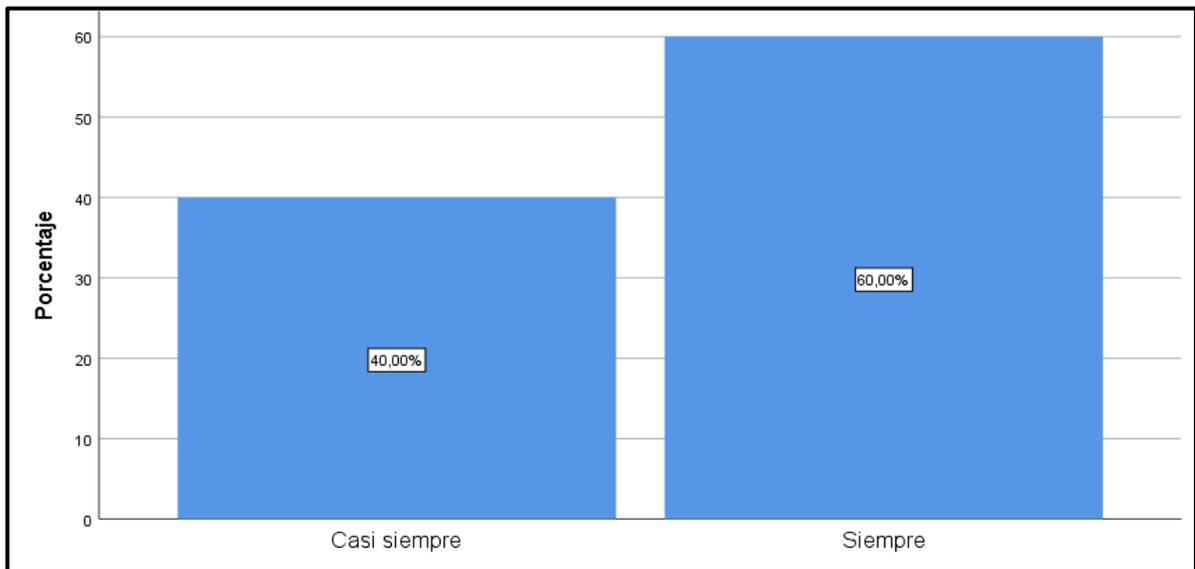


### **Interpretación**

El 55.00% garantiza un procedimiento adecuado manteniendo un excelente servicio al cliente el 35.00% a menos está en procedimiento de ello.

**TABLA N°19. ¿Cuenta con encuestas, monitoreos y/o libro de reclamaciones en su empresa a fin de identificar satisfacción, intereses y descontentos de los clientes?**

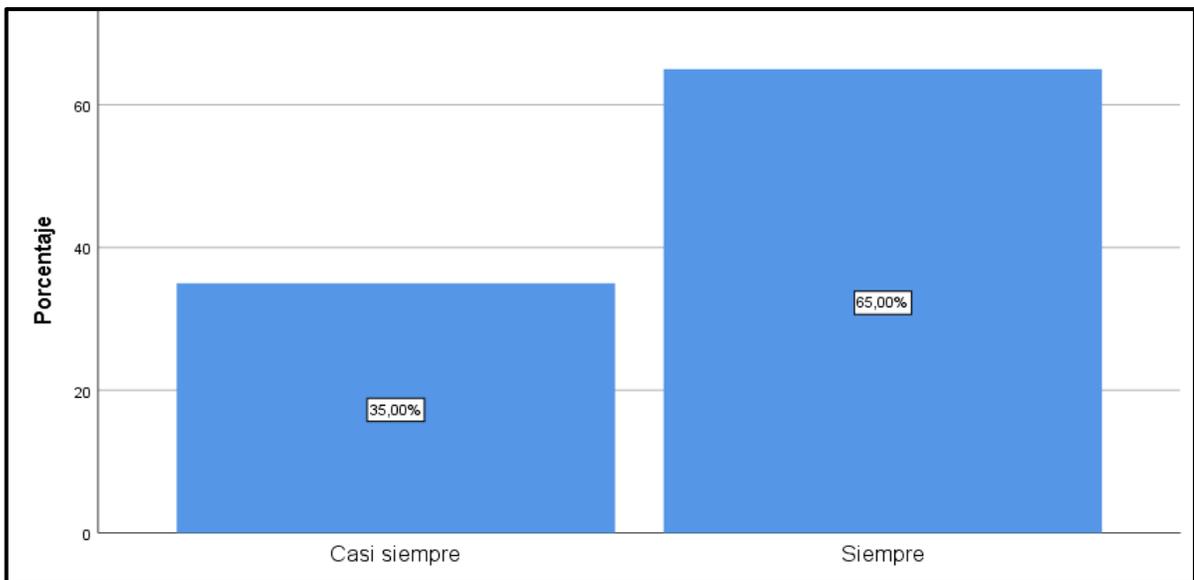
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	8	40,0	40,0	40,0
	Siempre	12	60,0	60,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Interpretación**

El 60.00% de las mypes encuestadas está aplicando periódicamente varios monitoreos a fin de identificar la satisfacción o insatisfacción de sus clientes. Mientras un 40% está camino al mismo objetivo.

<b>TABLA N°20. ¿El personal training posee los conocimientos para dirigir a los clientes?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	7	35,0	35,0	35,0
	Siempre	13	65,0	65,0	100,0
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

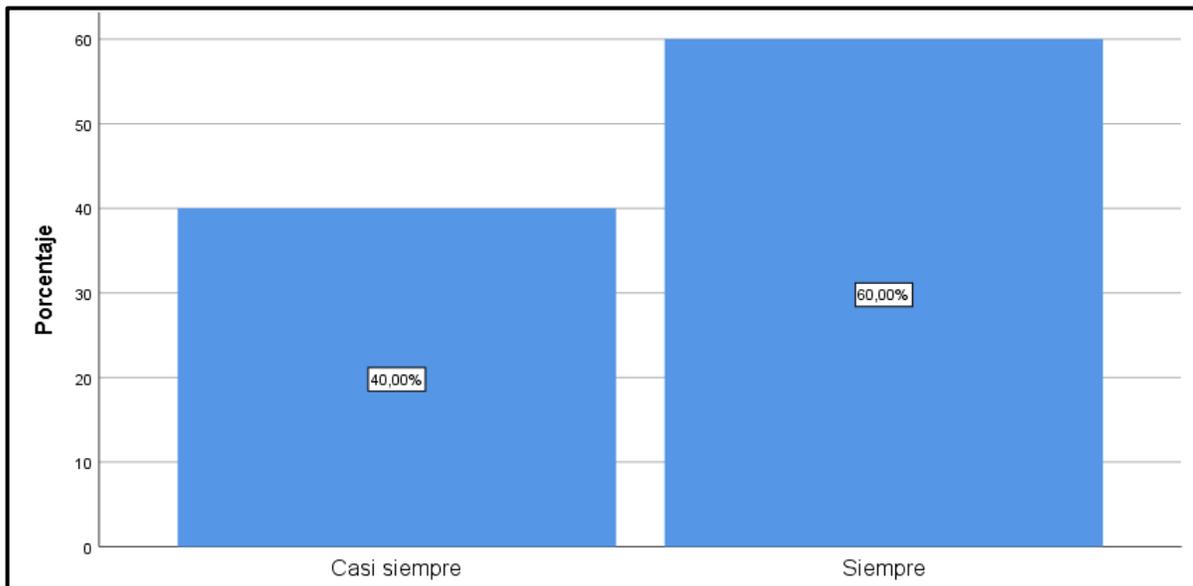
Un 65.00% asegura que el personal Training posee conocimientos para dirigir a sus clientes, mientras un 35.00% casi siempre contrata personal con estos conocimientos.

## 1.1. Resultados

Variable - competitividad

**TABLA N°21. ¿Su empresa programa cada cierto tiempo actividades en beneficio de los clientes? Ejem. Descuentos para familiares; maratones de baile, maquinas, entre otros?**

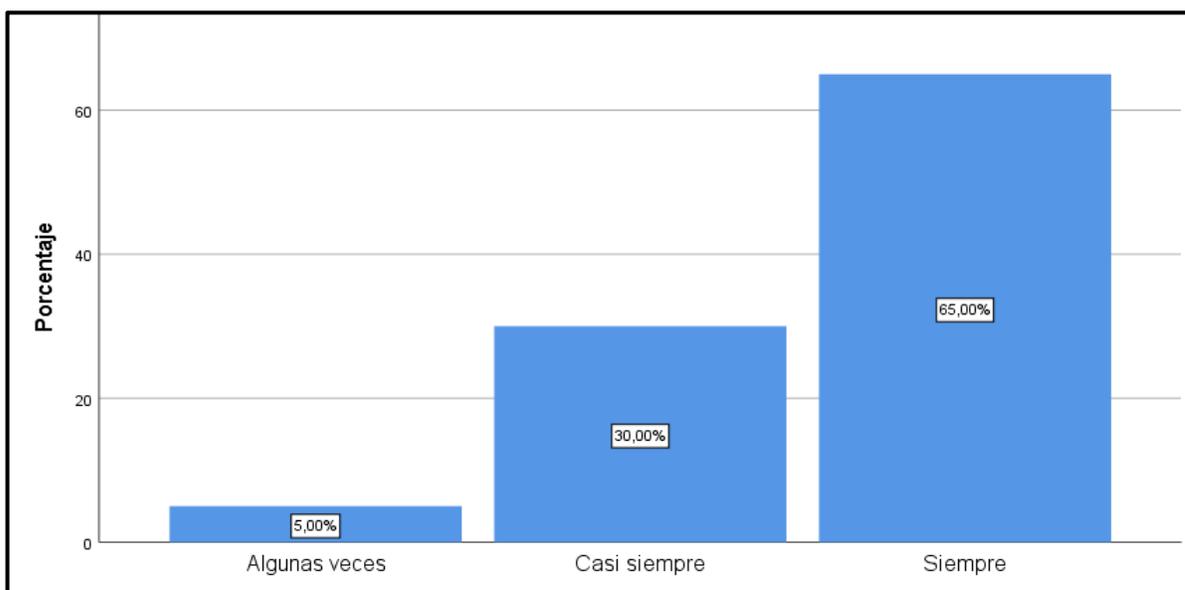
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	8	40,0	40,0	40,0
	Siempre	12	60,0	60,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### Interpretación

El 60% -más de la mitad- realiza programas a fin de crear actividades que motiven a pertenecer a su empresa y el 40.00% también las ejecuta pero no con tanta frecuencia.

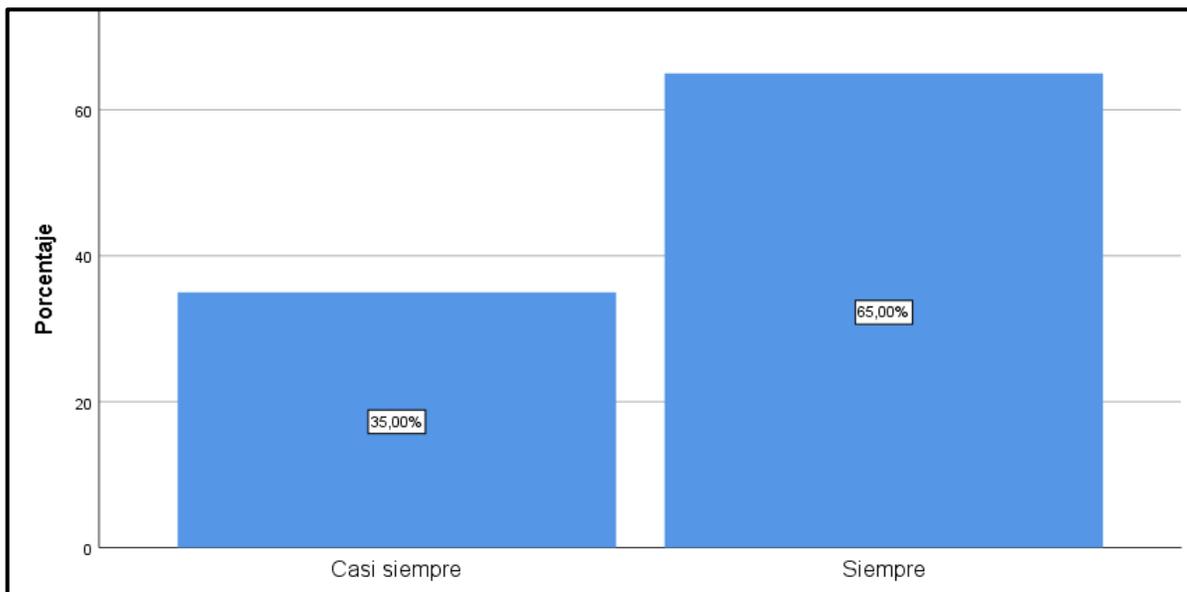
<b>TABLA N°22. ¿Se pone en conocimiento a los usuarios y público en general de los beneficios adicionales para que estos lo disfruten?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Algunas veces	1	5,0	5,0	5,0
	Casi siempre	6	30,0	30,0	35,0
	Siempre	13	65,0	65,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

El 65.00% pone en conocimiento a su clientes y público en general de las actividades a realizarse para que estos los disfruten, mientras un 30.00% casi siempre lo realiza y mientras el 5.00% algunas veces.

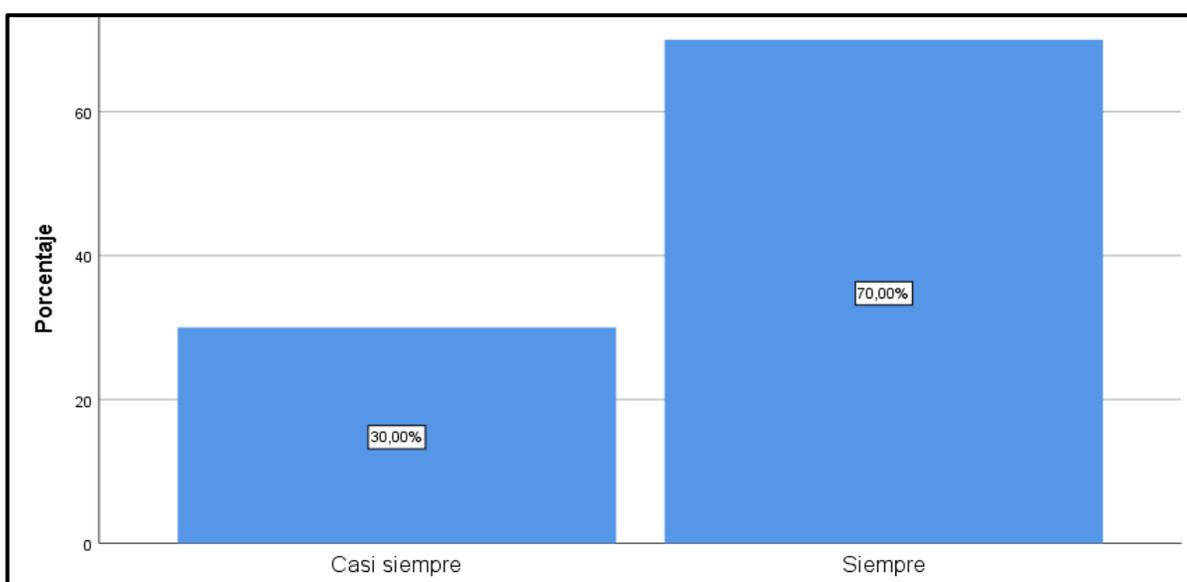
<b>TABLA N°23. ¿Se otorga a los usuarios y clientes los servicios de acuerdo con sus necesidades, agregándole algún adicional?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	7	35,0	35,0	35,0
	Siempre	13	65,0	65,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

El 65% muestra a todos sus clientes los servicios y, los adecua a sus necesidades y un 35.00% casi siempre también lo aplica.

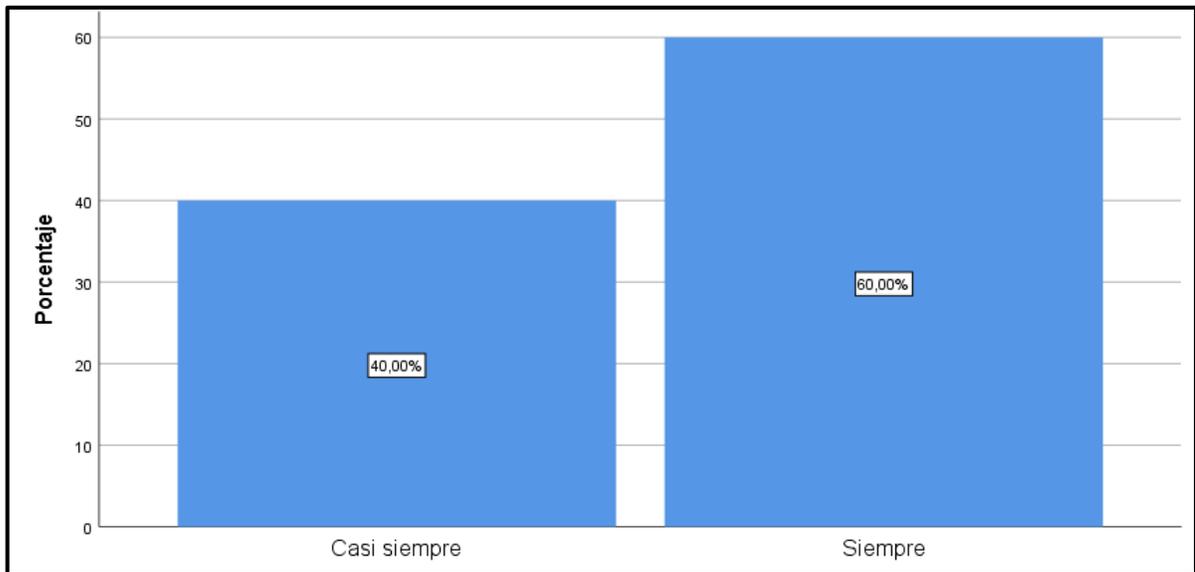
<b>TABLA N°24. ¿Cree usted que los usuarios muestran satisfacción, por el servicio e información brindada?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	6	30,0	30,0	30,0
	Siempre	14	70,0	70,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

Según la encuesta el 70% estima que siempre la satisfacción de sus clientes, por el servicio brindado es acertada, mientras el 30 % cree que casi siempre quedan satisfechos.

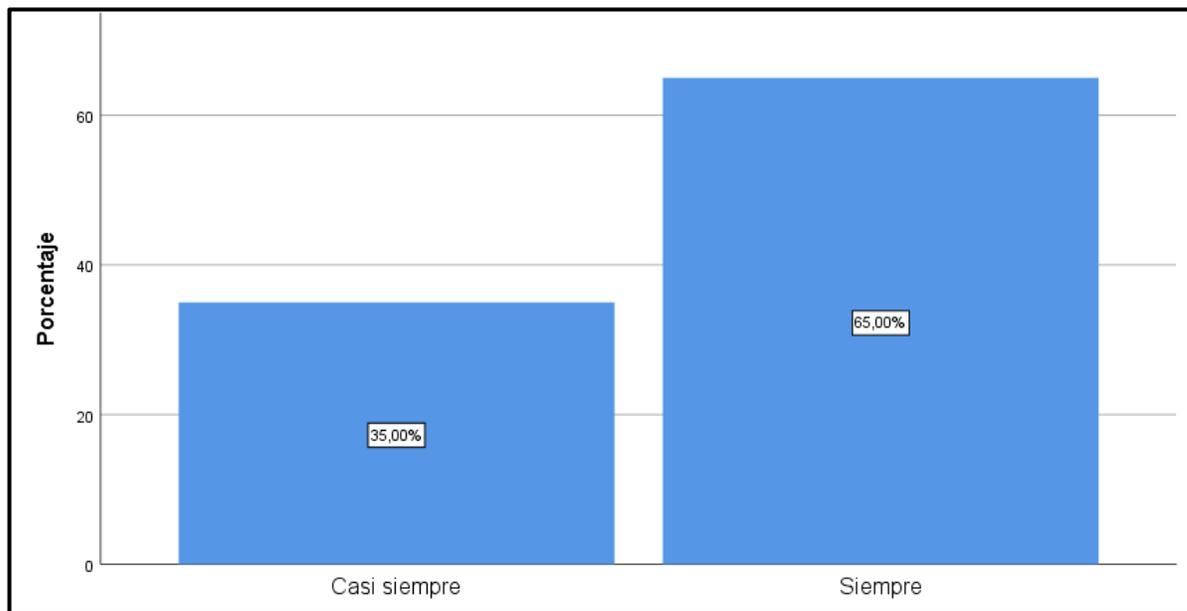
<b>TABLA N°25. ¿Permanece un (a) recepcionista y un responsable durante el funcionamiento del gimnasio para la toma de decisiones ante cualquier eventualidad?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	8	40,0	40,0	40,0
	Siempre	12	60,0	60,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

El 60.00% de los encuestados siempre cuenta con personal permanente en su mype, que pueda tomar decisiones ante eventualidades, mientras un 40.00% casi siempre cuenta con el personal en mención.

<b>TABLA N°26. ¿El gimnasio da a conocer promociones y/o beneficios atractivos diferenciados al de la competencia?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	7	35,0	35,0	35,0
	Siempre	13	65,0	65,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

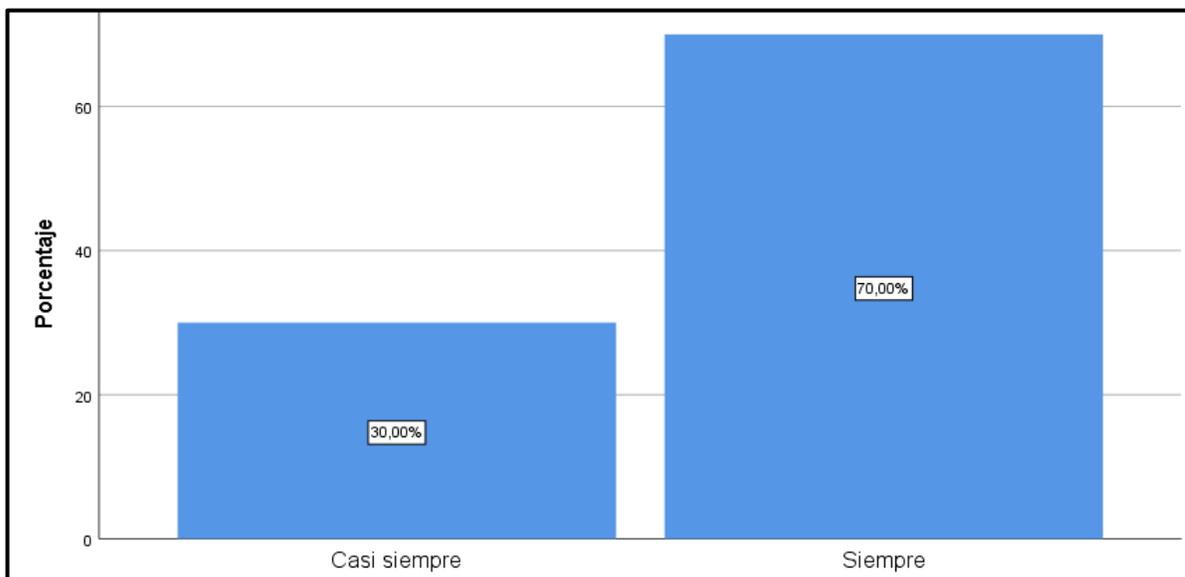


### **Interpretación**

El 65.00% estima que sus promociones y beneficios son diferentes al de las mypes de competencia y el 35.00% casi siempre considera lo antes mencionado.

**TABLA N°27. ¿El gimnasio cuenta con ambientes amplios y apropiados para el desenvolvimiento de cada actividad física del usuario y/o visitante?**

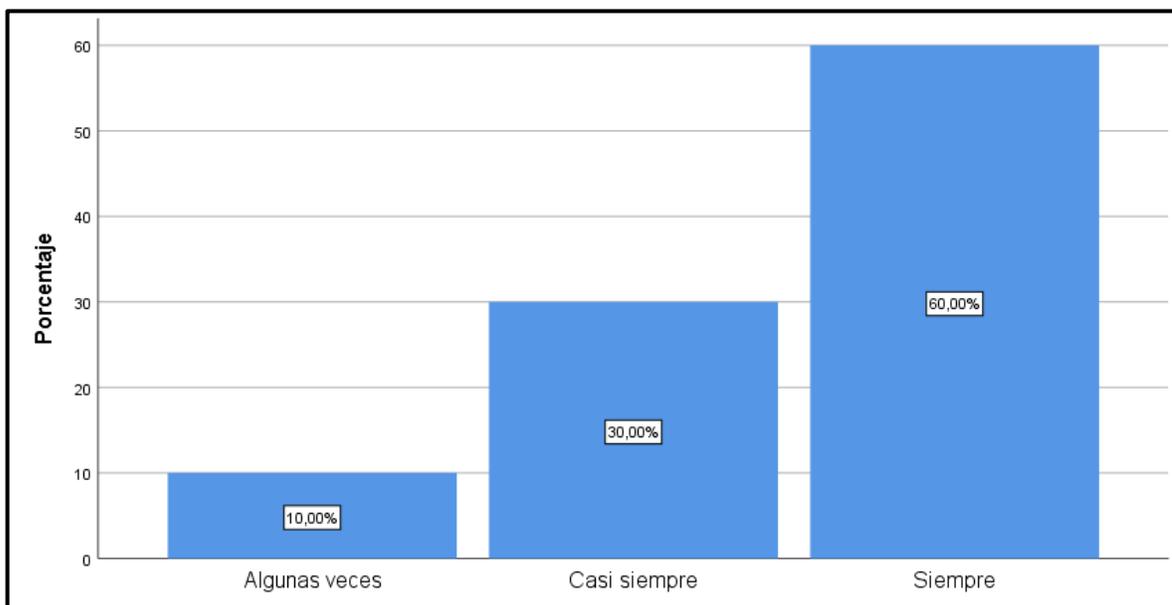
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Casi siempre	6	30,0	30,0	30,0
	Siempre	14	70,0	70,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

El 70.00% indica que siempre cuenta con ambientes apropiados para el desenvolvimiento de las actividades de los clientes y personal, mientras el 30.00% casi siempre cuenta con ambientes apropiados.

<b>TABLA N°28. ¿Cada ambiente dentro del gimnasio cuenta con las respectivas señaléticas y con el mobiliario adecuado para cada función?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Algunas veces	2	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	6	30,0	30,0	40,0
	Siempre	12	60,0	60,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



### **Interpretación**

El 60.00% siempre cuenta con señaléticas y mobiliario adecuado en cada ambiente, mientras el 30.00% casi siempre y una minoría de 10.00% algunas veces los cuenta.

## **1.2. Análisis de resultado**

### **Sobre los datos generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas**

El 65% de los representantes de las mypes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos, tienen de 31 a 50 años de edad, mientras que el 35,00% tienen de 51 a más años. Observamos que la mayor parte de empresarios de este rubro son personas jóvenes que intentan forjarse y emprender su propio negocio.

En cuanto al género de los representantes, un 60% de los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos son del género masculino y el 40% de género femenino.

Esta tabla nos muestra el interés emprendedor de ciudadano peruano. Pues bien, un 60% de los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos, cuentan con estudios superior no universitario (técnico), mientras que el 25% cuenta con estudios secundarios y el 15% incompletos.

Un 75% de los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos son dueños, mientras que el 20.00% ocupan el cargo de administradores y el 05.00% son encargados. A veces el ser propietario de una mype a un inicio es lo más recomendable, puesto que cuando uno inicia y/o emprende algún negocio no se cuenta con un presupuesto amplio, si no con presupuesto ajustado.

Si hacemos un comparativo con la tabla anterior, verificamos que los emprendedores iniciaron sus negocios con inversión, pero con otra persona que haya conocido de este rubro, ya sea por desconocimiento o porque en realidad necesitaban a alguien quien enrumbara su negocio para luego poder manejarlos solos.

## **Sobre las características de las Micro y Pequeñas Empresas**

El tiempo de las mypes en el mercado; es de un 45.00% de los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos permanecen en el mercado y más de 7 años, mientras que otro 45.00% permanece en el mercado y rubro de 4 a 6 años, finalmente un 10.00% permanece menos de 3 años.

Un 60.00% de los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos maneja de 06 a 10 trabajadores diariamente mientras que el 40.00% manejan de 11 trabajadores a más.

Existe una mayoría de 75.00% de los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos que dirigen sus mypes con personas las cuales pertenecen a su familia y otras personas contratadas, mientras que el 15.00% solo trabajan con personas asalariadas, existiendo un mínimo porcentaje de 10.00% las pertenecen solo a grupo familiar.

Bueno, podemos apreciar que según los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos en su totalidad (100.00%) crean sus mypes a fin de generar ganancias.

Existe una mayoría del 65.00% de los representantes encuestados del rubro de gimnasios del sector servicios del distrito de Los Olivos que indican que sus empresas son E.I.R.L, mientras un 30.00% son creadas como personas naturales y un 05.00% son tipo de S.A. o S.A.C.

## **Sobre la variable gestión de calidad de la Mype**

Según el peritaje el 40% de dueños y empresarios posee conocimientos básicos sobre la norma ISO 9001 – Gestión de calidad, esto nos da a entender que siendo unas mypes pequeñas tienen la intención de mejorar la calidad de sus empresas; el 15 y 05% que es la minoría han oído de esta norma pero a un no la han aplicado.

El 45.00% casi siempre realiza un plan anual o trimestral a fin de tener un cronograma de servicios la cuales brindarán. Este punto es bastante importante ya que los empresarios dan cuenta de su interés en mejorar su calidad competitiva y a la calidad que aspiran llegar, mientras hay un existente del 15.00% a menos que tiene un interés, pero no realizan el plan anual o trimestral tan frecuentemente; pueda ser porque esperan las promociones de la competencia para poder programarse.

El peritaje muestra un interés del 35.00 al 40.00% para el cuidado de los equipos, las cuales son la parte motora de sus empresas, por ello cada cierto tiempo según la necesidad o su programación realizan mantenimientos y si es necesario la remodelación de estos, a fin de que los desperfectos no ocasionen incomodidad para el usuario y perdidas para la empresa; asimismo un 25.00% según la encuesta realizan los mantenimientos, pero no con tanta frecuencia.

Es importante que los emprendedores se preocupen por las infraestructuras (local) de sus mypes, esta data nos muestra que más del 50.00% cuenta con la infraestructura adecuada y que además cuentan con autorización para el desempeño de estas. Mientras solo un 05.00% cuentan con locales provisionales.

Esta data también es parte fundamental. Todo gimnasio debe tener estos servicios, pues el 50.00% cuenta con los servicios básicos –seguridad, aseo permanente y alumbrado-; es importante mencionar además que alguno de estos gimnasios cuenta con ducha y un ambiente de vestuario, cochera entre otros. Solo un 10% indica que poseen esto servicios, pero lo están ampliando.

El 60.00% indica que casi siempre garantiza un servicio adecuado manteniendo su calidad ante el cliente. Esto nos indica que un gran porcentaje verifica de manera constante la calidad de servicio las cuales ofrecen, que consta desde la bienvenida hasta el retiro del cliente.

Muchas veces las decisiones de mejora o de cambio se encuentran con los monitoreos ya sea con encuestas y/o revisando el libro de reclamaciones. El 65.00% siempre y el 40.00% casi siempre realiza este tipo de actos con la finalidad identificar la satisfacción o insatisfacción del usuario.

### **Sobre la variable de la competitividad de la Mype**

El 60% -más de la mitad- se esfuerza por mayores promociones y un 40% va por el mismo camino. Toda empresa busca brindar servicios –horarios, atenciones y ofertas- o programas para ciertas actividades como maratones de baile, uso de máquinas entre otros. Pues el 60.00% siempre hace estas programaciones y el 40.00% casi siempre.

Este cuadro va bastante de la mano con el anterior, pues para que crear mayor demanda las mypes deben realizar o promocionar los beneficios y beneficios adicionales que brindan. El 65.00% siempre aplica este mecanismos para generar mayor reconocimiento del público mientras el 30.00% casi siempre lo realiza.

El 65% menciona que siempre y el 35% casi siempre muestran las condiciones del servicio. Si bien es cierto las personas hacen una evaluación de mercado a fin de obtener beneficios según su interés a bajos precios, es por ello que una de las maneras de aplicar la competitividad es agregando servicios (que les puedan servir) y englobando el precio a pagar.

Según el 70% indica que siempre y un 30% que casi siempre están a la expectativa de la conformidad del cliente ya sea en el servicio o en la información brindada.

El 60% indica que siempre y un 40.00% que casi siempre hay uno o dos personal encargado, a fin de brindar información o solucionar algún inconveniente que pueda ocurrir.

Para cada público, para cada zona y para cada temporada existen promociones y beneficios atraíbles. El 65% considera que siempre intentan hacer de sus promociones bastantes variados y con nuevos servicios diferenciados a la competencia para la atracción del público en general.

Tenemos una mayoría del 70.00% por ciento de los encuestados que indica que los ambientes en donde se desarrollan estas actividades son amplios y apropiados para el desenvolvimiento físico del o los usuarios y del visitante y un 60.00% indica que cada espacio tiene sus respectivas señaléticas y mobiliario adecuado para el desarrollo de cada función. Identificamos que las mypes tienen un alto grado de preocupación por brindar un servicio de acuerdo a las exigencias del consumidor.

## **II. Conclusiones**

A través del presente trabajo de investigación, se llegó a las siguientes conclusiones:

### **Sobre los datos generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas**

Los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro gimnasios en su mayoría pertenecen al género masculino de aproximadamente de 31 a 50 años de edad, con estudios superiores no universitarios (técnicos) algunos no concluidos y alguno si, un 75% de estos son administradores de sus propios negocios que vienen desenvolviéndose en este rubro.

### **Sobre las características de las Micro y Pequeñas Empresas**

El tiempo promedio de estas micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro gimnasios en desarrollo es de 6 años; la cantidad de personas trabajadoras que poseen estas empresas es de 7 a 11 trabajadores y las mypes de mayor cantidad de trabajadores es de 11 a más personas. Asimismo, estas micro y pequeñas empresas inician con trabajadores que son familiares directos e indirectos, a fin de generar menores gastos a un inicio y generar mayores ingresos y a la vez ganancias. Finalmente, la investigación indica que estos inician como pequeñas organizaciones y en el camino se convierten en E.I.R.L Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

### **Sobre la variable gestión de calidad de la Mype**

Las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasio, hoy en día están proyectados a crear una imagen que les permita hacerse conocidos y en consecuencia ganar mayor de manda para generar mayores ingreso. Es por ello que al observar las encuestas concluimos que

los empresarios o dueños de las mypes buscan mejorar la calidad basándose ya sea en los conocimientos adquiridos de la norma ISO 9001 sumando a estas sus propias experiencias; se aprecia, además, que se preocupan por los requisitos mínimos que hacen la diferencia, ofreciendo comodidad, buen servicio y un pago de acorde a sus necesidades pero que a la vez genera ganancias a la empresa.

### **Sobre la variable de la competitividad de la Mype**

La mayor parte de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro gimnasio de la presente investigación desarrolla la competitividad y se convierten en un generador de ideas; en toda la investigación se descubrió su gran preocupación por hacer de su empresa más conocida brindando innovación, información, servicios y precios de acorde a todo tipo de cliente.

### **III. Recomendaciones**

A través del presente trabajo de investigación, hago las siguientes recomendaciones:

#### **Sobre las características de las Micro y Pequeñas Empresas**

Si bien es cierto, todas las mypes inicialmente son creadas en casa y de alguna manera un poco empírica -ya que los años forman experiencia y crecimiento empresarial-, es por lo que, se recomienda que los dueños de estas pequeñas organizaciones del rubro gimnasios puedan involucrar a sus hijos y sugerirles estudiar una carrera universitaria como la de administración de empresas, a fin de dejar un legado y quizá en un futuro no muy lejano ellos puedan continuar con estas organización creadas por sus padres o familiares y así, tendrían un historial empresarial.

#### **Sobre la variable gestión de calidad de la Mype**

Si bien es cierto durante toda esta investigación, hemos visto por parte de los empresarios de los gimnasios un gran interés por mejorar y por crecer empresarialmente; pero su interés va un poco más por las ganancias que por la implementación de la gestión de la calidad, entonces, se recomienda capacitación y/o cursos de gestión de la calidad, porque es un modelo de gestión que permite asegurar de manera consistente la mejora del desempeño y la eficacia de las organizaciones, a partir de la planificación, control y mejora de sus procesos y, con base en el cumplimiento de los requisitos del producto/servicio, la satisfacción de los clientes, y la mejora continua. (Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001).

### **Sobre la variable de la competitividad de la Mype**

“La Competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo” (Sharon Oster, 1948). Por lo que se recomienda usar la competitividad como nuestra capacidad de crear e investigar las necesidades de los clientes y las debilidades de la competencia, a fin de caracterizarnos con una distinción ante los usuarios, para que la empresa pueda ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos con relación a otras empresas del mismo sector.

#### IV. Referencias bibliográficas:

- ISO International Organization for Standardization. ISO 9000:2015. Sistemas de Gestión de la Calidad, Fundamentos y Vocabulario. Ginebra, 2015.
- Palau, B. L. (2006). Control de calidad en microbiología. Madrid, ES: Universidad Complutense de Madrid. Retrieved from
- Betancur, D. (2016). Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016. Huaraz, Perú:
- Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 01 de Junio de 2018, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1078/MEZCLA\\_PROMOCIONAL\\_PELUQUERIAS\\_BETANCUR\\_VILLAORDUNA\\_D\\_AYSI\\_HEYNE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1078/MEZCLA_PROMOCIONAL_PELUQUERIAS_BETANCUR_VILLAORDUNA_D_AYSI_HEYNE.pdf?sequence=4&isAllowed=y) Carro, R. (2013).
- La teoría de la calidad. Universidad Nacional De Mar Del Plata. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf) Coello, A. (2013). Concepto de gestión de calidad. Estados Unidos: Facultad de ciencias de la documentación. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento9854.pdf> Espinoza, A. (2015).

Marketing mix de la Moradita Inca Kola y satisfacción del consumidor de productos populares de la cultura peruana Chimbote - 2015. Nuevo Chimbote, Perú:

Universidad Cesar Vallejo. Recuperado el 01 de Mayo de 2018, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/86/cueva\\_dm.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/86/cueva_dm.pdf?sequence=1)

Salinas, Elita(2013).Desarrolla la información la Calidad de la Gestión y su relación con la práctica docente en lo administrativo.

Hansen, B. L., & Ghare, P. M. (1990).Control de calidad: teoría y aplicaciones. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from.

Martínez Guillén, María del Carmen (2012), Control de Calidad

Cazañas, R. M. C. (2010). Diseño e implantación del sistema de gestión de la calidad en el proceso de alojamiento en el hotel Gran Caribe "Villa Tortuga". La Habana, CU: D - Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. CUJAE.

Paredes, M. (2014). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro 74 compra/venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del distrito de Chimbote, período 2010 -2011. Chimbote: Tesis. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Bonilla, E. & Rodríguez, P. (2005). Más allá del dilema de los métodos. Colombia: Editorial Nomos S.A. Recuperado de, [http://www.robertexto.com/archivo11/invest\\_cualit\\_cuantit.htm](http://www.robertexto.com/archivo11/invest_cualit_cuantit.htm) Chupayo, K. (2018).

En su tesis titulada: “Impacto de la Calidad del Servicio en la Satisfacción en la Micro y Pequeña Empresa del Rubro Restaurante de Comida Criolla en Ñaña, Distrito de Lurigancho Chosica”. Recuperado de, <http://repositorio.esan.edu.pe/handle/ESAN/1347>. Goicochea (2015).

En su tesis titulada: “La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de lima, departamento de lima, período 2015”. Recuperado de, <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083> 45 Hernández, M. (2012). Tipos y Niveles de Investigación. Publicado el 12 de diciembre 2012. Recuperado de, <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>

Riquelme, M. (2017). Alcances de la Gestion de la Calidad. Recuperado de, <https://www.webyempresas.com/que-es-la-gestion-de-calidad/> Rodríguez, (2000). Administración de pequeñas y medianas empresas, quinta edición, Ed. Thomson, México. Recuperado de, [http://www.eumed.net/librosgratis/2012b/1216/concepto\\_empresa.html](http://www.eumed.net/librosgratis/2012b/1216/concepto_empresa.html) Sánchez, M. (2014).

En su tesis titulada: “Capacitación en habilidades de Atención al Cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurant Mar Picante” de la Ciudad de Trujillo”. Recuperado de, <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/351?mode=full>.

- Hernández, S., & Pulido, A. (2015). *Fundamentos de gestión empresarial*. México: The McGraw-Hill. Recuperado el 22 de Junio de 2018
- Herrera, J. (2014). *Calidad de producción*. Lima: CCI. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion\\_a\\_la\\_calidad.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion_a_la_calidad.pdf)
- Kotler, P. (2013). *El marketing según Kotler cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Mexico: Impreso en Verlap S.A. Recuperado el 22 de Junio de 2018
- Perú, Ministerio de la Producción. (2010). *Como crear una empresa Constitución y Formalización de empresas*. Piura: Autor.
- Real Academia Española (2014). «computadora». *Diccionario de la lengua española* (23.<sup>a</sup> edición). Madrid: Espasa. Consultado el 8 de abril de 2015.
- Sharon Oster (nacida el 3 de septiembre de 1948) es la profesora emérita Frederic D. Wolfe de Administración y Emprendimiento en la Escuela de Administración de Yale. Es ampliamente conocida como una economista que se centra en la estrategia comercial y la gestión de organizaciones sin fines de lucro, y fue la primera mujer en recibir la tenencia en la Escuela de Administración de Yale.
- Anda, Gutiérrez Cuauhtémoc; “Administración y calidad”; LIMUSA Noriega editores; México, 1995.
- Crosby, Philip B.; “La organización permanece exitosa”; Editorial McGraw-Hill; México, 1988
- Colunga, Dávila Carlos; “Administración para la calidad”; Panorama editorial; México, 1995

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

Ishikawa, Kaoru; “¿Qué es control total de la calidad?”; Editorial normal; Colombia,  
1986.

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

Meneses, Jiménez Marcela Lucina; “Apuntes de métodos estadísticos de calidad.”;  
derechos reservados, 2002. (sin valor comercial)

Shaw, James G.; “El cliente quiere...Calidad”; Editorial Prentice-Hall  
hispanoamericana, S. A.; México, 1997.

Oberoi y C. Hales, “Assessing the quality of the conference hotel service product:  
towards an empirically based model”, The Services Industries Journal, 1990, vol.  
10 12 Parasuraman, Zeithhalm y Berry, “SERVQUAL: a multi-item scale for  
measuring customer perceptions of service quality”

**Anexo N° 01  
Cuestionario**



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Cuestionario que se aplicará a los representantes de las Mypes del sector servicio - rubro gimnasios del distrito de Los Olivos.

**Nombre de la Tesis:** Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del distrito de los olivos, los olivos, 2018.

La encuesta es de carácter anónimo.

**Instrucciones:** a continuación, le presentamos 26 preguntas por el cual solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

**I. GENERALIDADES 1.1.**

**1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas**

**1. Edad**

- a. 18 – 30 años
- b. 31 – 50 años
- c. 51 a más años

**2. Género**

- a. Femenino
- b. Masculino

**3. Grado de Instrucción**

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria
- d. Superior no Universitaria
- e. Superior Universitaria

**4. Cargo que desempeña**

- a. Dueño
- b. Administrador

**5. Tiempo que desempeña**

- a. 0 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a más años

**1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas**

**6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

- a. 0 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a más años

**7. Número de trabajadores**

- a. 1 a 5 trabajadores
- b. 6 a 10 trabajadores

- c. 11 a más trabajadores

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares
- c) Familiares y Personas no Familiares

**9. Objetivo de creación 51**

- a) Generar Ganancia
- b) Subsistencia

**10. Tipo de constitución de la empresa**

- a. Persona Natural
- b. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c. Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- d. Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) e) Sociedad Anónima (S.A.)

### Instrumento de Recolección de Datos

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

N°	ITEMS	ALTERNATIVA				
<b>V1: Gestión de Calidad</b>						
<b>D1: Planificar</b>						
<b>1</b>	Conoce usted la norma ISO 9001 - gestión de calidad?	1	2	3	4	5
<b>2</b>	Tiene su empresa un plan anual o trimestral de servicios que se brindarán?	1	2	3	4	5
<b>D2: Hacer</b>						
<b>3</b>	Todas las máquinas y equipos de cómputo de su empresa reciben remodelación y/o mantenimiento en un tiempo determinado?	1	2	3	4	5
<b>4</b>	El local cuenta con la infraestructura idónea y autorización de funcionamiento?	1	2	3	4	5
<b>D3: Comprobar</b>						
<b>5</b>	El gimnasio tiene los servicios básicos (seguridad, aseo permanente y alumbrado) en las horas de funcionamiento de día?	1	2	3	4	5
<b>6</b>	Garantiza un procedimiento adecuado, manteniendo el excelente servicio al cliente.	1	2	3	4	5
<b>D4: Actuar</b>						
<b>7</b>	Cuenta con encuestas, monitoreos y/o libro de reclamaciones en su empresa a fin de identificar satisfacción, intereses y descontentos de los clientes?	1	2	3	4	5
<b>8</b>	El personal training posee los conocimientos para dirigir a los clientes?	1	2	3	4	5
<b>V2: Competitividad</b>						
<b>D3: Servicios innovadores</b>						
<b>9</b>	Su empresa programa cada cierto tiempo actividades en beneficio de los clientes. Eje. Descuentos para familiares; maratones de baile, maquinas, entre otros?	1	2	3	4	5
<b>10</b>	Se pone en conocimiento a los usuarios y público en general de los beneficios adicionales para que estos lo disfruten?	1	2	3	4	5

<b>D3: Expectativa del cliente</b>						
<b>11</b>	Se otorga a los usuario y clientes los servicios de acuerdo a sus necesidades, agregándole algún adicional?	1	2	3	4	5
<b>12</b>	Cree usted que los usuarios muestran satisfacción, por el servicio e información brindada?	1	2	3	4	5
<b>D3: Competitividad de la empresa</b>						
<b>13</b>	Permanece un (a) recepcionista y un responsable durante el funcionamiento del gimnasio para la toma de decisiones ante cualquier eventualidad?	1	2	3	4	5
<b>14</b>	El gimnasio da a conocer promociones y o beneficios atractivos diferenciados al de la competencia?	1	2	3	4	5
<b>D3: Infraestructura</b>						
<b>15</b>	El gimnasio cuenta con ambientes amplios y apropiados para el desenvolvimiento de cada actividad física del usuario y/o visitante?	1	2	3	4	5
<b>16</b>	Cada ambiente dentro del gimnasio cuenta con las respectivas señaléticas y con el mobiliario adecuado para cada función?	1	2	3	4	5

## Anexo N° 2

### Lista de Empresas

<b>N°</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>
<b>1</b>	Rivero Gym
<b>2</b>	Gimnasio Spa Manuel
<b>3</b>	Super Gimnasio
<b>5</b>	Yoshitaka Gym
<b>6</b>	Gym Mega Force Los Olivos
<b>7</b>	J & M Fitnes
<b>8</b>	Aventura Gym
<b>9</b>	Elio's Gym
<b>10</b>	Bodytech Multicenter
<b>11</b>	Vigo Gym
<b>12</b>	Martial Gym
<b>13</b>	Gimnasio Sauna L&E
<b>14</b>	Universe Gym
<b>15</b>	Crossfitmarut
<b>16</b>	Hardwork Gym
<b>17</b>	Gold's Gym
<b>18</b>	Acrobata Gym
<b>19</b>	Laguna Azul

## **Anexo N° 03**

### **Propuesta de mejora**

#### **Título:**

Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del distrito de Los Olivos, 2018.

#### **Introducción:**

Este plan de mejora propone decisiones estratégicas para el dueño del gimnasio del distrito de Los Olivos, este debe incorporar a su micro y pequeña empresa servicios de calidad aplicando los conocimientos de la norma ISO 9001, que nos propone procedimientos a seguir con la finalidad de mantener el estándar de calidad adecuada. Dicha mejora nos permitirá identificar las causas que provocan las debilidades detectadas y poder mejorarlas en un corto plazo, si este fuera necesario.

Además, este plan nos mostrará de qué manera podemos aplicar una mejora en lo que refiere a la competitividad de la empresa, esto hace referencia a la capacidad de crear e innovar servicios de forma diferente y eficiente, ya que el resultado nos muestra una preocupación de los representantes por hacer de su empresa más conocida por innovación y servicios acorde a cada tipo de cliente, de tal manera que puedan competir y lograr una diferenciación de los demás gimnasios.

**Objetivo:**

Proponer un plan de mejora para la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Los Olivos, 2018.

**Antecedentes y ubicación**

En el distrito Los Olivos – Lima. La infraestructura, ambientes, atención al cliente, aseo permanente y otros deberán estar diseñados para el funcionamiento del gimnasio.

**Gestión de Calidad**

La gestión de calidad nos permitirá identificar las necesidades futuras en características que pueden ser medibles, de esta manera cada servicio que brindemos estará diseñado con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente. Por tanto, consideramos que debemos planificar anual, trimestral o mensualmente nuestros procedimientos que vayamos a desempeñar; por ello recomendamos tener conocimientos básicos de la Norma ISO 9001, esta norma con certificación internacional nos da estrategias de diferenciación de nuestra empresa hacia las demás y estandariza procedimientos a seguir en la micro y pequeña empresa de acorde a las normativas vigentes, con ello lograremos los objetivos trasados e incrementaremos los ingresos, demandas y reconocimiento en el rubro.

En tal sentido se recomienda:

- Una planificación anual, trimestral o mensual, ya que con él se obtendrá los objetivos trasados según temporadas, altas o bajas.
- Conocer la Norma ISO 9001 ya sea con cursos y/o capacitación.

**El hacer** la gestión de calidad nos permite proporcionar acceso a la mejora de tecnología y la adecuada infraestructura para el desarrollo de las actividades del cliente.

En tal sentido se recomienda:

- Mantener un técnico específico para el mantenimiento de los equipos.
- Que este socio cuente con la cercanía y las herramientas garantizando la seguridad del funcionamiento idóneo de todos los equipos.
- Estandarizar y mantener un precio acorde con el proveedor, ya que estos mantenimientos se realizarán mensual, trimestral o anualmente, según planificación.

Sobre la infraestructura se recomienda lo siguiente:

- Que cuenten con el permiso de la municipalidad para el libre funcionamiento del gimnasio.
- Que cuenten con sistema de cámaras de vigilancia y estas estén operativas.
- Que cuenten con alarmas contra incendio y extintores en ubicaciones idóneas

**El comprobar** nos permite determinar en un periodo de prueba si la planificación que propusimos en un inicio, nos está brindando el tipo de calidad que buscamos, por ellos tenemos que poder en práctica las herramientas para poder determinar si es cambiante o no.

Por lo tanto, se recomienda lo siguiente:

- Tener el servicio de agua y agua caliente durante el funcionamiento del gimnasio
- Iluminación permanente en los ambientes
- Contar con uno o dos personas de aseo y/o limpieza

En lo respecta a estándar de calidad, se recomienda:

- Si ya tiene un plan estandarizado, deberemos ejecutarlo y mantenerlo en el tiempo.
- Proporcionar capacitación al personal, para su desempeño según sus funciones.

**El actuar** de una micro y pequeña empresa es fundamental, pues el sistema de control y evaluación deberán tener un seguimiento permanente y adecuado para generar la satisfacción del cliente.

Por lo tanto, se recomienda lo siguiente:

- Que los libros de reclamación se revisen diaria o semanalmente para dar trámite y dar solución a la prontitud que se requiera.
- Llevar un control alfa-numérico para evitar las pérdidas de la documentación, por medio de archivos y/o base de datos.
- Tener un computador y un sistema que permita verificar la fecha de ingreso y fin de servicio del cliente; membrecía y otros datos que requieran mantenerlos en el historial.

Sobre los conocimientos del personal training se recomienda:

- Generar un filtro para la contratación del personal y que posee conocimientos en rutinas aeróbicas, nutrición, estudios de primeros auxilios, entre otros.
- Que cuenten con certificación de entrenamiento.
- Que los estudios adquiridos, no excedan de los años 5 de antigüedad.

## Competitividad

La competitividad es una característica diferencial que una empresa tiene ante sus competidores y esta es capaz de crear diferencias difíciles de imitar que permitirá elevar la demanda, es por ello por lo que la micro y pequeña empresa deberá contar con servicios innovadores e implantarlos, sabiendo que cada cliente necesita un servicio diferente al otro, pero y que podamos generar conformidad en ello.

En tal sentido se recomienda:

- La adquisición de equipos entre Trotadoras, Spinning estacionarias, gimnasios bancas y elípticas de las siguientes marcas.

<b>Marca</b>	<b>Modelo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
Monark - Prestige	Trotadora Prestige - T5802	4 cuentas regresivas (tiempo, calorías, distancia y pasos) + modo pista (runway) + 16 programas de usuario (u1-u16) + programa de control de frecuencia cardíaca (hrc) + 7 aplicaciones incorporadas (youtube, twitter, chrome, netflix, spotify, facebook y prime video) nota: el sistema operativo es android. Para hacer uso de las aplicaciones conectarse a una red wifi.	4,499.00 inc. Igv
Monark	Trotadora Monark- T600	Cuenta con programas: 15 programas predefinidos + body fat + 3 programas de ritmo cardíaco (hrc)+fit show app Información en la pantalla: tiempo/velocidad/inclinación/distancia/pasos/calorías/pulso	2,959.00 inc. Igv
Monark	Estacionaria	Material: acero. Peso máximo usuario: 100 kg. Sistema de resistencia: magnético. Transmisión: banda. Nivel de resistencia: perilla manual 8 niveles. Peso de la volante: 2.50 kg. Display: si. Ajuste de asiento: vertical. Peso bruto / peso neto (k.g.): 22.0/20.0 kg. Medida del producto armado (largo x ancho x alto c.m.): 93x50x124 cm. Medida del producto en caja (largo x ancho x alto	399.00 inc. Igv

	Monark- Pad Track	c.m.): 96x45x25 cm. Extras: el display muestra el control de tiempo y repeticiones	
Gimnasio Monark -	Monark- Domestico G-101	Marca: monark. Modelo: gimnasio doméstico g-101. Funciones: 25 tipos de ejercicios. Material: acero. Se puede trabajar pectorales, dorsales, espalda, tríceps, bíceps y piernas. Peso de lingotes: 100 libras. Respaldo anatómico. Ruedas: no. Dimensiones del equipo: peso (kg): 32.5. Alto (cm): 220. Ancho (cm): 135. Longitud (cm): 130	699.00 Inc. Igv
Elíptica Monark	Monark- E-400	Modelo: elíptica monark - e-401. Tipo de uso: ocasional. Material de la estructura: acero. Peso del volante: 5 kg. Sistema de resistencia: magnético. Transmisión: banda. Nivel de resistencia: perilla manual 8 niveles. Ajuste de asiento: vertical y horizontal. Peso máximo del usuario: 80 kg. Tiempo de uso al día: Continuo: 1 hora, Descanso: 30 min, Diario: 2 horas. Información de la pantalla: tiempo, velocidad, distancia, calorías, odómetro, pulso	714.90 Inc. Igv

*Fuente elaboración propia*

**En lo que refiere a la expectativa del cliente**, se debe tener en cuenta, que al no poder medir directamente la expectativa podemos basarnos en la satisfacción del servicio del cliente o en las características de interés de la población, ósea en parámetros, que nos ayudará a dar y proponer soluciones.

Sobre la satisfacción del cliente se recomienda lo siguiente:

- Aplicar cotidianamente pequeñas encuestas para la identificación de la satisfacción o insatisfacción, a todos los clientes que se retiran de las instalaciones.

Cuestionario.

PREGUNTA	SI	NO
¿Qué tan satisfecho, se encuentra el día de hoy con el servicio brindado?		
¿El personal del gimnasio dio las facilidades y a satisfecho sus preguntas el día de hoy?		
¿Todos los servicios funcionaron adecuadamente el día de hoy?		
¿Se retira satisfecho con el servicio brindado el día de hoy?		

*Fuente: Elaboración propia*

Los beneficios adicionales forman parte del grupo de servicios que se entregan a usuarios determinados, a fin de obtener y atraer demandas.

Por lo tanto, se recomienda

- Contar con una estilista profesional, que tenga los estudios en cosmetología/estilista para dar dicho servicio. Esto quiere decir que este beneficio adicional se dará a todos los clientes que tengan una membresía anual.
- Todo aquel cliente que tenga una membresía anual se hará acreedor una vez al mes en el horario que se tenga establecido para dar el dicho servicio.
- El servicio de peluquería, manicure y pedicure solo es para mujeres y el servicio de barbería para hombres.

Sobre la infraestructura se recomienda:

- Que cada ambiente determinado cuente con el mobiliario acorde a la actividad
- Que cada ambiente contenga iluminación adecuada, como por ejemplo utilizar luces Let o Luces ahorradores.
- Utilizar en lugares o ambientes donde no existe flujo de aire natural, ventilación artificial.

- Que los pisos y las duchas tengan pisos antideslizantes con el fin evitar las caídas y/o accidentes.

#### Sobre instalaciones individualizadas

- Las señaléticas deben estar bien definidas y visibles para el público
- Tener bien en claro la entrada y salida de emergencia
- Que los usuarios tengan un control de ingreso y salida, como marcadores electrónicos digitales.

#### **Conclusiones**

Por lo tanto: Se sugiere aplicar estas recomendaciones que permitirá contar con una calidad de servicio, lograr estar por encima de los competidores directos y un funcionamiento óptimo de la empresa. Asimismo, se debe tener en cuenta en que estas recomendaciones se deben mantener en el tiempo.