



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN
LOS GIMNASIOS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019**

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

AUTORA:

SILVA BALCAZAR, FIORELLA LIZET

ORCID: ORCID: 0000-0002-9799-0914

ASESOR:

RAMOS ROSAS, CARLOS DAVID

ORCID: 0000-0002-5868-2441

SULLANA – PERÚ

2021

2. Equipo de Trabajo

AUTORA

SILVABALCAZAR FIORELLA LIZET

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

ASESOR

Ramos Rosas, Carlos David

ORCID: 0000-0002-5868-2441

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

JURADO

Rosillo de Purizaca María del Carmen

ORCID ID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa José German Miembro

ORCID ID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel Miembro

ORCID: 0000-0003-1132-2243

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Salinas Gamboa José German Miembro

ORCID ID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mgtr. Mino Asencio Maria Isabel Miembro

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

Agradecimiento:

A Dios por guiarme en el camino
de la vida, que no es fácil.

A mis educadores, tanto
como a mis padres, maestros
y en especial a mi profesor
por la paciencia y dedicación.

Dedicatoria

A mis padres que hasta hoy
Velan por un futuro próspero
para mí y mi familia

A mis hijos, quienes tuvieron
paciencia y entendieron
la ausencia de su madre

5. Resumen y abstract

Resumen

La investigación titulada “Gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019”, tuvo como objetivo general: describir las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019; respondiendo a la interrogante: ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019, la investigación fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo y diseño no experimental de corte-transversal. La población de la variable gestión de calidad fueron 10 gerentes y para la variable de servicio al cliente fueron los clientes, de los gimnasios del distrito de Sullana. Se aplicó un cuestionario de 25 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Para el análisis y procesamiento de datos se realizó en el programa Excel y se obtuvieron los siguientes resultados: para la variable gestión de calidad, el 100% manifestó que utiliza el proceso de control de calidad, el 80% manifestó que cuenta con una persona capacitada para controlar los servicios que brinda y los clientes se sientan satisfechos. Así mismo concluye que se debe utilizar el proceso de control de calidad, y la verificación para que se cumplan los estándares de la empresa, obteniendo como resultados las metas de la organización. Esta comprobación no la pueden ejecutar los empleados, se necesita personal capacitado, para encontrar estas dificultades y proponer propuestas de mejora.

Palabras claves: Gestión de calidad, principios, servicio al cliente, comunicación

Abstract

The research entitled “Quality management and customer service in the gymnasiums of the Sullana district year 2019”, had the general objective: to describe the characteristics of quality management and customer service in the gyms of the Sullana district year 2019 ; with which it answers the following question: What are the main characteristics of quality management and customer service in the gymnasiums of the Sullana district in 2019, the research was descriptive level, quantitative type and non-experimental design of cut -cross. The population of the quality management variable was 10 managers and for the customer service variable were customers, from the gymnasiums of the Sullana district. A 25-question questionnaire was applied using the survey technique. For the analysis and data processing, it was carried out in the Excel program and the following results were obtained: for the quality management variable: 100% stated that they use the quality control process, 80% stated that they have a trained person to control the services it provides and customers feel satisfied. Thus, it is concluded that the company must use the quality control process, and verification so that the company's standards are met, obtaining the goals of the organization as results. This check cannot be carried out by employees, trained personnel are needed to find these difficulties and propose proposals for improvement.

Keywords: Quality management, principles, customer service, communication

6. Contenido

1. Título de tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de figuras, tablas y cuadros.....	x
I. Introducción.....	1
II .Revisión de la literatura.....	10
2.1.Antecedentes de la Investigación.....	10
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	10
2.1.2. Antecedentes Nacionales:.....	13
2.1.3. Antecedentes Regionales.....	20
2.1.4. Antecedentes locales.....	21
2.2. Bases Teóricas.....	22
2.2.1. Gestión de calidad.....	22
2.2.2. Servicio al Cliente.....	25
III. Hipótesis.....	30
IV. Metodología.....	30
4.1. Diseño de la investigación.....	30
4.1.1. Nivel de la Investigación.....	30
4.1.2.-Diseño de la investigación.....	31
4.2.Población y muestra.....	31
4.2.1. Población.....	31
4.2.2. Muestra.....	32
4.3. Definición y Operacionalización de las variables e indicadores.....	34
4.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.4.1. Técnica.....	36
4.4.2. Instrumento.....	36
4.5.Plan de análisis.....	36
4.6.Matriz de consistencia.....	38

4.7. Principios éticos	39
V. Resultados	40
5.1. Resultados	40
5.2. Análisis de los resultados	65
5.2.1. Análisis de resultados del objetivo específico 1:	65
5.2.2. Análisis de resultados del objetivo específico 2:	66
5.2.3. Análisis de resultados del objetivo específico 3:	70
5.2.4. Análisis de resultados del objetivo específico 4:	72
VI. Conclusiones.....	75
6.1. Gestión de calidad	75
6.2. Servicio al cliente	75
6.3. Recomendaciones:	76
Bibliografía	78
Anexos	84
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	84
Anexo 2: Presupuesto.....	85
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	86
Anexo 4: Consentimiento Informado	89
Anexo 5: Base de datos.....	97
Anexo 6: Validación del cuestionario	100
Anexo 7: Fiabilidad	103
Anexo 8: Juicio de expertos	109
Anexo 9: Propuesta de mejora.....	121
Anexo 10: Evidencias.....	128

7. Índice de figuras, tablas y cuadros

7.1. Índice de figuras

Figura 1. Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio.....	40
Figura 2. Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio.....	41
Figura 3. Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes.....	42
Figura 4. A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio	43
Figura5. En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes.....	44
Figura 6. Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa	45
Figura 7. El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa.....	46
Figura 8. El personal que labora está comprometido con su empresa.....	47
Figura 9. Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas.....	48
Figura 10. Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización.....	49
Figura 11. Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente.....	50
Figura 12. Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados.....	51
Figura 13. La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información.....	52
Figura 14. Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente.....	53
Figura 15. En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden.....	54
Figura 16. Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios	55
Figura 17. Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien.	56
Figura 18. La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio	57
Figura 19. El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y	

asegurar una gestión eficaz.....	58
Figura 20. Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita	59
Figura 21. El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado.....	60
Figura 22. Considera tener una buena relación con su entrenador.....	61
Figura 23. Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema.....	62
Figura 24. Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente	63
Figura 25. Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios.....	64

7.2. Índice de tablas

Tabla 1. Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio.....	40
Tabla 2. Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio	41
Tabla 3. Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes.....	42
Tabla 4. A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio.....	43
Tabla 5. En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes.....	44
Tabla 6. Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa	45
Tabla 7. El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa.....	46
Tabla 8. El personal que labora está comprometido con su empresa.....	47
Tabla 9. Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas.....	48
Tabla 10. Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización.....	49
Tabla 11. Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente.	50
Tabla 12. Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados.....	51
Tabla 13. La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información.	52

Tabla 14. Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente.	53
Tabla 15. En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden.	54
Tabla 16. Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios.	55
Tabla 17. Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien	56
Tabla 18. La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio.	57
Tabla 19. El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz.	58
Tabla 20. Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita	59
Tabla 21. El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado.....	60
Tabla 22. Considera tener una buena relación con su entrenador.	61
Tabla 23. Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema.....	62
Tabla 24. Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente.....	63
Tabla 25. Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios.....	64

7.3. Índice de cuadros

Cuadro 1. Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio	40
Cuadro 2. Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio.....	41
Cuadro 3. Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes.....	42
Cuadro 4. A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio	43
Cuadro 5. En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes.....	44
Cuadro 6. Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa	45
Cuadro 7. El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa.....	46
Cuadro 8. El personal que labora está comprometido con su empresa.....	47

Cuadro 9. Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas.....	48
Cuadro 10. Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización.	49
Cuadro 11. Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente.	50
Cuadro 12. Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados.	51
Cuadro 13. La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información.	52
Cuadro 14. Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente.	53
Cuadro 15. En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden.	54
Cuadro 16. Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios.....	55
Cuadro 17. Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien	56
Cuadro 18. La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio.....	57
Cuadro 19. El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz.....	58
Cuadro 20. Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita.....	59
Cuadro 21. El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado.....	60
Cuadro 22. Considera tener una buena relación con su entrenador.....	61
Cuadro 23. Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema.....	62
Cuadro 24. Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente.....	63
Cuadro 25. Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios.....	64

I. Introducción

El presente trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019. Tuvo como objetivo principal: describir las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

Los gimnasios son lugares cerrados donde te ejercitas, donde mueves el cuerpo, mediante el baile, aeróbicos, spinning, etc. Para poder realizar algunas actividades en el gimnasio, se necesitan máquinas especializadas de acuerdo al ejercicio y parte del cuerpo que se quiere fortalecer, reducir o perfeccionar. Acudir al gimnasio, hoy en día, no sólo ocurre por belleza sino por salud y para sentirse bien, porque en un cuerpo sano, mente sana. Y si le adicionamos una alimentación adecuada, se puede lograr verse más joven y sin enfermedades. (Ortiz, 2016)

Con el pasar del tiempo los gimnasios están en crecimiento, se estima que el 39% de las personas van a un lugar abierto o cerrado a hacer ejercicios o a bailar, esto ocurre porque el país de manera económica tiene un balance o crecimiento económico, lo cual permite a la población acceder a servicios de manera que prefiere y no tan básicos o necesarios, por el contrario servicios de gustos y preferencias. (Ortiz, 2016)

Los gimnasios surgieron por la tendencia en el mundo de tener una vida Fitness (saludable) es por ello que en el Perú también se ha convertido de manera preponderante en un reto, para promover la actividad física y crear hábitos saludables (Ortiz, 2016)

Las Guías alimentarias para la población peruana el 70 % de las personas que superan los 30 años de edad en el Perú revelan dificultad con la gordura y el sobre peso. Estas dificultades podrían enmendarse o mejorar, creando soluciones para una apropiada salud, con una

dieta baja en grasas, azúcar y ejercicio, se logra una condición física ideal, creando así un negocio de gran potencial para que los negocios sean exitosos, con ideas innovadoras y saludables. (Salud, 2019)

Las Mype son unidades económicas, que pueden ser constituidas por una persona natural o una persona jurídica de acuerdo a la Ley en nuestro país. Contribuyen en un 24% al PBI. Pero deben de ser formales. Cuando una Mype decide ser formal se le atribuye beneficios laborales y tributarios para así contribuya a dar empleo a más peruanos. Sea cual sea su actividad, producto o servicio. (Sunat, 2019)

La intervención de las micro y pequeñas empresas en el país es de vital importancia en diferentes sectores, en el sistema financieros porque aportan dinero al sector económico, gracias a sus aportes generan puestos de trabajo y se registran las operaciones. (Negocio, 2015)

La gestión de calidad es un plan estratégico de las empresas, la calidad, el aseguramiento de la calidad mediante el control es necesario para brindar un servicio de calidad a los clientes. Son una herramienta para la adecuada administración de una empresa porque permite planear, organizar, dirigir y ejecutar los procesos del servicio, lo cual mejora los procesos y elimina errores en que se pueda incurrir, disminuyendo costos y ahorrándonos tiempo, mediante sus recursos humanos, económicos y técnicos (Cortéz , 2015)

El servicio al cliente son las maneras o formas, para llegar a conectar con los clientes, y se sientan complacido con el servicio que se le ofrece. (Raffino, 2018)

El servicio al cliente es una serie de elementos, que se deben seguir para a paso, para que al prestar el servicio requerido, el cliente ese sienta contento en el proceso. (Navarro, 2018)

Analizamos la investigación mediante un análisis externo, utilizando la técnica PESTEL:

El Perú apoya a las pequeñas y medianas empresas, para garantizar la puesta en marcha de las Mypes, el gobierno propuso como estrategias Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial (FAE-MYPE), estos proyectos han atendido a más de 240,000 empresas de todo el país.

El Ministerio de Producción en el 2019, reconoció a las 15 Mypes con el premio nacional a la Mype, donde destacó el emprendimiento y productividad de las Mypes y su contribución a la economía quién en honor e importancia de estas asistió el actual presidente Martín Vizcarra. (Peruano,2019)

En el sector económico: Según, Asep (2019) Las micro y pequeñas empresas juegan un rol importante en la labor emprendedora de nuestra economía nacional ya que según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep) dice que las mypes aportan alrededor del 40% del PBI.

Las Mype son relevantes en nuestro país porque proporcionan empleo, mediante la inclusión y capacidad de competir en el mercado, en la pelea de la miseria en América Latina, con un 47%. Son negocios o empresas que incentivan y desarrollan la economía en un 96%.

Los gimnasios están en vía de desarrollo, y cada vez captan mayores clientes, generando ingresos para el estado como para el emprendedor por 200 millones al año, estimando un crecimiento en un 30% (República, 2021).

En el sector social según Comex (2019), “Los sectores que concentran la mayor proporción de Mypes formales son comercio (32%) y servicios (52 %). Aproximadamente, ocho de cada diez empresas pertenecen a estos sectores”. (p.2).

El presidente del Perú Martín Vizcarra afirma que las Mypes son de gran valor, por el aporte al sistema financiero y por la generación de empleo que brinda a los peruanos. De esta forma este nivel de emprendedurismo no sólo contribuye al desarrollo y crecimiento del país, sino que motiva a los demás en atreverse e incursionar en su propio negocio. Con estos ejemplos de empresa, se desea se formalicen todas las Mypes informales, y así dar el empuje necesario para un futuro mejor y de mayor rendimiento, y mejorando la calidad de vida de las personas. (El Peruano, 2018)

Según el ministro de la Producción del Perú, Raúl Pérez-Reyes, considera que el emprendedor peruano es trabajador, hacedor, lo cual dinamiza al país, creando recursos propios. Este esfuerzo de los peruanos hace que el país progrese creando trabajo, empleo a más peruanos, aportando del 24% del PBI anual, con un 1.7 millones de micro empresas formales.

Los gimnasios en la sociedad son necesarios y valorados por los clientes, porque en la actualidad existe un nivel en crecimiento del culto a la belleza y prevención de la salud, queriéndose mantener bello y sano por mayor tiempo.

En el Perú, la tecnología que se viene implementando en los negocios, es de gran importancia, los softwares tanto como los programas, las computadoras y el internet, son relevantes para facilitar el trabajo del administrador, estas herramientas posibilitan información, un control actual de las diferentes áreas de la empresa, tanto operativo como administrativa. (López E. , 2020)

En los gimnasios también se utiliza la computadora, internet y redes sociales, para registrar a sus clientes, tener una base de datos, comunicarse con los ellos y llegar a nuevos clientes por medio de las redes sociales. (López, 2020)

Las empresas en el sector ecológico hoy en día están comprometidas en la disminución de la contaminación ambiental y el sobre calentamiento global, como factor clave, ya que hoy en día existe una preocupación por el planeta por parte de los clientes en consumir productos y servicios que no dañen el medio ambiente. (Cacheiro, 2021)

En el compromiso con el medio ambiente, los gimnasios contribuyen con la disminución de la tala indiscriminada e ilegal, emitiendo boletas o facturas, de manera virtual, enviándose al correo electrónico o WhatsApp de los clientes. Se contribuye también con el reciclaje de plásticos, papel, en las empresas mediante tachos de colores según su material. También utilizan máquinas para hacer ejercicio que no consumen energía o son de bajo consumo de ésta. Además se ofrecen servicios en los que no se gasta mucha energía como bailes, spinning. Este compromiso se suma el cambio de luminarias por focos led. (Cacheiro, 2021)

En el sector legal del Perú existe una ley para todas las micro y pequeñas empresas, siendo la ley de las Mypes 30056, en ella se defienden los derechos y deberes de los trabajadores de las empresas, atribuyéndoles beneficios básicos para que se estas empresas formalicen y contribuyan a la economía del país.

Según la ley dependiendo la magnitud de los ingresos anuales de la empresa se clasifican en: micro empresas cuando no superan en ventas las 150 UIT (4400) y pequeña empresa cuando sus ventas oscilan entre 150 y 170 UIT. (Destino, 2015)

Los beneficios que otorgan acogerse a la Ley Mype conceden medio mes de vacaciones, aportes de los trabajadores a una Administración de Fondos de Pensiones (AFP), a la Oficina de Normalización Previsional (ONP). (Destino, 2015)

Según su tamaño son los beneficios que te otorga el estado, en el caso de los gimnasios en Sullana, son Mypes, de acuerdo a sus ventas anuales, son pequeños negocios en el distrito.

Analizamos de manera interna la investigación mediante las 5 fuerzas de Michael Porter:

Las 5 fuerzas de Porter son una estrategia de competencia donde se estudia el entorno, el mercado específico donde se requiere ingresar un producto o servicio, para que la empresa destaque y se posicione. Debe tener un plan organizado y determinado no se obtendrá el éxito. (Riquelme, 2015)

1.- Poder de negociación con los Clientes. – es la facultad que tienen los clientes, con las empresas, para que se cumplan sus exigencias y preferencias. (Riquelme, 2015)

En los gimnasios del distrito de Sullana, los compradores son minuciosos y exigentes, queriendo encontrar varios servicios en el mismo local, como servicios de spinning, bailes, máquinas, etc., impulsando a la empresa a enfatizar en las necesidades del cliente.

2.- Rivalidad entre las empresas. – es la competencia en las empresas cuando ofrecen un mismo producto o servicio, por ello se deben crear estrategias de servicio al cliente y marketing. (Riquelme, 2015)

En la localidad del distrito de Sullana se hallan varios gimnasios, los cuales ofrecen los mismos servicios a los clientes, pero con distintas cualidades, por eso se crea competencia, innovación y el servicio personalizado entre las empresas, ya que su mercado meta es el mismo.

3.- Amenaza de los nuevos entrantes. – es la posibilidad que existen de nuevas competencias en el rubro de tu empresa, con similares o igual productos o servicios. Gracias a estos nuevos competidores del rubro, las empresas siempre están en las mejoras continuas de perfilar sus servicios y el servicio al cliente. (Riquelme, 2015)

Hoy en día existe la posibilidad que en cualquier momento aparezcan nuevos gimnasios, por ende se debe fidelizar al cliente con el servicio prestado y no se incline por otro gimnasio.

4.- Poder de negociación con los Proveedores. – es el dominio que tienen las empresas con sus proveedores y superar las dificultades y necesidades mediante la negociación con los

proveedores. Los gimnasios pueden llegar a acuerdos beneficiosos para ambas partes, según sus necesidades y requerimientos. (Riquelme, 2015)

Los gimnasios tienen acuerdos con sus proveedores para tener los productos en el tiempo necesario y de calidad para poder ofrecer mejor servicio a sus clientes.

5.- Sustitutos. – son los productos o servicios que reemplazan lo que produce la empresa, y puede suplir las necesidades y gustos del cliente. Esto hace que las empresas reduzcan sus costos y servicios. (Riquelme, 2015)

Los clientes hallan diversos servicios que satisfacen su necesidad de hacer ejercicios y mantenerse saludable, tales como escuelas formales e informales, a menos costos, son la competencia de los servicios de los gimnasios. (Riquelme, 2015)

Es cierto que en el distrito se presentan servicios sustitutos, por ello los gimnasios tienen nuevos retos para mantener contento a sus clientes, y éstos prefieran a los gimnasios, que a lugares como sustitutos de ellos.

El presente trabajo de investigación titulado: “Gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019” derivó de la línea de investigación de la escuela profesional de administración, según las prioridades de un grupo social de interés y el problema social que aborda. ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019?

Para dar solución a los problemas de investigación se propuso como objetivo general de la investigación describir las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019 y como objetivos específicos determinar el proceso básico de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019, describir los principios de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019, detallar las

fases del proceso de comunicación en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019, identificar los elementos del servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

La justificación de la investigación titulada “Gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.” se pretendió justificar por los siguientes motivos.

Es necesario efectuar un análisis sobre las Mypes del rubro gimnasios porque no se hallan no hay muchas indagaciones que refuercen la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

Las Mypes dan fuerza a la economía del país, contribuyen a la sociedad, colaboran en la creación de puestos de trabajo. (Cacheiro, 2021)

En el sector social el estudio de las Mypes de los gimnasios, lo que contribuye a la investigación de las variables de gestión de calidad y servicio al cliente.

Desde el punto de vista institucional esta investigación aportó información a otros trabajos de investigación en el futuro o dará posibles soluciones a las interrogantes que se planteen en el transcurso de su proyecto. Esta información de tesis se encontrará en las bibliotecas o repositorios de la universidad ULADECH, para conocer sobre el sector servicios de los gimnasios en Sullana.

Por último, punto con la presente investigación se pretende cumplir con mi meta profesional más pronta, obtener el título de licenciada en administración de empresas para realizarme como profesional de mi carrera de administración.

El presente trabajo se utilizó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo porque su objetivo es describir las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en una empresa y diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó el análisis descriptivo en el estudio del proyecto de investigación, por lo cual se utilizarán herramientas tecnológicas.

Como resultados más resaltantes de la investigación son: del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que planea las acciones que va a realizar en su gimnasio, el 100% manifestó que utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de sus servicios, el 80% manifestó que cuenta con una persona capacitada para controlar los servicios que brinda y los clientes se sientan satisfechos, el 60% manifestó tener una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización del total de gerentes encuestados, el 80% manifestó contar con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente y el 85,3% manifestó que en el gimnasio siempre lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden en sus servicios.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales.

Aldana (2017) En su trabajo titulado “Calidad del servicio prestado al cliente por los instructores de gimnasios” Su objetivo general fue determinar la calidad del servicio prestado al atleta por los instructores en gimnasios de la ciudad de Coro, específicamente en el Atlantis Gym. La metodología utilizada fue de nivel de tipo descriptiva con un diseño de campo no experimental. Con una población de 10 instructores encuestados bajo el escalamiento de Likert de 18 reactivos de cinco alternativas de repuestas. En conclusión se tiene que los gimnasios estudiados, se ubican en una categoría de buena calidad en el servicio prestado al cliente, por cuanto cumplen con las expectativas de los atletas, pero no de modo excelente o perfecto. Los encuestados dicen sentirse seguros en las instalaciones del gimnasio, con las rutinas asignadas por el instructor, atención personalizada de los instructores, no así, con los suplementos que el instructor le indica. Los resultados obtenidos fueron que el gimnasio Atlantis Gym debe invertir en planes de formación a sus instructores con la finalidad de enviar una señal de seguridad al público que aspira entrenar en sus instalaciones, así como a quienes ya lo hacen, esto reivindicaría la posibilidad de posicionarse como una organización basada en el prestigio ganado a base de estándares formativos de su personal, la atención individualizada que ofrecen las empresas a sus competidores. Esto obliga no solo, que el gimnasio ofrezca y atienda a ciertos atletas mediante planes personalizados, sino, que en esta medida el atleta que cancela su cuota debe gozar de este beneficio, es decir, el instructor debe atenderlo con la mayor empatía posible, por cuanto es miembro de la organización, la cual se vale y se mantiene en virtud de los clientes (atletas). Tener esta visión y cumplirla, implica que el gimnasio transita hacia la excelencia en

calidad del servicio que presta, proyectándose como una organización sólida en comparación con la competencia. El 40% afirmaron que se sienten seguros en las instalaciones del gimnasio, el 28% de los clientes afirmaron que es de calidad la atención personalizada en el gimnasio.

Barros (2015) En su trabajo de investigación titulada “Propuesta de una metodología para el cumplimiento de estándares de calidad y servicio en el gimnasio body care spa & gym de la ciudad de Cuenca 2015”. Su objetivo general fue crear una propuesta metodológica para el cumplimiento de estándares de calidad y servicio, en el “Gimnasio body care spa & gym” de la Ciudad de Cuenca durante el año 2015. La metodología utilizada fue cuantitativa y cualitativa. En conclusión comparando el gym con un gimnasio certificado de la ciudad de Lima Perú “personal training” las diferencias son marcadas en cantidad y calidad. Los resultados obtenidos fueron que los clientes de este gimnasio están satisfechos con los programas de entrenamiento promocionados así también con el servicio que ofrecen el personal técnico y administrativo, de la misma manera la infraestructura física cumple con los estándares de la Norma ISO 9001:2000. sin embargo comparando con un gimnasio certificado de la Ciudad de Lima Perú “Personal training” las diferencias son marcadas en cantidad y calidad. Respecto al servicio al cliente, aplicando la encuesta, el 82% responde como muy satisfactoria, considerando para ello las siguientes condiciones: cuenta con plan de clase; asistencia de más del 80% de clientes registrados para el horario; horario asignado al entrenador acorde a su necesidad y plan de monitoreo de avances de los clientes. Respecto a la gestión de calidad refiere que la persona encargada, en este caso un personal administrativo, maneja el mismo nivel de lenguaje cortés con todos los clientes, sean regulares o nuevos, quienes el 95 % indicaron que el lenguaje utilizado por el personal administrativo es muy satisfactorio; también la relación existente entre el personal administrativo y técnico de la empresa y la comunicación entre empleados y gerente, el

95% señala que es muy satisfactorio para el éxito de la empresa. Así mismo al trato que recibe en el establecimiento un 95% respondió que era muy satisfactorio.

Perero (2019) En su trabajo titulado “ Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio red gym 2017” Su objetivo general fue proponer un plan de acciones para mejorar el servicio al cliente que brinda la empresa RED GYM en Guayaquil, sur, Dr. Gabriel García Moreno, durante el periodo 2017. La metodología utilizada fue descriptiva, explicativa y correlacional. En conclusión un plan de mejora para incrementar el número de clientes, satisfacción en los clientes brindando una buena calidad de servicio con mayor seguridad e implementando nuevos tipos de ejercicios para mayor actividad y a su vez promocionar el gimnasio en redes sociales. Los resultados el 48% considera que el servicio que brinda RED GYM es regular, el 60% está de acuerdo que RED GYM cumple con las normas correctas del funcionamiento y el 100% está de acuerdo que el gimnasio cumple con el correcto funcionamiento de las máquinas, también el 64% considera que el sector es inseguro por falta de presencia policial, el 19% de los clientes indican que el aspecto más importante que debe de mejorar RED GYM es la seguridad, el 60% indican que el gimnasio no cumple con los requisitos de higiene, justificando la falta de utensilios de limpieza y baño en mal estado, Luego del análisis de la información se considera elaborar un plan que permita mejorar los siguientes ejes estratégicos para desarrollar las actividades de mejor manera.

Garavì (2016) En su trabajo titulado “Sistema de administración basada en la relación con los clientes (crm) orientado a la web para el control de servicios en el gimnasio gym planet de la ciudad de Santo Domingo.” Su objetivo general fue implementar un sistema administración basada en la relación con los clientes (CRM) orientado a la web para el control de servicios en el gimnasio Gym Planet de la ciudad de Santo Domingo. La metodología utilizada

fue en la modalidad mixta cualitativa – cuantitativa. En conclusión el sistema se desarrolló mediante los requerimientos especificados por los usuarios, permitiéndoles así establecer un control a sus servicios y un manejo sistemático de la información generada por la ejecución de sus procesos. Todo sistema basa su funcionamiento en conjunto de procedimientos o pasos a seguir en la ejecución de sus procesos para lo cual el usuario debe conocer el funcionamiento del sistema, los permisos y restricciones que posea de acuerdo a los parámetros establecidos por la empresa. Para el desarrollo de un sistema se debe establecer la arquitectura y modo de conexión en el que regirá su condición de trabajo, de acuerdo a lo requerido por el usuario de la aplicación, sea esta designada para uso interno de una institución o a nivel de conexión múltiple con distintos usuarios o dispositivos como es el caso de un sistema orientado a la web. Los resultados se ha planteado el desarrollo de un sistema de administración basada en la relación con los clientes orientado a la web para el control de servicios en el gimnasio Gym Planet, basado en el resultado del análisis de requerimientos guiados en la jerarquía de sus procesos, permitiéndole a la empresa conocer y establecer un funcionamiento eficiente en relación a la prestación de sus servicios de acuerdo al rendimiento diario de sus actividades. Con respecto al servicio al cliente, el 70% de los clientes considera que el proceso de registro de clientes funciona correctamente de forma manual; el 100% de los clientes no ha notado algún descontento en los clientes por el tiempo que requiere atender una solicitud.

2.1.2. Antecedentes Nacionales:

Ruiz (2016) En su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y formalización de las Mype del sector comercial gimnasios del distrito de Iquitos, año 2016.” Su objetivo general fue comprobar que enfoque de gestión de calidad y formalización son ideas claves en el desarrollo las Mype del sector de Servicios de gimnasios en el distrito de Iquitos 2016. La

metodología utilizada fue cuantitativa. En conclusión afirmó que el 73.3% de estas empresas cuentan con manual de procesos Respecto a los indicadores de desempeño el 100% de las empresas desarrolla una constante supervisión mostrando profesionalidad en el desarrollo de sus funciones dentro del proceso productivo. Finalmente el 100% de las empresas cumplen con la legislación vigente y normas municipales. Los resultados obtenidos fueron que el 60% de los entrevistados es de sexo femenino, asimismo podemos apreciar que la edad predominante es de 25 a 35 años de los gestores o administradores, con respecto al grado de instrucción solo el 40% es de instrucción superior no universitaria, Asimismo el 100% de los gimnasios está formalizados. Respecto a la gestión de calidad el 100% de las empresas poseen un plan estratégico y están implementando programas de calidad expresados en sus objetivos estratégicos.

Vera (2018) En su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad en el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de nuevo Chimbote, 2015”. Su objetivo general fue determinar de la gestión de calidad en el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del distrito de Nuevo Chimbote, 2015. La metodología utilizada fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo. En conclusión la mayoría de las micro y pequeñas empresas, tiene conocimiento sobre la gestión de calidad, más no lo aplican dentro de sus empresas, a su vez la mayoría de las mismas, solicitan un crédito financiero anualmente, sin embargo no solicitan el crédito financiero a una entidad bancaria, sino a terceras personas (prestamistas), teniendo la mayoría un corto plazo para efectuar el pago del crédito financiero obtenido. Los resultados obtenidos fueron respecto a la gestión de calidad; que el 70% de las micro y pequeñas tienen un conocimiento básico de gestión de calidad en el financiamiento más no lo aplican en su empresa,

el 60% de las micro y pequeñas empresa solicitan un crédito financiero anualmente, por otro lado un 50% obtienen un crédito para su capital de trabajo, el % de las micro y pequeñas empresas no siguen un plan de negocios estratégicos, solo el 10% de las micro y pequeñas empresas obtuvo un crédito financiero mediante una entidad financiera formal, asimismo el 80% de las micro y pequeñas empresas obtuvieron un crecimiento gracias al crédito financiero, sin embargo el 30% de las micro y pequeñas empresas afirmar que el crédito obtenido afectó el precio final de sus servicios, y finalmente el 80% de las micro y pequeñas empresas sostienen que, con la correcta aplicación de la Gestión de Calidad, lograrían una mayor rentabilidad en sus empresas.

Huiza (2017) En su trabajado titulado “Perfil y satisfacción del cliente en el gimnasio yackos gym.” Su objetivo general fue determinar el perfil y la satisfacción del cliente en el gimnasio Yackos Gym en el año 2017. La metodología utilizada fue descriptiva, correlacional no experimenta, la población para este estudio estuvo conformada por 47 clientes del gimnasio y se trabajó con una muestra poblacional, es decir se consideró a los 47 clientes. Para la recolección de datos se realizó una encuesta a los clientes y la información que se obtuvo se procesó en el paquete SPSS. En conclusión las características del perfil del cliente que presentan relación con la satisfacción del cliente son el estado civil ($r=0.704$), el grado de instrucción del cliente ($r=0.713$) y la razón por la cual el cliente acude al gimnasio ($r=0.685$). Los resultados obtenidos fueron sobre las características más relevantes del perfil del cliente fueron que son en su mayoría de género femenino (66%), de estado civil soltero (55%), con un grado de instrucción superior (55%), acuden al gimnasio todo el año (77%), cumplen el rol de hijo(a) dentro de la familia (60%); asimismo, el 66% de los clientes se encuentran insatisfechos.

Ortiz (2015) En su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad con el uso de financiamiento en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro gimnasios de

Chimbote, 2015”. Su objetivo general fue determinar las principales características del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro gimnasios del distrito de Chimbote, 2015. La metodología utilizada de diseño no experimental de corte transversal. En conclusión las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Gimnasios del distrito de Chimbote 2015, han adoptado el crédito financiero a mediano plazo, financiado por terceros para iniciar el servicio de gimnasio, contribuyendo a incrementar las ganancias. Los resultados obtenidos fueron que el 100% de los representantes tienen más de 31 años. El 80% de los representantes son de género masculino. El 40% de los representantes tienen instrucción superior. El 60% de las Mype tienen 4 a 7 años de existencia. El 100% de las Mype son formales. El 40% de las Mype fueron creados por generar ganancias, el 40% para generar oportunidad de trabajo. El 60% de la Mype cuentan con 6 a 10 trabajadores. Referente al Financiamiento: El 100% adquirió crédito financiero para su negocio. El 100% realizó su financiamiento por terceros. El 60% obtuvo financiamiento de entre S/.4000 – 7000 soles. El 60% ha solicitado préstamos a mediano plazo. El 80% paga una tasa de interés entre un 11- 20%. El 100% expresa que el crédito contribuyó al incremento de ganancias.

Mogollón (2018) En su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro gimnasios, distrito de Trujillo, 2018”. Su objetivo general fue determinar la caracterización de gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mype del sector servicios - rubro gimnasios distrito de Trujillo, 2018. La metodología utilizada fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo. En conclusión la mayoría de los micro empresarios conocen y aplican la gestión de la calidad, usando herramientas básicas de administración, midiendo el rendimiento a través de la observación, teniendo como objetivo

mejorar el rendimiento del negocio para alcanzar las metas y objetivos trazados y ser más competitivas. Los resultados obtenidos fueron que el 67% si conocen sobre gestión de la calidad, el 100% conoce sobre la atención al cliente, un 73% del personal no se adapta al cambio, un 67% miden el rendimiento a través de la observación, el 100% están convencidos que los principios de la gestión de calidad si ayuda a alcanzar las metas de la empresa, la mayoría 60% si conocen el termino atención al cliente, la totalidad el 100% si aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, la totalidad un 100% considera que si es fundamental la atención al cliente para que este regresen y se sientan satisfechos con el servicio brindado.

Ramírez (2017) En su trabajo de investigación titulado “Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del gimnasio DeporCentro Línea E.I.R.L. en el distrito de san juan de Lurigancho, 2017”. Su objetivo general fue comprobar la relación entre calidad en el servicio y satisfacción del cliente del gimnasio DeporCentro Línea E.I.R.L. en el distrito de San Juan de Lurigancho. La metodología utilizada fue de nivel correlacional, de diseño no experimental. En conclusión la variable calidad en el servicio y la satisfacción del cliente son correlacionales entre sí, ya que, el análisis del Rho de Spearman es de 0.233 con un nivel de significancia bilateral de $0.015 < \alpha < 0.050$; además se determina que la calidad del servicio es eficiente en un 80.6% en respuesta a la satisfacción en sus clientes. Los resultados obtenidos determinaron que las dimensiones tangibles, confiabilidad, garantía y empatía guardaban relación positiva con la variable satisfacción del cliente, por la cual se acepta la hipótesis alterna; sin embargo, se demostró que la dimensión capacidad de respuesta no se relaciona con la variable satisfacción del cliente de la empresa DeporCentro Línea, es decir, es este caso se acepta la hipótesis nula.

Pilco (2019) En su trabajo de investigación titulado “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito de

Ayacucho, 2018”. Su objetivo general fue determinar cuáles fueron las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito Ayacucho, 2018. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, presenta un nivel descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal. En conclusión que los elementos tangibles en los gimnasios impactan en la calidad de servicio, la apariencia limpia y agradable de los colaboradores son fundamentales para elevar la percepción de calidad; el nivel de fiabilidad es aceptable por los clientes, lo cual no asegura confianza para acudir al personal; la capacidad de respuesta es aceptable por los clientes; el rendimiento percibido es satisfactorio; el deseo de los consumidores o lo que esperan del servicio no llega a satisfacer del todo sus expectativas y que la intensidad, respecto al servicio ofrecido, no siempre genera satisfacción. Los resultados obtenidos fueron que se puede deducir que el 36 % manifestaron que son atractivas las instalaciones físicas de los gimnasios, 34 % afirmaron que si son modernas las instalaciones, el 41 % afirmaron que las instalaciones de los gimnasios están bien conservados, el 93 % indican que el personal que los atienden tiene una apariencia limpia y agradable al momento de ofrecer el servicio, el 15 % están seguros si percibieron un buen servicio desde el primer momento, el 45 % manifestaron que el personal del gimnasio sí muestra interés en solucionar sus problemas, el 38 % afirmaron que tal vez o en cierta ocasión se sienten en confianza para poder pedir ayuda, el 50 % manifestaron que tal vez o a veces la atención es oportuna; un 33 % afirmaron que los gimnasios satisfacen sus expectativas.

Burgos (2018) En su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio – rubro gimnasios, casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017 ” Su objetivo general fue determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las

micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro gimnasios, casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017”. La metodología utilizada fue del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. En conclusión en que la mayoría de los representantes legales son los propietarios de los gimnasios (40%), la mayoría de los trabajadores (60%) son amigos del propietario, estas empresas (100%) fueron creadas con el objetivo de generar ganancias y los gimnasios (80%) planifican sus actividades de gestión de calidad. Los resultados obtenidos fueron que se puede deducir que el 40% de encuestados piensa que la retroalimentación con sus clientes les permite mejorar la atención y el 100% de encuestados respondieron que la empresa recopila información de sus clientes para la toma de decisiones.

Yupa (2020) En su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y atención al cliente basado en el modelo servqual de las mype del sector servicio de rubro gimnasios de la ciudad de Juliaca del año, 2019.” Su objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente basado en el modelo SERVQUAL de las MYPE del sector servicio de rubro gimnasios de la ciudad de Juliaca del año 2019. La metodología utilizada fue del tipo cuantitativa de nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. En conclusión los gimnasios vienen cumpliendo adecuadamente en la gestión de planeación, organización, dirección y control en la variable gestión de calidad, similares resultados se obtienen en la atención al cliente, demostrando una adecuada y alta fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles, además se evidencia homogeneidad en los resultados demostrando que el trabajo es consistente. Los resultados obtenidos fueron respecto a la gestión de calidad: que el 50% de las empresas casi siempre muestran diálogo y comunicación como estrategia de calidad, el 40% tiene una atención

personalizada , el 50% de los empleados resuelven problemas que se presentan en el gimnasio y el 60% de las empresas considera importante la relación adecuada con los proveedores.

2.1.3. Antecedentes Regionales.

Ramos (2019) En su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad y asesoramiento en las Mype, rubro gimnasios en el distrito Veintiséis de octubre – Piura, año 2017.” Su objetivo general fue determinar las características que tiene la “Gestión de calidad y asesoramiento en las micro y pequeña empresa (Mype) rubro gimnasios en el distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2017”. La metodología utilizada fue de nivel descriptiva tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. En conclusión en cuanto al conocimiento del nivel de asesoramiento se pudo determinar que presentan un buen nivel de especialización para poder brindar un buen servicio, sus trabajadores se encuentran divididos adecuadamente en cada área que se les ha asignado, la satisfacción que presentan los trabajadores van de acorde a sus expectativas, y por otro lado piensan que es necesario llevar algún plan de asesoramiento para una mejora continua. Finalmente, con respecto a la importancia del asesoramiento que presentan las mype rubro gimnasios establecidos en el distrito Veintiséis de Octubre se identificó que es de mucha importancia para ellos tener un asesoramiento para que no puedan tener muchas dificultades en el camino, en cuanto al buen nivel de aprendizaje que 66 presentan sus trabajadores es el adecuado para el establecimiento, pero de otra forma se observó que no cumplen con brindar ayuda hacia las distintas necesidades que puedan presentar sus trabajadores, en cuanto a las estrategias que pueda presentar en el asesoramiento, piensan que serán favorables y óptimas para el crecimiento de estas, para el análisis de competencia se conoció que los gimnasios realizan estudios sobre los diferentes precios y ofertas que manejan sus competidores, finalmente se determinó que en el servicio que brindan es de adecuada calidad.

Los resultados obtenidos fueron sobre los beneficios que se presentaron en su gestión de calidad, siendo como mayor estrategia la implementación de anuncios publicitarios con un 74% para poder elevar su rentabilidad, en tanto a la importancia que muestran en la gestión de calidad muestran un 90% de aceptación en cuanto a los servicios e infraestructura que brinda dentro de sus establecimientos, pero a su vez presentan un 56% en deficiencias de calidad; para en nivel de asesoramiento se pudo constatar que el 85% están especializadas en el manejo de cada una de sus actividades y plenamente organizadas; finalmente con un 95% demuestran tener aceptación hacia la importancia de un asesoramiento para una mejor rentabilidad, pero además estas deben tener una mejor implementación de motivación hacia su personal.

2.1.4. Antecedentes locales

No encontré coincidencias con mi investigación.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de calidad.

Son las acciones precisas a tomar en una empresa para renovar y modernizar la calidad de los artículos y prestaciones. La gestión de calidad es la principal función de una empresa. (Heras, Arana, Camisón, Casadesus, & Martiarena, 2008)

2.2.1.1. Proceso Básico de la Gestión de Calidad. Según Cortéz et al. (2017) “Jurán fundó un procesos básico, dividido en tres: planificación, control y mejoras de la calidad, para ejecutar la gestión de calidad, los cuales son denominados con el nombre Trilogía de Jurán(p.26), el cual se ha convertido en parte primordial de la gestión de calidad, el cual se necesita uno del otro para poder ser eficaz.

Según Cortéz et al. (2017) “El proceso o Trilogía de Jordán son los siguientes: Planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.”(p.9)

1. Planificación de la calidad.- En este proceso se debe estudiar las exigencias de los compradores para estar acorde y superar las necesidades de la demanda. La planificación tiene como finalidad programar las acciones para otorgar las condiciones requeridas del comprador, de un producto o servicio, de esta manera se espera persuadir a los clientes potenciales a adquirir los bienes de la empresa. (Cortéz, 2017)
2. Control de la calidad.- en este proceso se supervisa la calidad, se anulan el daño de la calidad, se debe percibir y valorar el cumplimiento del proceso. Se verifica si se logran los objetivos de acuerdo a las metas fijadas. Esta evaluación no lo pueden hacer los empleados porque ellos no pueden desaparecer o arreglar imperfecciones en la calidad, se necesitan personas capacitadas para hacer dicho control de calidad. (Cortéz, 2017)

3. Mejora de la calidad.- en este proceso sirve para identificar los errores en los productos o servicios que ofrece la empresa, erradicando los problemas que se vienen presentando, lo cual nos permite desarrollar los bienes ofrecidos. Cuando una empresa descarta los errores en el proceso de producción, se minimiza trabajo, tiempo y dinero lo cual es de vital importancia para la empresa, reduciendo costos y precios. (Cortéz, 2017)

2.2.1.2. Principios de la Gestión de Calidad. Estos principios de gestión están detallados en la norma ISO 9000:2000 “Sistema de gestión calidad. Fundamentos y Vocabularios” siendo una mención esencial que se necesita para la comprensión y establecimiento apropiado de las obligaciones de la ISO 2001 o las reglas de la ISO 2004. (Beltrán Sáenz, Carmona Calvo, Carrasco Pérez, Rivas Zapata, & Tejedor Panchón, 2002)

Es de vital importancia tomar en cuenta los principios, en el modelo de la gestión de calidad, para obtener resultados que beneficien a las empresas, así se podrá trabajar de manera correcta y organizada para complacer a los clientes. (Beltrán Sáenz, Carmona Calvo, Carrasco Pérez, Rivas Zapata, & Tejedor Panchón, 2002)

2.2.1.3. Los principios de la gestión de calidad. Son los siguientes:

1. Según Gonzales & Arciniegas et al. (2016) el enfoque al cliente son las organizaciones necesita al consumidor, por eso debe de evaluar y entender los gustos y preferencias actuales del comprador para poder complacer las expectativas, trabajando para sobrepasar los requerimientos de los clientes.(p.100)
2. Liderazgo.- Los líderes constituyen un deseo y conducen a la organización ese propósito. El líder establece y sostiene un estado interno, donde las personas se conocen y logran interrelacionarse para de manera conjunta trabajar en equipo con un mismo objetivo no

sólo individual sino grupal para desarrollar la organización. (Gonzales & Arciniegas, 2016)

3. La participación del personal es el compromiso y el trabajo de las personas, son la unidad básica que logra desencadenar sus competencias en favorecer a la empresa porque aprender a colaborar en equipo de manera asertiva. (Gonzales & Arciniegas, 2016)
4. Según Gonzales & Arciniegas (2016) “El enfoque basado en procesos se logra con el rendimiento en los resultado de manera eficiente, cuando las tareas y los recursos son interdependientes en la gestión de un proceso”.(p.101)
5. Según Gonzales & Arciniegas (2016) “El enfoque de sistema para la gestión es reconocer, interpretar y tramitar las fases como procedimientos, lo cual beneficia a la efectividad y la calidad de una empresa en alcanzar sus propósitos” (p.102).
6. Según Gonzales & Arciniegas (2016) “La Mejora continua es la mejora del cumplimiento de la calidad total, es el perfeccionamiento persistente de la calidad, la retroalimentación y comunicación para enriquecer los productos y servicios amenorando costos” (p.102).
7. Según Gonzales & Arciniegas (2016) “el enfoque basado en hechos para la toma de decisión son las determinaciones acertadas que se fundamentan en la investigación de datos e información.”(p.103)
8. Según Beltran Saenz, Carmona Calvo, Carrasco Perez, Rivas Zapata, & Tejedor Panchon (2002) “Las relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor son una combinación con los abastecedores de manera conjunta para generar valor” (p.205).

2.2.2. Servicio al Cliente

2.2.2.1. Servicio. Los servicios son el conjunto de actividades que realiza una empresa para poder satisfacer las necesidades de un cliente. (Mendez, 2019)

2.2.2.2. Cliente. Un cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. Del latín “Cliens” nos encontramos en la historia a un cliente como aquel bajo la responsabilidad de otro, este otro ofrecía servicios de protección, transporte y resguardo en todo momento, las indicaciones se debían cumplir bajo regímenes específicos de orden para que pudieran ser ejecutadas tal cual al pie de la letra. Un cliente desea que se le sea atendido a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración. (Raffino, 2018)

2.2.2.3. Servicio al cliente. Los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de manera correcta. Es también una eficiente herramienta de marketing. (Raffino, 2018)

Los servicios que tiene la empresa para el servicio al cliente quieren sobrepasar las expectativas del consumidor, quieren concederle asesoría, pautas que lo guíen mientras se le presta el servicio en los gimnasios, y este se sienta acompañado, con un trato personalizado y satisfactorio. Que el cliente desee volver a pasar por el mismo momento porque quedó satisfecho con su experiencia. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing que nos facilita conocer a nuestra clientela y sus necesidades (Raffino, 2018)

2.2.2.4. Fases. La entrada fas proviene de raíces latinas, específicamente de la voz «fas» que alude a justo, lícito.

El proceso es un conjunto de actividades, debidamente ordenadas, que tienen por objetivo obtener una circunstancia u acto específico. Es acomodar o hacer las cosas en un orden determinado que lleven como resultado obtener o hacer algo. (Raffino, 2018)

2.2.2.5. Comunicación. La comunicación es un proceso de interrelación entre dos o más personas. Es dinámica, continua y sistemática. Por lo que plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, que es allí donde tiene su razón de ser. Ya que a través de ésta las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones. (Raffino, 2018)

2.2.2.6. Las fases del proceso de comunicación. Las fases son el análisis de las fases del servicio al cliente es un aspecto clave para poder dar una respuesta más adecuada a sus puntos de dolor. Así, la información que obtienes en cada una de las etapas del cliente en su relación con la empresa te permite tener un conocimiento más profundo de sus verdaderas necesidades y actuar en consecuencia. (Navarro, 2018)

La acogida

Se realiza en el momento que el cliente llega a la empresa, debe de sentir un ambiente agradable, donde la primera impresión es primordial para la captación y confianza que siente el cliente y estar seguro que será atendido en todos sus requerimientos. A pesar que un cliente puede llegar apurado, nervioso e indeciso el personal debe de crear un entorno de calma, de acogerlo de manera entusiasta, mirando a la cara y sonriendo para preguntarle sobre los motivos que lo lleva a requerir de los servicios del gimnasio. No debemos olvidar que si el personal se encuentra atendiendo a otros clientes, se debe de dar una bienvenida y hacerle saber que en momentos se le atenderá para que no se sienta solo ni que no se le presta el debido servicio.

Luego se le debe atender a la brevedad posible para que sientan cómodos, atendidos y guiados por el personal. (Ordoñez, 2015)

La indagación o espera

El cliente en alguna oportunidad debe esperar para ser asistido por el personal de la empresa, por ello se debe mirarlo a los ojos cuando se hable con él para que exista el primer contacto y decirle que en breves momento será atendido para que sepa que debe esperar, se puede darle revistas o periódicos para que se entretenga y la espera sea rápida para él. De esta manera no abra inconvenientes para el cliente en esperar por ser atendido por el personal. (Ordoñez, 2015)

Presentación o el seguimiento

En ocasiones el personal de la acogida no es quien atenderá en el servicio al cliente. Al ingresar, un cliente a un establecimiento, no siempre quien lo acoge o le da la bienvenida es la persona que lo acompaña en su experiencia, pero sí está en el tiempo que debe esperar para ser atendido, este tiempo de espera debe ser corto y el cliente debe sentirse a gusto en este momento; al ser atendido el cliente, el trabajador debe de expresarle a su compañero las necesidades del comprador para que no se sienta desatendido ni crea que debe explicar a cada momento o persona el motivo, por el que llega a dicha empresa. Es importante no dejar en ningún momento solo al cliente, y dar a conocer que hay un comprador en espera al compañero que lo atenderá. (Ordoñez, 2015)

Persuasión o gestión

En esta fase el trabajador tiene como misión con el cliente, brindarle información sobre un producto o servicio de preventa o postventa que ofrece, las condiciones de éste y el acuerdo al

que puedan llegar, para convencer al comprador. El trabajador debe usar como estrategia todos los elementos de comunicación verbal que fundamenta con el conocimiento de su producto o servicio que brinda al comprador.

Siempre que se habla con un cliente se debe de llamarlo por su nombre para que se sienta importante y la atención sea personalizada, se le pide siempre mientras se realiza la comunicación al comprador sus datos, para que existe una comunicación continua y se pueda guardar en una base de datos que debe tener la empresa y también se registre la atención de dicho comprador y cuáles fueron sus requerimientos.

Para brindar una atención eficiente en una empresa, se debe interactuar con el cliente y preguntarle sobre lo que requiere, superando sus expectativas, sin olvidar registrar sus datos personales como el nombre, celular, etc. para comunicaciones posteriores.

Cierre o despedida

Para el término de la experiencia del cliente sea positiva se debe de mantener un ambiente agradable, cortés, sin olvidar el nombre para que el trato sea personalizado, al despedirse.

Siempre se reiteran al despedirse los acuerdos que se hablaron y detallaron para llegar a adquirir un producto o servicio, mediante una llamada telefónica, un correo electrónico o visita en una determinada fecha y hora (Ordoñez, 2015)

2.2.2.7. Elementos. La palabra elementos proviene del latín elementum.

Los elementos son normas de una ciencia o doctrina, que forman una estructura. (Gardey & Pérez, 2009)

2.2.2.8. Servicio al cliente. La atención al cliente es el servicio que se le presta a un comprador por parte de una empresa, es la oportunidad de brindar con esmero las preguntas, dudas quejas al vender un producto o servicio como al momento de transferirlo. (Ordoñez, 2015)

Al transcurrir el tiempo la contienda se hace más difícil, la competencia ofrece mayores y diversos beneficios para los compradores, los cuales siempre tienen mayores expectativas, buscan calidad, buen servicios y bajos costos, por ello se debe tener en cuenta el servicio al cliente, lo cual se torna básico para una buena relación con el consumidor. (Ordoñez, 2015)

2.2.2.9. Los elementos del servicio al cliente. Son los cinco siguientes

- Contacto cara a cara.- es el trato personal que se le brinda al cliente al tener la oportunidad de estar frente a frente con él, se le brinda un trato personalizado y se usan todas las tácticas para convencer al cliente de la propuesta ofrecida.
- Relación clientelar.- es la relación que se debe afianzar la empresa con el cliente, quienes son prestadores de un producto o servicio, esta relación es primordial, se puede dar por las redes sociales o por email, de esta manera siempre existe una comunicación para que los clientes le sean leales a la empresa.
- Correspondencia.- la comunicación que existe entre el cliente y la empresa es importante, como la respuesta del cliente a este como respuesta, ya que vigoriza la afinidad entre ellos, y se solucionan dudas las cuales se resuelven mediante este nexo.
- Reclamos y cumplidos.- el cliente debe tener un medio para poder expresar reclamos o quejas que el cliente presente, algún problema que haya tenido con el producto o servicio y se encuentre una solución o acuerdo que se beneficien ambos.
- Instalaciones.- es el establecimiento físico donde los clientes asisten a adquirir un bien o servicio porque no todas las personas usan canales virtuales o digitales, confían en lo físico. (Raffino, 2018)

La importancia del servicio al cliente es poder llegar a nuestra clientela con una poderosa venta promocional, los descuentos, la oferta y el apoyo al cliente en el desarrollo de nuevas estrategias para reducir los costos de inventario y prever contingencias para no perjudicar más adelante nuestra empresa y de nuestro cliente.

Las acciones y actitudes se reflejan en el comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto produciendo un impacto sobre el nivel de satisfacción del cliente incluyendo, la cortesía general con el que el personal maneja las preguntas, los problemas, como ofrece o amplía la información, provee servicio y la forma como trata a los otros clientes. (Calderòn, 2006)

III. Hipótesis

En este proyecto de tesis no se realizan hipótesis porque en las investigaciones descriptivas no se corresponde efectuar probabilidades en dicho problema, implica observar y describir el estudio que se realiza. (Hernández, 2019)

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal porque el objeto de estudio implica observar y describir los datos sin cambiar a las variables. Este diseño recolecta datos en un solo momento y tiempo. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia y correlación en un determinado tiempo. (Hernández, 2019)

4.1.1. Nivel de la Investigación

El nivel de la investigación del proyecto fue de manera descriptiva porque mediante este método se puede estudiar el comportamiento de una persona sin intervenir en su proceder. (Hernández, 2019)

El objetivo de este análisis fue describir las características de la gestión de calidad y servicio al cliente de una empresa.

4.1.2.-Tipo de la investigación.

El tipo de la investigación fue cuantitativa porque se realiza de manera estructurada, recopilando y analizando datos de acuerdo a las variables, utilizando la informática y estadística que nos permitirán obtener resultados confiables. (Hernández, 2019)

4.2.Población y muestra

4.2.1. Población

Es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes. Sobre esta población se realiza el estudio estadístico con el fin de sacar conclusiones. El tamaño poblacional es el número de individuos que constituyen la población. Según el número de sujetos, el tamaño puede ser finito o infinito. Los conjuntos infinitos son algo artificial o conceptual, ya que toda población de entidades físicas es finita. (Hernández, 2019)

Población finita.-“Se refiere a grupos de individuos en una cantidad claramente definida, como los habitantes de una ciudad, los globos en una piscina, las cajas en un almacén, entre otros. Se pueden contar y agrupar.” (Hernández, 2019)

La población de la variable de gestión de calidad fueron los 10 gerentes de los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

Población infinita.- es aquella población que no tiene fin.

La población de la variable de servicio al cliente es infinita de clientes de los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

4.2.2. Muestra

Según Durand (2014) “Es una parte de la población, la cual se selecciona con un propósito de obtener información.”

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas lógicas. La muestra es una parte representativa de la población. (Hernández, 2019)

La muestra para la variable de gestión fueron los 10 gerentes de los 10 gimnasios formales del distrito de Sullana año 2019.

La muestra para la variable de servicio al cliente fueron los 68 clientes de los gimnasios en el distrito de Sullana año 2019, usando la fórmula estadística para obtener la muestra.

$$n = \frac{(1.65)^2(0.5)(0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n = 0.680625$$

1

$$n = 68 \text{ Clientes}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra a ser estudiada

Z = 90% nivel de confianza (1.65 al cuadrado)

P = Probabilidad de concurrencia (0.50)

Q = Probabilidad de no concurrencia (0.50)

E = Error permitido (10%)

4.3. Definición y Operacionalización de las variables e indicadores

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB - DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
G E S T I O N D E C A L I D A D	PROCESO BASICO DE GESTIÓN DE CALIDAD	Planificación de Calidad	Políticas	¿Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?	C U E S T I O N A R I O
		Control de calidad	Inspección	¿Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio? ¿Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?	
		Mejora de calidad	Retroalimentación	¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?	
	PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN	Enfoque al cliente	Satisfacción	¿En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes?	
		Liderazgo	Ambiente	¿Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo para lograr los objetivos trazados en la empresa?	
		Participación del personal	Compromiso	¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa? ¿El personal que labora está comprometido con su empresa?	
		Enfoque basado en procesos	Estructura	¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?	
		Enfoque de sistema	Políticas	¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?	
		Mejora continua	Control	¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente? ¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	
		Enfoque basado en procesos	Información	¿La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información?	
Las relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.	Coordinación	¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente?			

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
SERVICIO AL CLIENTE	PROCESO DE COMUNICACIÓN	La acogida	Amabilidad	¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden de manera cordial?	CUESTIONARIO
		La indagación o espera	Atención	¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios? ¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?	
		La presentación o seguimiento	Información	¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?	
		Persuasión o gestión	Relación	¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?	
		Cierre o despedida	Comunicación	¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?	
	LOS ELEMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE	Contacto cara a cara	Asistencia	¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?	
		Relación clientelar	Cordialidad	¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	
		Correspondencia	Respuesta	¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores cuando se presenta un problema?	
		Reclamos y cumplidos	Atención	¿Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	
		Instalaciones	Entorno	¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnica

Según Rodríguez (2010) la técnica de la encuesta, es un método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”

Para el desarrollo del presente proyecto fue usada la encuesta para los 10 gerentes y los 68 clientes de los gimnasios en el distrito de Sullana.

4.4.2. Instrumento

La técnica del cuestionario es usada con mucha frecuencia para proyectos o informes de investigación porque nos permite obtener resultados de acuerdo a las respuesta de los participantes. (Rodríguez, 2010)

Para el recojo de la información fueron 14 preguntas que tuvo la encuesta para la variables de gestión de calidad para los gerentes de los gimnasios y las 11 preguntas que tuvo la encuesta para la variable servicio al cliente para los clientes de los gimnasios.

4.5. Plan de análisis

Según Vásquez (2006) en el “análisis de los datos fue un proceso creativo, cargado de subjetividad, para asegurar el rigor de sus resultados.”

Se utilizó el análisis descriptivo en el estudio del proyecto de investigación, por lo cual se utilizarán herramientas tecnológicas como Microsoft Word para el informe detallado de la investigación, para poder tabular la encuesta de los datos que se resuelva del empresario y sus trabajadores del análisis descriptivo fue a través de cuadros de frecuencia porcentual y de

gráficos circulares de acuerdo a dos escalas: 1=si y 0=no que se llevó a cabo mediante el paquete Estadístico SPSS versión v. 22 y el programa Excel 2013. El cual se anexa con sus respectivos gráficos procesados por el SPSS. Se anexa cuadro de presupuestos, cronograma de actividades e instrumento de recolección, matriz de consistencia. Para poder dar solución a los problemas encontrados mediante las variables de indagación. (Vásquez, 2006)

4.6. Matriz de consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	UNIVERSIDAD Y MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
<p>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Describir las características de gestión de calidad servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019</p> <p>OBJETIVOS ESP.:</p> <p>Determinar el proceso básico de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019</p> <p>Describir los principios de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019</p> <p>Detallar las fases del proceso de comunicación de los gimnasios en el distrito de Sullana año 2019</p> <p>Identificar los elementos del servicio al cliente de los gimnasios en el distrito de Sullana año 20</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD,</p> <p>SERVICIO AL CLIENTE.</p>	<p>Universo:</p> <p>Los gerentes en los gimnasios y los clientes del distrito de Sullana, año 2019</p> <p>Muestra:</p> <p>Los 10 gerentes y 68 clientes en los gimnasios del distrito de Sullana, Año 2019</p> <p>Variable 1: Gestión de calidad.</p> <p>Variable 2: Servicio al cliente</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Universo o población:</p> <p>Los 10 gerentes y 68 clientes en los gimnasios del distrito de Sullana, año 2019</p>	<p>C</p> <p>U</p> <p>E</p> <p>S</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>O</p> <p>N</p> <p>A</p> <p>R</p> <p>I</p> <p>O</p>

4.7. Principios éticos

Principios que rigen la actividad investigadora

- **Protección a las personas.**- en toda indagación el estudio del comportamiento de la persona es importante darle seguridad cuando participe en la investigación pero no se puede olvidar que ésta tiene derechos como la dignidad, privacidad y voluntaria.
- **Beneficencia y no maleficencia.**- el investigador debe beneficiar a las personas que participan en su indagación y no causarles algún daño o efecto adverso a su integridad y confianza.
- **Justicia.**- se refiere al trato justo e imparcial del investigador con las personas con las que trabaja en su análisis.
- **Integridad científica.**- son los aspectos específicos del investigador, debe tener honra y valores para poder plasmarlos en cualquier trabajo que éste realice con respecto a sus indagaciones.
- **Consentimiento informado y expreso.**- es la decisión que toma cada participantes cuando el investigador le informa y pide su colaboración, se plasma en un documento y se es firmada para que se tenga prueba de la autorización para la realización del estudio.

V. Resultados

5.1. Resultados

Con respecto a la gestión de calidad

Tabla 1

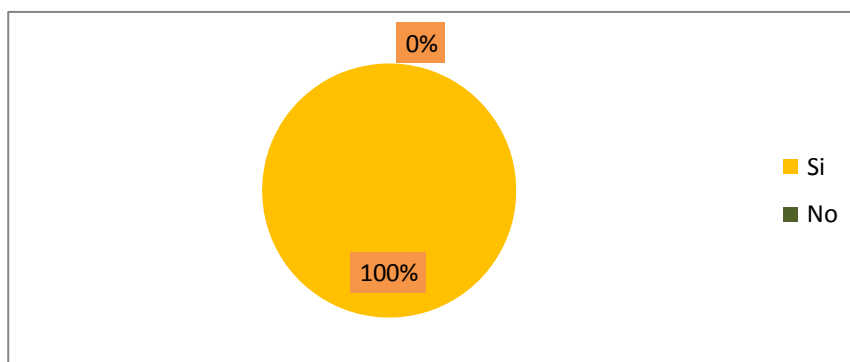
Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 1

Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 1 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que planea las acciones que va a realizar en su gimnasio.

Tabla 2

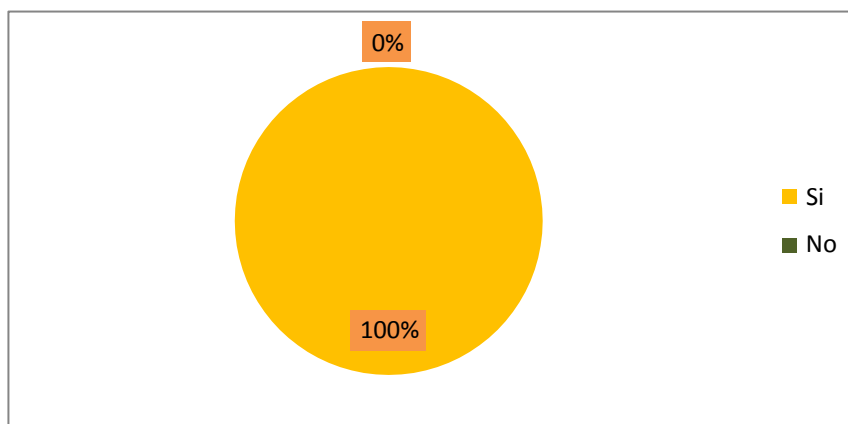
Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 2

Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 2 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de sus servicios

Tabla 3

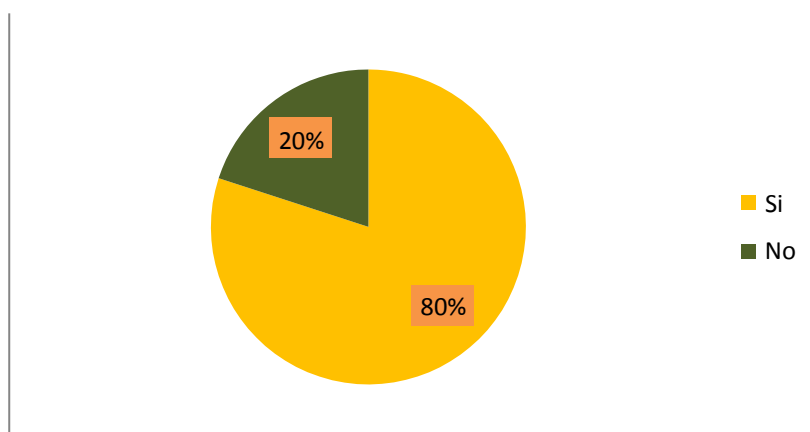
Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 3

Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 3 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 80% manifestó que cuenta con una persona capacitada para controlar los servicios que brinda y los clientes se sientan satisfechos.

Tabla 4

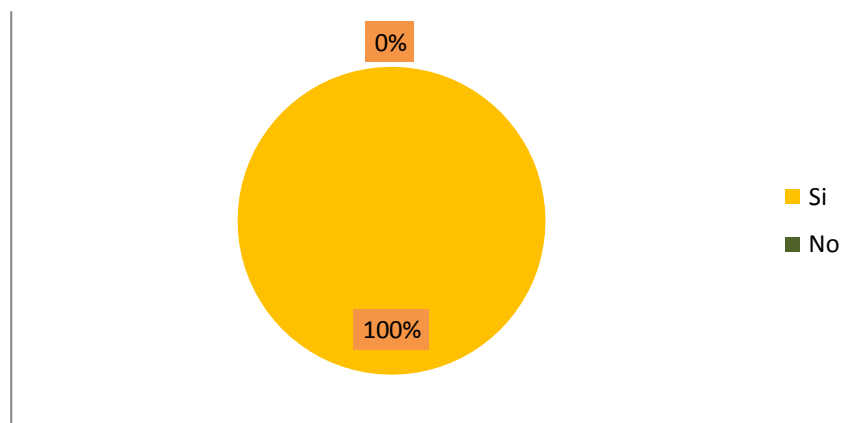
A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 4

A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 4 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que a través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio.

Tabla 5

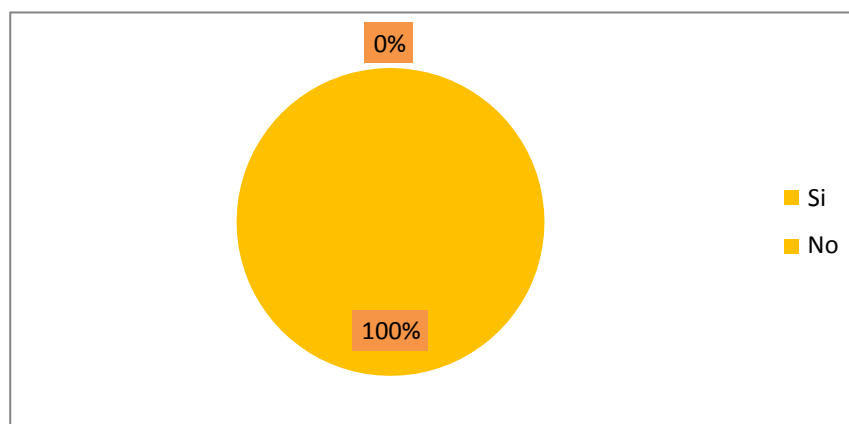
En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 5

En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 5 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que en su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes.

Tabla 6

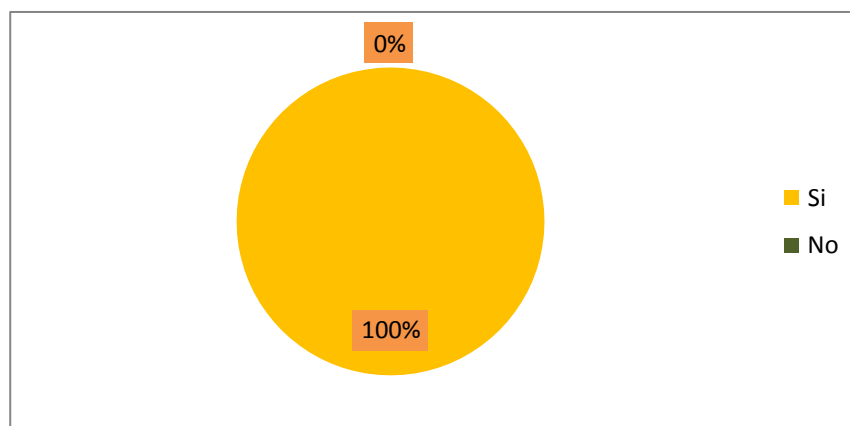
Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 6

Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 6 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa.

Tabla 7

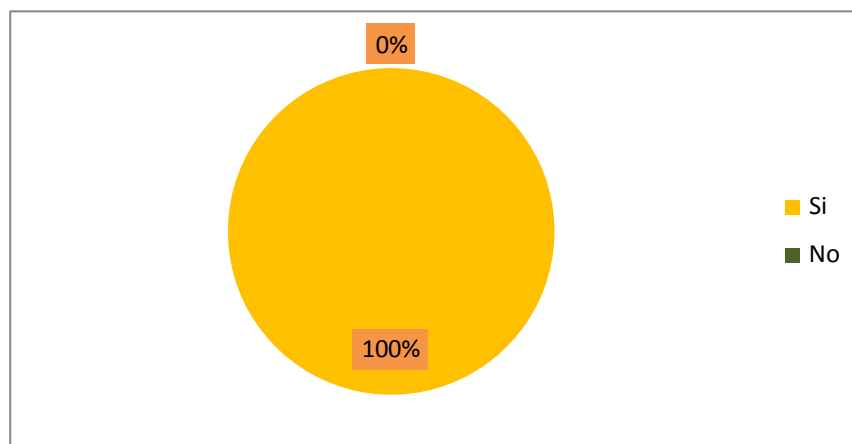
El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 7

El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 7 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó el personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa.

Tabla 8

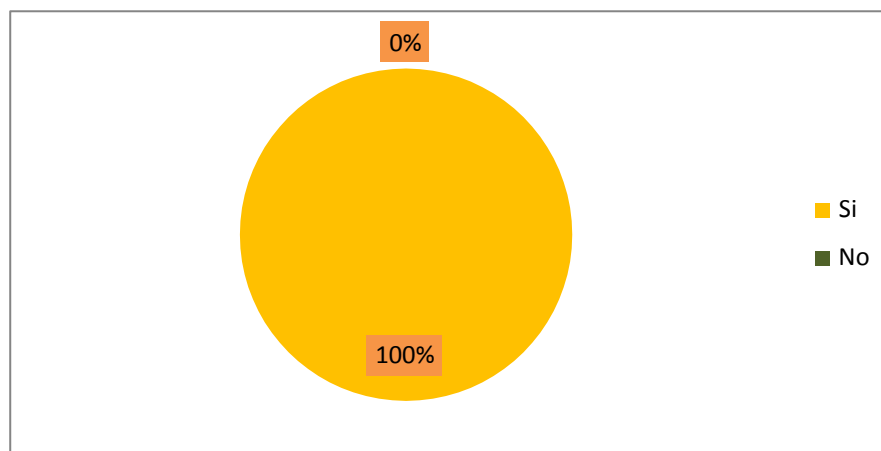
El personal que labora está comprometido con su empresa

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 8

El personal que labora está comprometido con su empresa



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 8 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que el personal que labora en su empresa está comprometido con ella.

Tabla 9

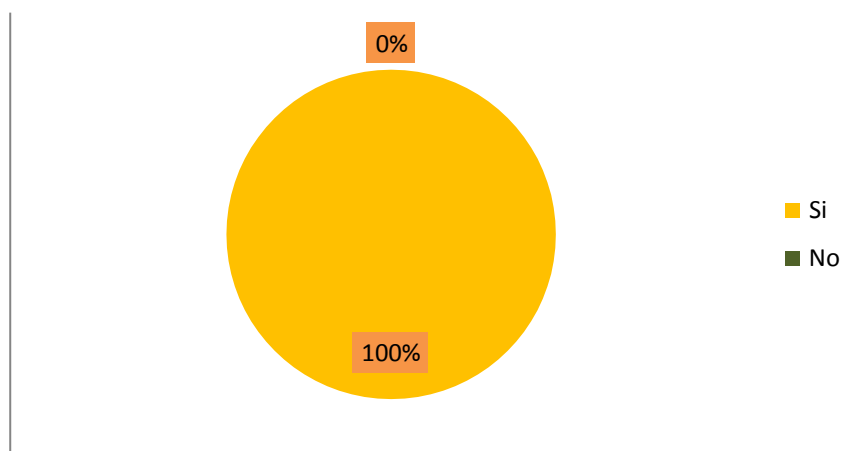
Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 9

Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 9 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas.

Tabla 10

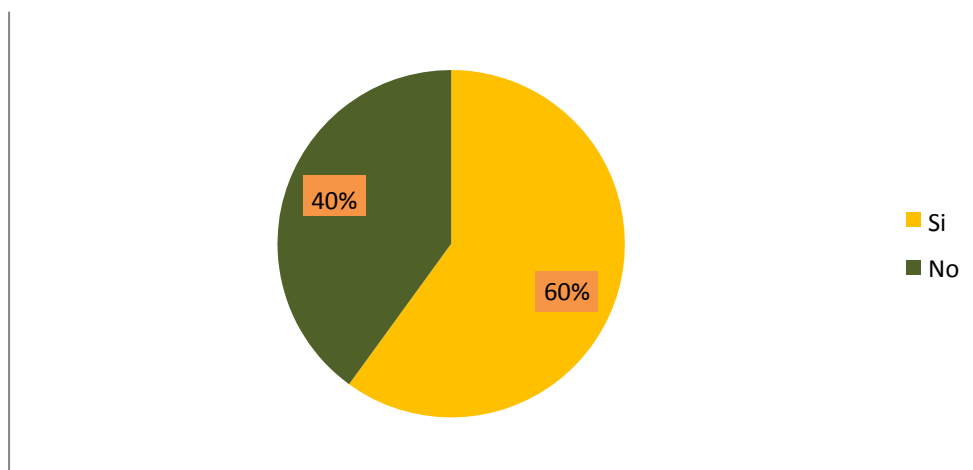
Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 10

Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 10 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 60% manifestó tener una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización.

Tabla 11

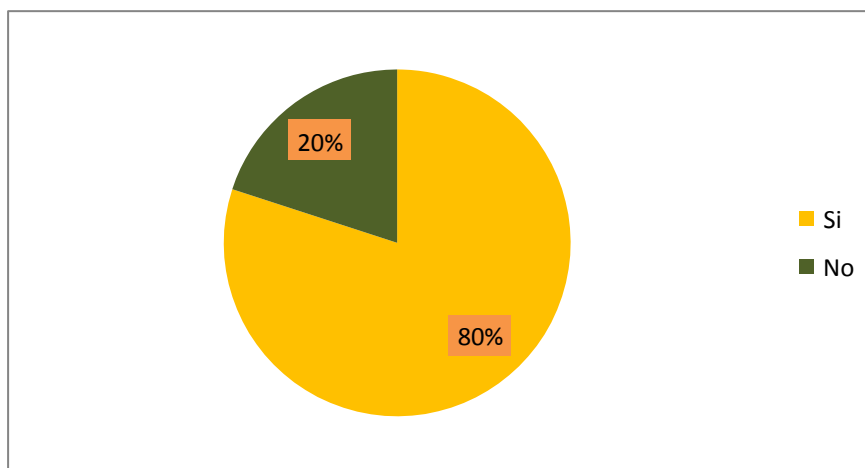
Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 11

Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 11 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 80% manifestó contar con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente.

Tabla 12

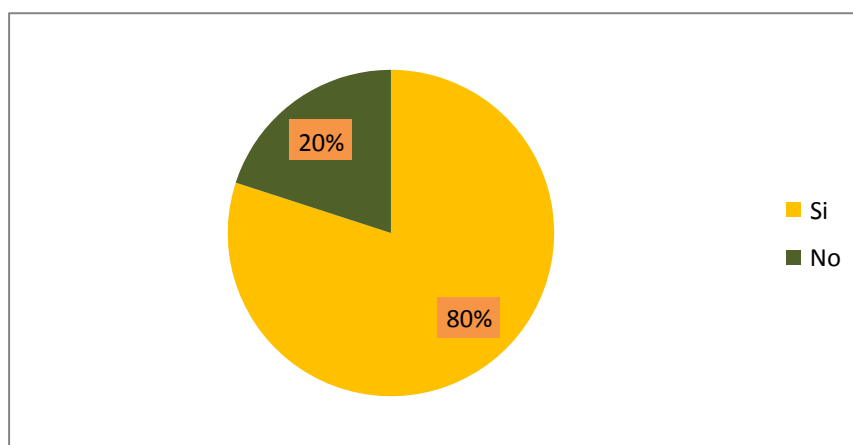
Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 12

Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 12 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 80% manifestó utilizar la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados.

Tabla 13

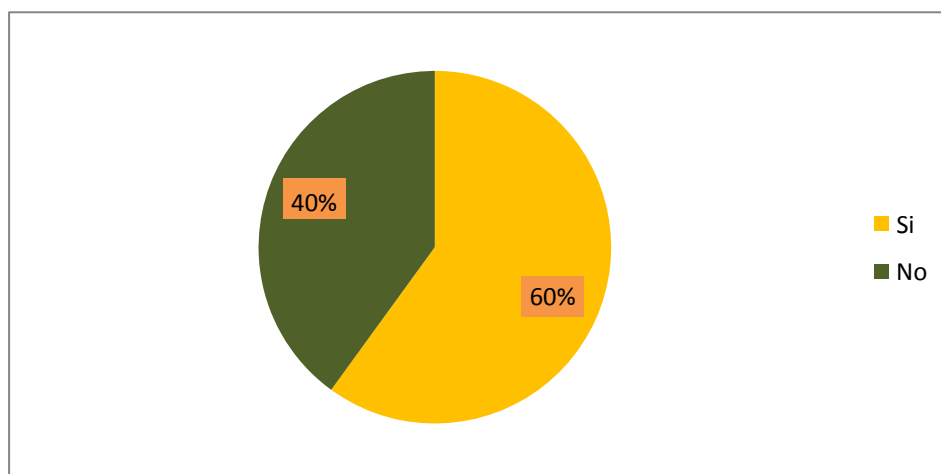
La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 13

La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 13 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 60% manifestó que en su empresa la toma de decisiones se realizó de acuerdo a los datos e información.

Tabla 14

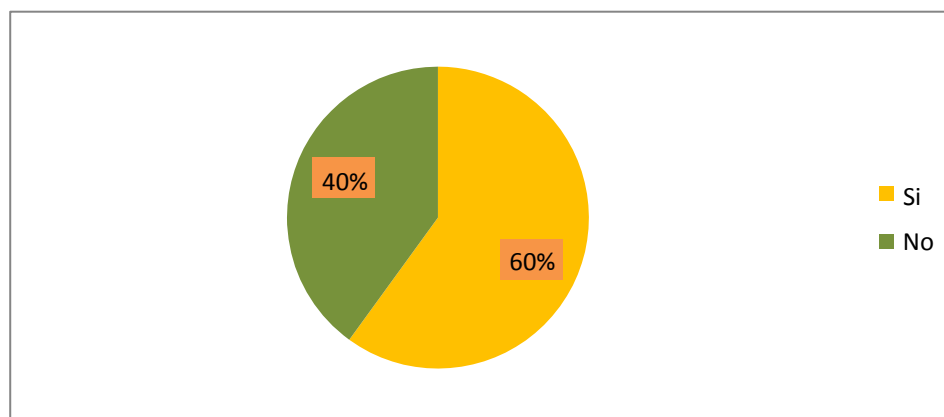
Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 14

Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 14 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 60% manifestó utilizar las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente a la empresa con el poder de negociar los precios y modalidades de entrega.

Tabla 15

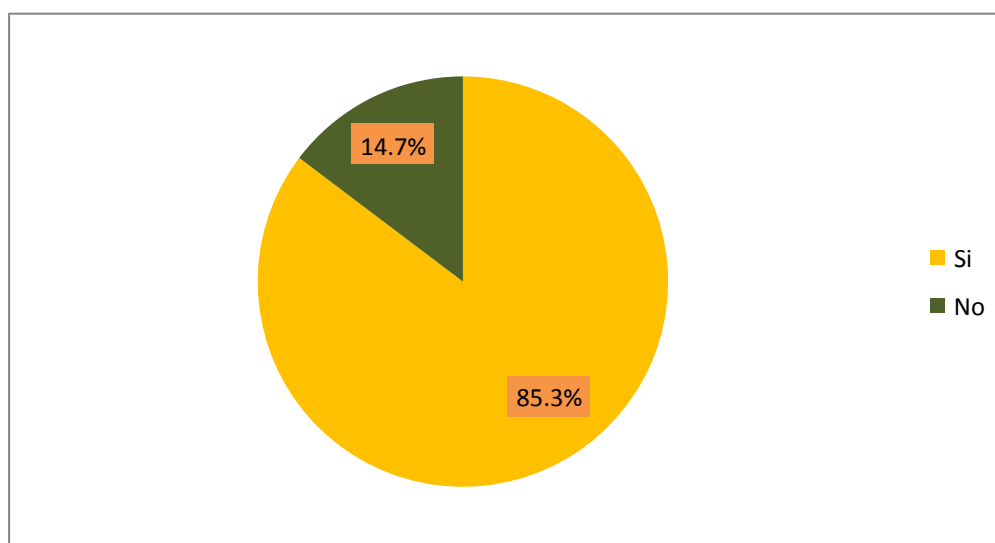
En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	58	85.3%
No	10	14.7%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 15

En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 15 y su figura respectiva, del total de los clientes, el 85,3% manifestó que en el gimnasio siempre lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden en sus servicios.

Tabla 16

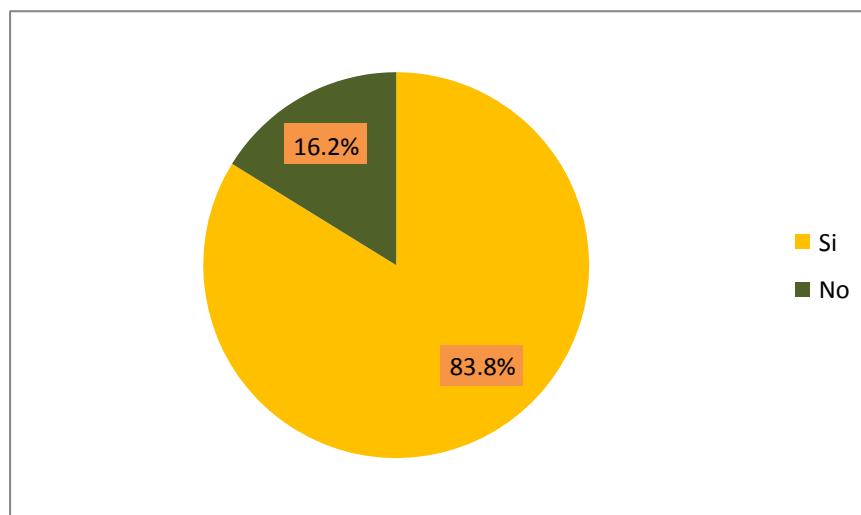
Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	57	83.8%
No	11	16.2%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 16

Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 16 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 83.8% manifestó considerar adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios.

Tabla 17

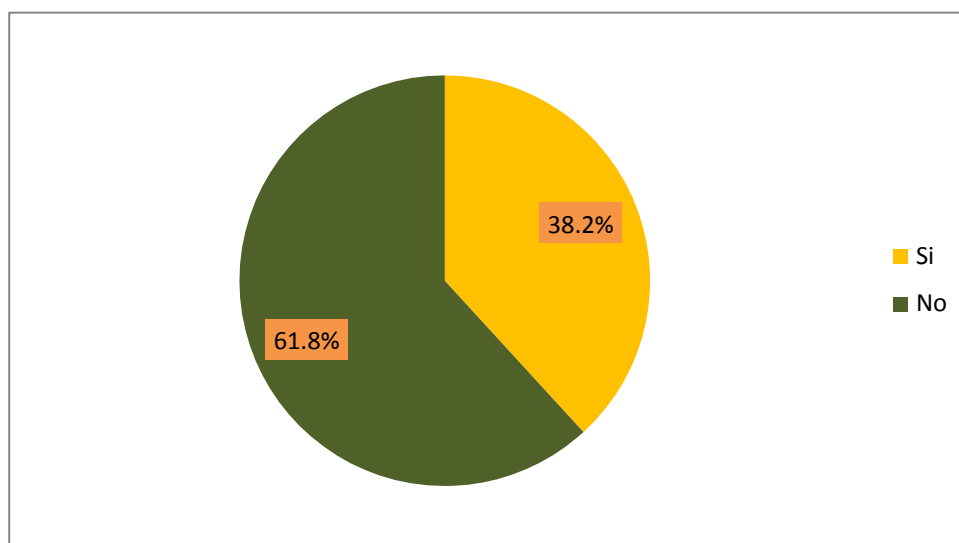
Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	28	38.2%
No	42	61.8%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 17

Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 17 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 61.8% manifestó no haber sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien.

Tabla 18

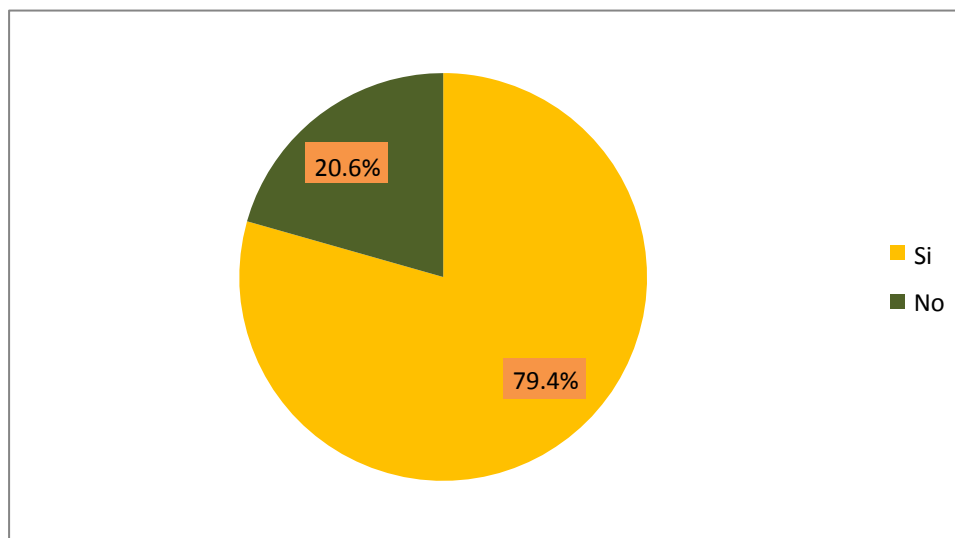
La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	54	79.4%
No	14	20.6%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 18

La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 18 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 79.4 % manifestó que la primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio.

Tabla 19

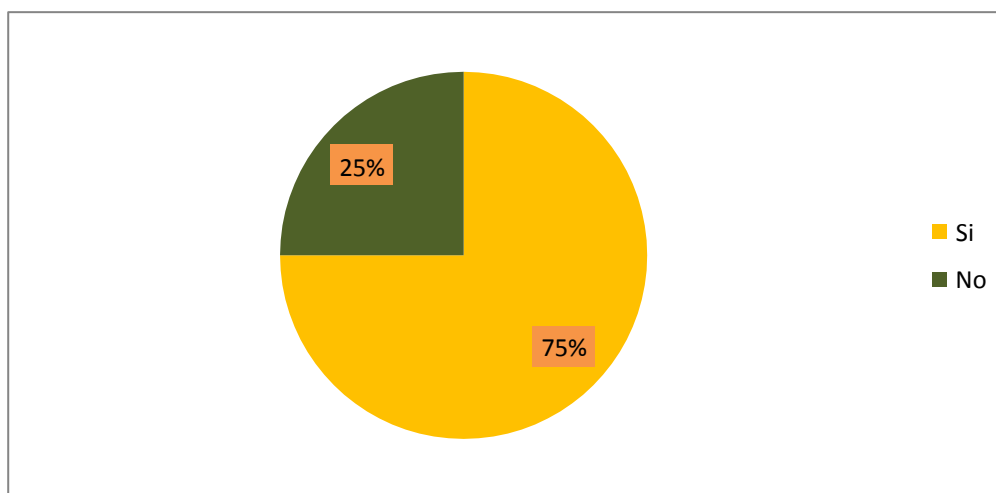
El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz.

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	51	75%
No	17	25%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 19

El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz.



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 19 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 75 % manifestó que el gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz.

Tabla 20

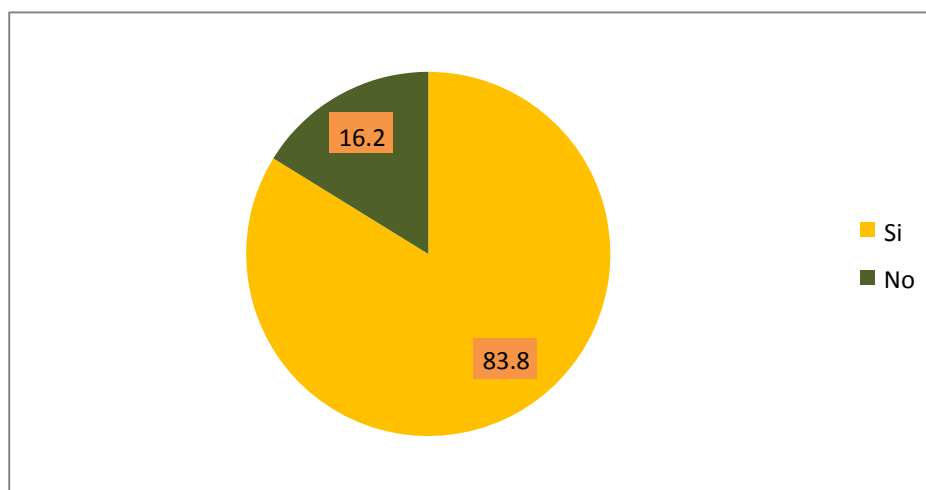
Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	57	83.8%
No	11	16.2%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 20

Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 20 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 83.8 % manifestó que los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita.

Tabla 21

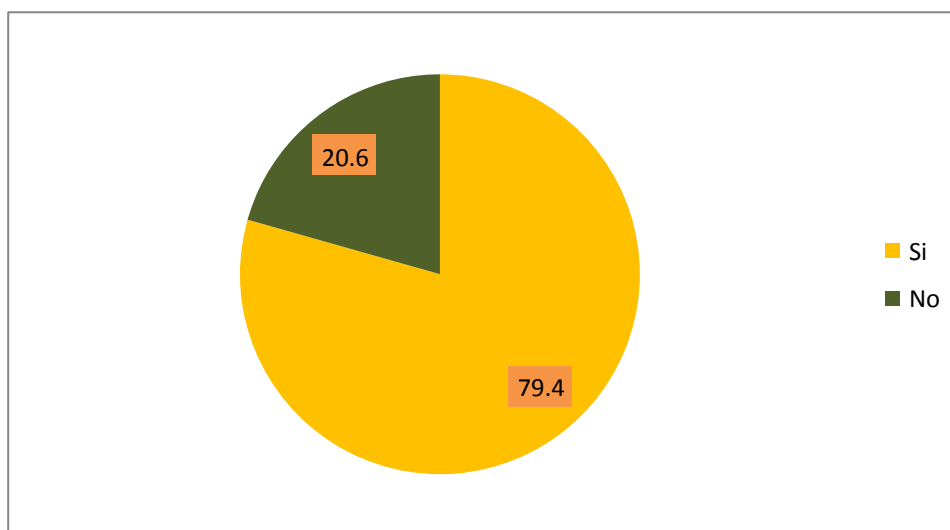
El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	54	79.4%
No	14	20.6%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 21

El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado



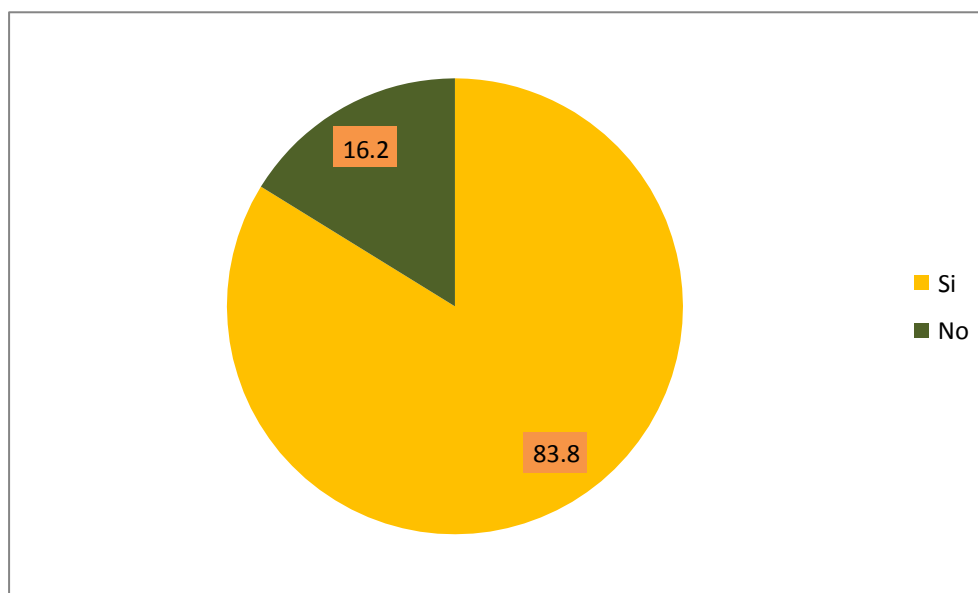
Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 21 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 79.4 % manifestó que el servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado.

Tabla 22*Considera tener una buena relación con su entrenador*

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	57	83.8%
No	10	16.2%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 22*Considera tener una buena relación con su entrenador*

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 22 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 83.8 % manifestó considerar oportuna y necesaria la adecuada relación con los entrenadores.

Tabla 23

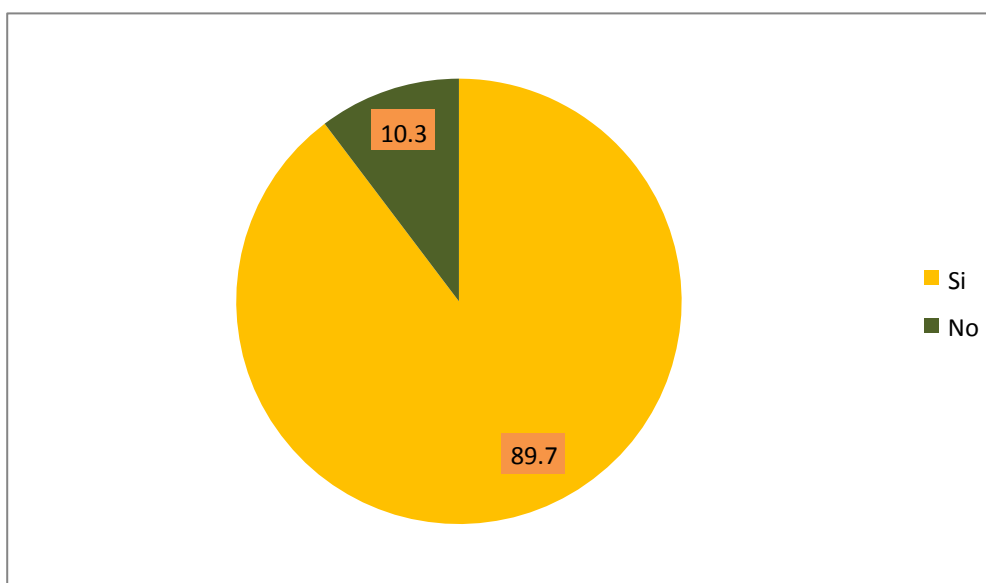
Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	61	89.7%
No	7	10.3%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 23

Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 23 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 89.7 % manifestó que existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema en el gimnasio.

Tabla 24

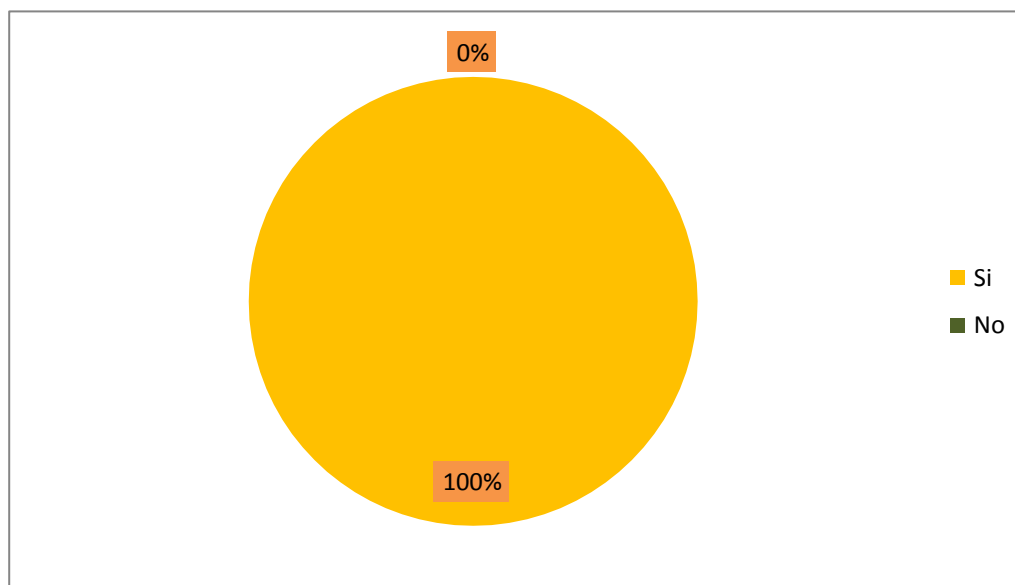
Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	68	100%
No	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 24

Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 24 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que saben dónde acudir cuando se presenta algún inconveniente.

Tabla 25

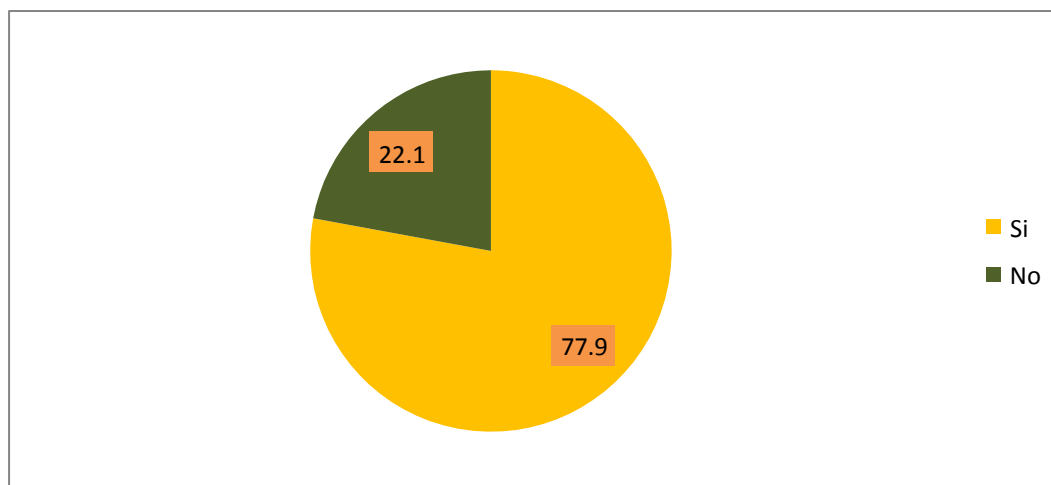
Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	53	77.9%
No	15	22.1%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Gráfico 25

Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios



Fuente: Encuesta efectuada a los miembros representantes

Interpretación: Según tabla 25 y su figura respectiva, del total de gerentes encuestados, el 77.9 % manifestó que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios.

5.2. Análisis de los resultados

5.2.1. Análisis de resultados del objetivo específico 1:

Determinar el proceso básico de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019

Según la tabla 1 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio. Este resultado coincide con Garaví (2016) que un 73% afirmaron que el sistema se desarrolló mediante los requerimientos especificados por los usuarios, permitiéndoles así establecer un control a sus servicios y un manejo sistemático de la información generada por la ejecución de sus procesos. Según Cortéz (2017) sobre el proceso de control de calidad nos dice que mediante la verificación se erradican los problemas de calidad y se cumplen los estándares de la empresa, obteniendo los resultados esperados sobre las metas de la organización. Esta comprobación no a pueden ver o ejecutar los empleados, se necesita personal con capacidades o estudios específicos en el tema para poder encontrar estas dificultades y proponer propuestas de mejora.

Según la tabla 2 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de sus servicios. Este resultado coincide con Vera (2018) que un 80% de las micro y pequeñas empresas sostienen que, con la correcta aplicación de la Gestión de Calidad, lograrían una mayor rentabilidad en sus empresas. Según Cortéz (2017) sobre el proceso básico de gestión de calidad, nos dice que el control en la gestión de calidad, permite eliminar pasos en los servicios que se prestan, de esta manera se mejora la calidad y se acelera el servicio, permitiendo ahorrar dinero y obtener mejoras en la economía de la empresa.

Según la tabla 3 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 80% manifestó que cuenta con una persona capacitada para controlar los servicios que brinda y los clientes se sientan satisfechos. Este resultado coincide con Barros (2015) Respecto a la gestión de calidad refiere que la persona encargada, en este caso un personal administrativo, maneja el mismo nivel de lenguaje cortés con todos los clientes, sean regulares o nuevos, quienes el 95 % indicaron que el personal administrativo es muy satisfactorio. Según Cortéz (2017) dice que es necesario una persona que realice la tarea de controlar los servicios a los clientes y se comunique con ellos, ya que mediante este paso del proceso básico de gestión de calidad, permitirá suprimir errores y se minimizará tiempo y trabajo.

Según la tabla 4 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que a través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio. Este resultado coincide con Ruiz (2016) que el 100% de las empresas poseen un plan estratégico y están implementando programas de calidad expresados en sus objetivos estratégicos. Según Cortéz (2017) nos dice que la mejora continua, mediante planes estratégicos, perfeccionan el servicio que se presta, acrecentando la satisfacción del cliente y fidelizar su preferencia.

5.2.2. Análisis de resultados del objetivo específico 2:

Describir los principios de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019

Según la tabla 5 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que en su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes. Este resultado coincide con Ramírez (2017) que un 80.6 % afirmaron que la calidad de servicio es eficiente en respuesta a la satisfacción de sus clientes. Según Gonzales & Arciniegas (2016) sobre el principio del enfoque al cliente nos dice que las empresas deben identificar las

preferencias de los compradores para poder satisfacer y superar las expectativas en sus demandas.

Según la tabla 6 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa. Este resultado coincide con Mogollón (2018) el 100% están convencidos que los principios de la gestión de calidad si ayuda a alcanzar las metas de la empresa. Según Gonzales & Arciniegas (2016) nos dice que gracias al cumplimiento de los principios de la gestión de calidad se ordenan los pasos a seguir para un adecuado y organizado ambiente de trabajo, para poder tener una empresa exitosa.

Según la tabla 7 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó el personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa. Este resultado coincide con Barros (2015) que menciona que el 95% señala que es muy satisfactorio para el éxito de la empresa la relación existente entre el personal administrativo y técnico de la empresa como la comunicación entre empleados y gerente. Según Gonzales & Arciniegas (2016) nos dice que es vital importancia, el trabajo grupal con un mismo objetivo, para que la empresa logre ser exitosa, cumpliendo sus objetivos no de manera individual sino conjunta, esto facilita las tareas y crece la afectividad entre sus miembros de la empresa.

Según la tabla 8 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que el personal que labora en su empresa está comprometido con ella Este resultado coincide con Yupa (2020) que el 50% resuelven problemas que se presentan en el gimnasio, Según Gonzales & Arciniegas (2016) nos dice que la participación del personal en la empresa, se mide en su desempeño y solución de problemas en la empresa.

Según la tabla 9 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas. Este resultado coincide con Ramos (2019) en tanto a la importancia que muestran en la gestión de calidad muestran un 90% de aceptación en cuanto a los servicios e infraestructura que brinda dentro de sus establecimientos. Según Gonzales & Arciniegas (2016) nos dice que debemos de definir de manera correcta los procesos y responsabilidades, de acuerdo a los recursos de la empresa, lo que conlleva a lograr los resultados deseados en la empresa.

Según la tabla 10 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización. Este resultado coincide con Mogollón (2018) quien afirma que el 100% señala que está convencido que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar las metas de la empresa para que los clientes se sientan satisfechos. Según Gonzales & Arciniegas (2016) sobre el principio de enfoque de sistema nos dice que aquí se puede identificar, deducir y gestionar los procedimientos de la empresa para lograr la efectividad en la gestión de calidad en la organización y alcanzar los objetivos trazados.

Según la tabla 11 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 80% manifestó contar con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente. Este resultado coincide con Yupa (2020) que el 50% de las empresas casi siempre muestran diálogo y comunicación como estrategia de calidad. Según Gonzales & Arciniegas (2016) nos dice que la comunicación con los clientes, permite conocer sus necesidades y percatarnos en mejoras para satisfacer sus expectativas, esto hace perfeccionar los productos y servicios que se ofrece, captando al cliente, y éste se sienta feliz con la empresa y el servicio que se le ofrece.

Según la tabla 12 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 80% manifestó utilizar la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados. Este resultado coincide con Burgos (2018) que el 40% de encuestados piensa que la retroalimentación con sus clientes les permite mejorar la atención. Según Gonzales & Arciniegas (2016) nos dice que tanto la comunicación como la retroalimentación, permite a la empresa estar al pendiente con el cliente y mejorar en sus productos y servicios, disminuyendo costos y elevando la preferencia de los clientes. Una empresa debe estar en constante renovación porque los clientes son muy exigentes y cambiantes en la actualidad.

Según la tabla 13 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 60% manifestó que en su empresa la toma de decisiones se realizó de acuerdo a los datos e información. Este resultado coincide con Burgos (2018) el 100% de encuestados respondieron que la empresa recopila información de sus clientes para la toma de decisiones. Según Gonzales & Arciniegas (2016) nos dice es importante la toma de decisiones en la empresa según los datos e información anterior en las empresa, de esta manera las determinaciones son más acertadas, obteniendo mejores resultados.

Según la tabla 14 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 60% manifestó utilizar las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente a la empresa con el poder de negociar los precios y modalidades de entrega. Este resultado coincide con Yupa (2020) el 50% de los empleados resuelven problemas que se presentan en el gimnasio y el 60% de las empresas considera importante la relación adecuada con los proveedores. Según Gabarró (2019) nos dice que la efectiva relación de una empresa con los proveedores, eleva el valor de la empresa porque gracias a este vínculo, se obtienen beneficios para el cumplimiento de las obligaciones de la empresa.

5.2.3. Análisis de resultados del objetivo específico 3:

Detallar las fases del proceso de comunicación en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019

Según la tabla 15 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 85,3% manifestó que en el gimnasio siempre lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden en sus servicios. Este resultado coincide con Barros (2015) un 95% respondió que era muy satisfactorio el trato que recibe en el establecimiento. Según Raffino (2018) nos dice que la acogida en una empresa es agradable, en esta fase se atrae al cliente, se hace que la persona se sienta en confianza para acoger sus necesidades y decida tomar los servicios que se le ofrecen. En este momento se debe crear un entorno tranquilo en el cliente, porque nunca se sabe cómo puede llegar anímicamente.

Según la tabla 16 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 84% manifestó estar de acuerdo con el adecuado servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios. Este resultado coincide con Mogollón (2018) quien afirma que el 100% señala que es necesario conocer sobre el servicio al cliente para dar una atención de calidad a los clientes con la adecuada comunicación y servicio. Según Ordoñez Ibarguen, (2015) sobre la fase de comunicación de la indagación nos dice que después de la acogida, es la oportunidad para mirar al cliente a los ojos y brindarte un ambiente de calma y atención donde pueda el cliente esperar hasta ser atendido porque no sabemos cómo es que llega el cliente a las instalaciones de la empresa, durante este tiempo se le ofrece revistas o periódicos para que se entretenga.

Según la tabla 17 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 61.8% manifestó no haber sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o

que no es atendido por alguien. Este resultado coincide con Pilco (2019) el 50 % manifiestan que tal vez o a veces la atención es oportuna. Según Ordoñez (2015) nos dice que después de la acogida, donde captamos al cliente, continúa la indagación o espera, donde debe mirarse al cliente a los ojos, para darle seguridad y énfasis en la atención, es aquí donde el personal ofrece entretenimiento para que el aplazamiento al servicio sea cómodo y atendido por el personal.

Según la tabla 18 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 79.4 % manifestó que la primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio. Este resultado coincide con Pilco (2019) el 15 % están seguros si percibieron un buen servicio desde el primer momento. Según Ordoñez (2015) nos dice que la presentación, fase del servicio al cliente, es beneficiosa ya que este momento se atiende al cliente, dándole a conocer los servicios de la empresa, brindándole la información necesaria y de acuerdo a sus necesidades, prestándole los servicios que necesita, por medio de la interacción del cliente con la persona que lo está atendiendo.

Según la tabla 19 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 75 % manifestó que el gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz. Este resultado coincide con Garaví (2016), el 70% de los clientes considera que el proceso de registro de clientes funciona correctamente de forma manual. Según Ordoñez (2015) nos dice que mediante la fase de persuasión o gestión, mediante se escucha al cliente y se encuentra el servicio más adecuado para él, se toma la oportunidad de recoger sus datos personales, para que la empresa pueda comunicarse con él y ofrecerle beneficios y servicios mediante la comunicación, que se empezará a coordinar para que conozca y prefiera siempre los servicios del gimnasio.

Según la tabla 20 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 83.8 % manifestó que los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita. Este resultado coincide con Barros (2015) el 82% responde como muy satisfactoria, considerando para ello las siguientes condiciones: cuenta con plan de clase; asistencia de más del 80% de clientes registrados para el horario. Según Ordoñez (2015) nos dice que es la fase de cierre, donde se despide del cliente de forma cordial y se le compromete a la siguiente cita en el gimnasio, siempre adoptando compromisos.

5.2.4. Análisis de resultados del objetivo específico 4:

Identificar los elementos del servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019

Según la tabla 21 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que el servicio que le brinda el gimnasio es personalizado para mantener contento y se sienta importante el cliente en la empresa. Este resultado coincide con Perero (2019) quien afirma que el 60% señala que está de acuerdo que el gimnasio cumple con los servicio al cliente es regular, lo cual aclara que es importante la atención personalizada, poder atender a los clientes y que exista un nexo entre los entrenadores con los clientes. Según Raffino (2018) sobre el elemento cara a cara nos dice que la mejor manera de atender a un cliente es por medio de una entrevista, e decir de frente para poder mediante la comunicación enviar todos los mensajes sobre la empresa, y afianzar lazos con el cliente, atendiéndolo de manera directa y personal.

Según la tabla 22 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 83.8 % manifestó considerar oportuna y necesaria la adecuada relación con los entrenadores. Este resultado coincide con Barros (2015) el 82% responde como muy satisfactoria, considerando para ello las siguientes condiciones: cuenta con plan de clase; asistencia de más del 80% de

clientes registrados para el horario; horario asignado al entrenador acorde a su necesidad y plan de monitoreo de avances de los clientes. Según Calderón (2006) nos dice que en elemento de relación clientelar del servicio al cliente la relación entrenador y cliente debe ser simpático, amable y adecuada, tanto de manera presencial como por medios de comunicación, como el teléfono y mail.

Según la tabla 23 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 89.7 % manifestó que existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema en el gimnasio. Este resultado coincide con Garaví (2016) el 100% de los clientes no ha notado algún descontento en los clientes por el tiempo que requiere atender una solicitud. Según Calderón (2006) nos dice que el elemento de respuesta de los entrenadores a los clientes se necesita para mantener una afinidad y buen trato de ambos, para solucionar problemas y dudas del cliente frente a los servicios.

Según la tabla 24 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 100% manifestó que saben dónde acudir cuando se presenta algún inconveniente. Este resultado coincide con Pilco (2019) el 38 % afirmaron que tal vez o en cierta ocasión se sienten en confianza para poder pedir ayuda. Según Calderón (2006) nos dice que el elemento de reclamos es necesario para que el cliente tenga donde acudir cuando no está satisfecho con el servicio, o para contribuir al gimnasio con servicios o productos que podría ofrecer. De esta manera se solucionaría la inconformidad del cliente, preservándolo en la empresa.

Según la tabla 25 y su respectiva figura, del total de gerentes encuestados, el 78% manifestó que cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios en un ambiente agradable y seguro para los clientes. Este resultado coincide con Perero (2019) quien afirma que el 64% señala que el sector donde se encuentra ubicado el

gimnasio es inseguro, y que debe haber vigilancia para que los clientes se sientan seguros en las instalaciones. Según Raffino (2018) sobre el elemento de las instalaciones nos dice que se debe atender o prestar un servicio a los clientes en un lugar donde sea seguro, agradable, central, un lugar físico o virtual donde los clientes estén satisfechos.

VI. Conclusiones

6.1.Gestión de calidad

1. Determinar el proceso básico de la gestión de calidad

Los resultados de la investigación determinaron que el proceso de la gestión de calidad, con sus tres pasos son de vital importancia, predominando la planeación de las acciones que va a realizar la empresa para la calidad del servicio, seguido de la utilización de proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio para reducir trabajo, y los costos puedan reducirse.

2. Describir los principios de la gestión de calidad

La utilización de los ocho principios de la gestión de calidad en los gimnasios, beneficia notablemente la organización y producción del servicio de los gimnasios, predominando el enfoque al cliente, pensando siempre en superar las expectativas del consumidor, seguido del principio de la participación del personal, para trabajar en equipo y el compromiso de cada uno para alcanzar los objetivos de la empresa.

6.2.Servicio al cliente

1. Detallar las fases del proceso de comunicación

Las fases del proceso al cliente son clave para poder comunicarse de manera adecuada con el cliente y poder hacerlo sentir importante, lo cual crea una relación positiva entre la empresa y los clientes, para persuadirlo y fidelizar, predominando la acogida, que es el primer contacto con el cliente, siguiendo la fase del seguimiento para tener siempre los datos del cliente y haya un trato cordial y permanente.

2. Identificar los elementos del servicio al cliente

Los elementos del servicio al cliente son importantes con los clientes porque sirven para conectarse y brindar un trato adecuado y personalizado, predominando la relación clientelar, que es la conexión entre el cliente y el trabajador, con una comunicación amena, que se sienta atendido y tranquilo, que lo están atendiendo, siguiendo el elemento de la correspondencia, es la respuesta del cliente con el trabajador, el ambiente que se crea para mantener contento al cliente.

6.3.Recomendaciones:

Gestión al cliente

1. Determinar el proceso básico de la gestión de calidad

Es clave el proceso básico en la gestión de calidad para planear, controlar y mejorar el servicio los gimnasios, por ello se recomienda siempre controlar los procedimientos en la empresa, en que se cumplan los objetivos y tareas de los colaboradores de la empresa.

3. Los principios de la gestión de calidad

Los principios son importantes para la gestión de calidad porque mediante este proceso se puede alcanzar los objetivos trazados en la empresa y mejorar los procedimientos en ella.

Servicio al cliente

1. Detallar las fases del proceso de comunicación

En las fases del proceso al cliente se debe siempre comunicarse de manera propia con los clientes, para crear un entorno agradable y ganarse la confianza de él, nunca sabemos con qué humor viene el cliente, por ello comunicarse con él, lo mantiene satisfecho y elegirá la empresa para adquirir los servicios.

2. Identificar los elementos del servicio al cliente (Aldana, Julio, 2017)

Los elementos debemos de usarlos a favor de la empresa con el cliente, ya que hace que este, tenga confianza, comunique lo que necesita, se le pueda atender con sus requerimientos y se cumpla con los datos que se necesitan para tenerlo en la base de datos y comunicarse con él, siempre, por ello debemos de seguir siempre al detalle estos elementos.

Referencias bibliográficas

Bibliografía

- Aldana, J. (2017). *Calidad del servicio del prestado al cliente por los instructores de gimnasios*. Venezuela: Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda.
- Amaru Maximiano, A. C. (2009). *Fundamento de administración. Teoría general y proceso administrativo*. Mexico: Pearson.
- Andina. (10 de Febrero de 2014). *El mercado de los gimnasios tiene un potencial muy grande en Perú (informe)*. Obtenido de Andina: <https://andina.pe/Ingles/noticia-el-mercado-los-gimnasios-tiene-un-potencial-muy-grande-peru-informe-493776.aspx>
- Anónimo, & Pérez, J. (2010). *La Gestión por procesos* (<https://books.google.com.pe/books?id=iGrY7tW178IC&printsec=frontcover&dq=La+Gesti%C3%B2n+por+procesos++2005&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiT5o--yKfzAhWaTjABHeJwBFgQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=La%20Gesti%C3%B2n%20por%20procesos%20%202005&f=false> ed.).
- Arrochi Cueva, A. F. (2017). *TRES NIVELES EN LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA: ALTA DIRECCIÓN, MANDOS MEDIOS, NIVEL OPERATIVO*. Obtenido de BLOG XOCHITLA: <https://blog.xochitla.org.mx/2017/11/29/tres-niveles-en-la-organizacion-de-la-empresa-alta-direccion-mandos-medios-nivel-operativo/>
- Barros Parra, P. M. (2015). *Propuesta de una metodología para el cumplimiento de estándares de calidad y servicio en el gimnasio Body Care spa gym de la ciudad de Cuenca 2015*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Beltran Saenz, J., Carmona Calvo, M., Carrasco Perez, R., Rivas Zapata, M., & Tejedor Panchon, F. (2002). *Guía para una Gestión basada en procesos*. Chile: Evolucion S.A.
- Burgos Escobedo, G. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio– Rubro gimnasios, Casco urbano del distrito de Chimbote, provincia de Santa, año 2017*. Chimbote: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Cacheiro, L. (2021). *Razones para montar un gimnasio ecológico*. Obtenido de <https://www.rocfit.com/consejos-fitness/por-que-montar-un-gimnasio-ecologico/>
- Calderón, N. (2006). *Elementos del Servicio al Cliente*. Obtenido de Gestipolis.com: <https://www.gestipolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/>
- Calidad, B. (2015). *La calidad en los procesos de producción*. Obtenido de Blog Calidad ISO: <http://blogdecalidadiso.es/la-calidad-en-los-procesos-de-produccion/>
- Comex , P. (2019). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2019*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>

- Concepto. (2019). *Definición de cliente*. Obtenido de Conceptodedefinición:
<https://conceptodefinicion.de/cliente/>
- Cortéz Sánchez, J. M. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. Mexico: IBC Editores.
- Cruz, J., & Jimènez, V. (2013). *Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>
- Definición, C. (18 de Julio de 2019). *¿Qué es Fas?* Obtenido de Conceprodefinición:
<https://conceptodefinicion.de/fas/>
- Dominguez, J. (2016). *Los principios eticos*. Chimbote: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Durand, J. C. (2014). *Estadística, población, muestra y variables*. Obtenido de Slideshare:
<https://es.slideshare.net/jcarlos2509/estadistica-poblacion-muestra-y-variables>
- Economía. (2019). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*. Obtenido de <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Ejemplode.com., R. (2012). *Ejemplo de Proceso*. Obtenido de Revista ejemplode.com.:
https://www.ejemplode.com/58-administracion/2438-ejemplo_de_proceso.html
- El Peruano. (Mayo de 2018). *Gobierno ratifica apoyo a las mypes*. Obtenido de EL PERUANO:
<https://elperuano.pe/noticia-gobierno-ratifica-apoyo-a-mypes-66377.aspx>
- Elsevier. (Mayo de 2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Obtenido de ELSEVIER:
<https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Empresa, C. t. (28 de Julio de 2018). *¿Qué es la división del trabajo?* Obtenido de CONDUCE TU EMPRESA: <https://blog.conducetuempresa.com/2018/07/division-del-trabajo-proceso-de.html>
- Empresa, C. t. (28 de Julio de 2018). *Etapas del Proceso de Organización*. Obtenido de CONDUCE TU EMPRESA: <https://blog.conducetuempresa.com/2018/07/el-proceso-de-organizacion.html>
- Fontalvo Herrera, T. j., & Vergara, J. C. (2010). *La gestión de la calidad en los servicio ISO 9001:2008*. Málaga: EUMED- Universidad de Málaga.
- Gabarró, J. (2019). *Principios de la gestión de calidad*. Obtenido de Normes ISO:
<https://iso.cat/es/principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Garaví Sánchez, E. N. (2016). *Sistema de administración basada en la relación con los clientes (CRM) Orientado a la web para el control de servicios en el gimnasio Gym Planet de la ciudad de Santo Domingo*. Santo Domingo, Ecuador: Universidad Regional Autónoma de Los Andes.

- Gardey, A., & Pèrez, J. (2009). *Elemento*. Obtenido de Definición de: <https://definicion.de/elemento/>
- Gonzales, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistema de gestión de calidad*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Heras, I., Arana, G., Camisòn, C., Casadesus, M., & Martiarena, A. (2008). *Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV*. Universidad de Deusto.
- Hernández, M. (Abril de 2019). *Tipos y niveles de investigación*. Obtenido de Blogspot: <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>
- Hernández, M. (Abril de 2019). *Tipos y niveles de investigación*. Obtenido de Blogspot: <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>
- Huamán Acha, D. J. (2017). *Análisis de los procesos administrativos para orientar la gestión empresarial en las Mypes, del sector comercial del mercado, Paita año 2017*. Paita: Universidad Cesar Vallejo.
- Huiza Tamariz, M. A. (2017). *Perfil y satisfacción del cliente en el gimnasio Yackos Gym – Chimbote 2017*. Chimbote: Universidad Cesar Vallejo.
- López, E. (28 de Febrero de 2020). *Concytec: “Perú apuesta por más ciencia y tecnología”*. Obtenido de La camara: <https://lacamara.pe/concytec-peru-apuesta-por-mas-ciencia-y-tecnologia/>
- López, P. L. (2004). *Población, muestra y muestreo*. Obtenido de SCielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Luyo, J. L. (2013). *Recursos de la empresa: humanos, materiales, financieros y tecnológicos*. Obtenido de Slide share: <https://es.slideshare.net/pepelucholuyoluyo/14-va-semana-rh-rf-rm-rt-re>
- Mendez, D. (2019). *Definición de Servicio*. Obtenido de Economía simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/servicio>
- Mogollón Haro, R. E. (2018). *Caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- Rubro gimnasios del distrito de Trujillo, 2018*. Trujillo: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Navarro, G. (7 de Noviembre de 2018). *¿Cuáles son las fases del proceso de atención al cliente?* Obtenido de Icr Evolution: <https://www.icr-evolution.com/blog/fases-del-proceso-de-atencion-al-cliente/>
- Negocio, Destino. (2015). *Acceda a los beneficios de la Ley MYPE*. Obtenido de Pqs La voz de los emprendedores: <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/acceda-a-los-beneficios-de-la-ley-mype/>

- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2014). *Metodología de la investigación* (4ta edición ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Ordoñez, S. (22 de Setiembre de 2015). *Las técnicas de comunicación en el proceso de atención al cliente*. Obtenido de Full empleo.com: <http://atencion-al-cliente-como-requisito-para-la-excelencia.fullemplo.com/4-4-2-las-tecnicas-de-comunicacion-en-el-proceso-de-atencion-al-cliente/>
- Ortiz Pizarro, J. d. (2015). *Gestión de calidad con el uso del financiamiento en las micro y pequeñas empresas, del sector, servicios, rubro gimnasios de Chimbote 2015*. Chimbote: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Ortiz, A. (Abril de 2016). *La Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vivo/ejercicio/20160423/401308949183/guia-nombres-gimnasio-ejercicio.html>
- Osorio, R. (2001). *El cuestionario*. Obtenido de <https://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>
- Paz Couso, R. (2005). *Servicio al Cliente*. España: Ideas Propial Editorial.
- Perero Calle, R. (2019). *Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio Red Gym 2017*. Guayaquil, Ecuador: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.
- Peruano, E. (Mayo de 2018). Gobierno ratifica apoyo a las mypes. *El Peruano*.
- Picol, S. J. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios distrito de Ayacucho, 2018*. Ayacucho: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Pio, Banda. (2015). *Unidad 3 Aplicación Básica de los métodos científicos Diseño no - experimental*.
- R., A. (2005). *Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia*. Obtenido de Crece Negocios. Com: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Raffino, M. (16 de Noviembre de 2018). *Servicio al Cliente*. Recuperado el 2019, de Concepto: <https://concepto.de/servicio-al-cliente/#ixzz63lvKtdE>
- Ramírez Seguil, A. V. (2017). *Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Deporcentro Línea E.I.R.L. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2017*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Ramos, M. C. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y asesoramiento en las Mype, rubro gimnasio en el distrito Veintiseis de Octubre - Piura, año 2017*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

- República, L. (Agosto de 2021). En Perú, los gimnasios alistan tres cambios para mantenerse rentables con las restricciones de la pandemia. *La República*.
- Riquelme, M. (Junio de 2015). *Las 5 fuerzas de Porter- Clave del éxito de la Empresa*. Obtenido de Home: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Rodriguez, u. (2010). *Metodologías de la Investigación*. Obtenido de <https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/poblacion-estadistica/#:~:text=Una%20poblaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica%20es%20un,individuos%20que%20constituyen%20la%20poblaci%C3%B3n>.
- Ruiz, M. (2016). *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercial gimnasios del distrito de Iquitos, año 2016*. Iquitos: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Salud, I. d. (2019). *Cerca del 70% de adultos peruanos padecen de obesidad y sobrepeso*. Obtenido de Instituto de Salud: <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/cerca-del-70-de-adultos-peruanos-padecen-de-obesidad-y-sobrepeso>
- Salud, M. d. (2019). *Cerca del 70% de adultos peruanos padecen de obesidad y sobrepeso*. Obtenido de Instituto Nacional de Salud: <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/cerca-del-70-de-adultos-peruanos-padecen-de-obesidad-y-sobrepeso>
- Shuttleworth, M. (2019). *Diseño de Investigación Descriptiva*. Obtenido de EXPLORABLE: <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- Sunat. (3 de Julio de 2013). *Ley N° 28015 Ley de promoción y formalización y des micros y pequeñas empresas*. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Sunat. (2019). *¿Qué beneficios tengo?* Obtenido de Iniciando mi Negocio: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Sunat. (2019). *¿Qué beneficios tengo?* Obtenido de Iniciando mi Negocio: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Usal. (s.f.). *La Comunicación*. Obtenido de Universidad del Salvador: <https://campus.usal.edu.ar/mod/book/view.php?id=25464>
- Vasquez, Navarrete. (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud: cursos GRAAL5*. Universidad Autónoma de Barcelona, 2006.
- Vera Polo, P. A. (2018). *Gestión de calidad en el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios del distrito de Nuevo Chimbote, 2015*. Nuevo Chimbote: Universidad católica Los Angeles de Chimbote.
- Yañez, D. (s.f). *Población Estadística: Características Principales y Tipos*. Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/poblacion-estadistica/>

Yupa Apaza, Y. (2020). *Gestión de calidad y atención al cliente basado en el modelo servqual de las mype del sector servicio del rubro gimnasios de la ciudad de Juliaca del año, 2019*. Juliaca: Universidad Los Angeles de Chimbote.

Anexo 2: Presupuesto

Esquema de presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones			
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros			
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			904.00

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Sobre gestión de calidad

1. ¿Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?
SI__ NO__
2. ¿Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio?
SI__ NO__
3. ¿Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?
SI__ NO__
4. ¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?
SI__ NO__
5. ¿En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes?
SI__ NO__
6. ¿Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa?
SI__ NO__
7. ¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa?
SI__ NO__
8. ¿El personal que labora está comprometido con su empresa?
SI__ NO__
9. ¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?
SI__ NO__
10. ¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?
SI__ NO__
11. ¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente?
SI__ NO__

12. ¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?

SI___ NO___

13. ¿La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información?

SI___ NO___

14. ¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente?

SI___ NO___

Sobre servicio al cliente

1. ¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden?

SI___ NO___

2. ¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?

SI___ NO___

3. ¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?

SI___ NO___

4. ¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?

SI___ NO___

5. ¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?

SI___ NO___

6. ¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?

SI___ NO___

7. ¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?

SI___ NO___

8. ¿Considera tener una buena relación con su entrenador?

SI___ NO___

9. ¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema?

SI___ NO___

10. ¿Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?

SI___ NO___

11. ¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?

SI___ NO___

Anexo 4: Consentimiento Informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **GESTIÓN DE CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS GIMNASIOS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019** y es dirigido por Silva Balcázar, Fiorella Lizet, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: describir las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 901 552 008. Si desea, también podrá escribir al correo fiorelliz176@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Ingrí Tatiana Gálvez Rivera.

Fecha: 27 de Setiembre de 2019

Correo electrónico: Ingrí2689@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Fiorella Silva Balcázar

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

Sullana, 22 de Setiembre del 2019.

Oficio N. ° 001-180 - 2018 DTI ULADECH/CDRR

Señor: Gerentes de las Mypes sector servicios- Gimnasios SULLANA.

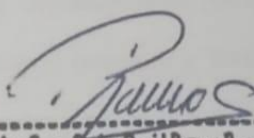
Asunto: Solicitud una Entrevista

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta.
Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud.


Uc. Adm. Emp. Carlos David Ramos Rosas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD - 03508

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
(ULADECH Católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

**Gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de
Sullana año 2019**

Investigador principal: Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica
los Ángeles de Chimbote)
Ingeniero. Juan Ipanaqué (Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote)

Fecha de Versión: 22 de Setiembre, 2019 (Versión
1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresario y Clientes

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de:

Describir las principales características de gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Propósito del proyecto de investigación

El propósito de este estudio es Determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las Describir las principales características de gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, le pediremos que complete un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 10 minutos.

Riesgos/molestias

Esté estudio no representa ningún riesgo para la Mype que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y de la Mype para propósitos del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Mgtr. Carlos David Ramos Rosas al teléfono 955943115 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra

lograr beneficiarse mutuamente?		
GIMNASIOS	REPRESENTANTE	
Gimnasio Full Fitness	Ingrí Gálvez Rivera	

Ingri B.

**CUESTIONARIO DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL USO DE TÉCNICAS
ADMINISTRATIVAS MODERNAS
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

La presente entrevista tiene como fin recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad y servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

La información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece anticipadamente por su participación. Marque con una "X" según sea el caso:

N°	I. GESTIÓN DE CALIDAD	ITEMS	
		SI	NO
1	¿Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?	X	
2	¿Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio?	X	
3	¿Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?		X
4	¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?	X	
5	¿En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes?	X	
6	¿Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo para lograr los objetivos trazados en la empresa?	X	
7	¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa?	X	
8	¿El personal que labora está comprometido con su empresa?	X	
9	¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?	X	
10	¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?	X	
11	¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente?	X	
12	¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	X	
13	¿La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información?	X	
14	¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para	X	

**CUESTIONARIO DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL USO DE TÉCNICAS
ADMINISTRATIVAS MODERNAS
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

La presente entrevista tiene como fin recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad y servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019.

La información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece anticipadamente por su participación. Marque con una "X" según sea el caso:

Nº	I. SERVICIO AL CLIENTE	ITEMS	
		SI	NO
1	¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden de manera cordial?	X	
2	¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?	X	
3	¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?		X
4	¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?	X	
5	¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?	X	
6	¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?	X	
7	¿El servicio que le brindan en el gimnasio, es personalizado?	X	
8	¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	X	
9	¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores cuando se presenta un problema?	X	
10	¿Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	X	
11	¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?	X	
	GIMNASIO CLIENTE	X	
	Full fitness Andrés Saldamiaga	X	

[Firma manuscrita]

42	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1
44	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
48	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
50	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
51	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
55	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1
56	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
57	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
58	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
60	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
61	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1
62	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
64	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
65	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
66	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
68	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1

Anexo 6: Validación del cuestionario**“Año de la Universalización de la Salud”****Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS****ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO****COLEGIADO: COESPE N°214****Validez y Confiabilidad:**

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 78 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió la Gestión de Calidad y el Servicio al Cliente en los Gimnasios del Distritos de Sullana año 2019, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:



.....
LIC/IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS GIMNASIOS DEL DISTRITOS DE SULLANA AÑO 2019

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

Estadística de Fiabilidad	
N° de Preguntas	Alfa Cronbach
14	0.862

Estadísticas de total de elemento				
	Medio de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	11,000	7,111	,000	,867
P02	11,000	7,111	,000	,867
P03	11,200	5,511	,718	,829
P04	11,000	7,111	,000	,867
P05	11,000	7,111	,000	,867
P06	11,000	7,111	,000	,867
P07	11,000	7,111	,000	,867
P08	11,000	7,111	,000	,867
P09	11,000	7,111	,000	,867
P10	11,400	4,711	,952	,818
P11	11,200	5,511	,718	,829
P12	11,400	4,711	,952	,818
P13	11,400	4,711	,952	,818
P14	11,400	4,711	,952	,818

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 86.2 % de confiabilidad con respecto a 14 Preguntas (10 encuestados) de la Variable Gestión de calidad.


 LIC. ISIDORO ARISPA LOZANO
 COESP 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE SERVICIO AL CLIENTE

Estadística de Fiabilidad	
N° de Preguntas	Alfa Cronbach
11	0,951

Estadísticas de total de elemento

	Varianza de		Alfa de	
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	7,926	9,383	,905	,941
P02	7,926	9,383	,905	,941
P03	6,397	10,004	,402	,964
P04	7,985	9,030	,936	,940
P05	8,029	9,074	,846	,943
P06	7,941	9,280	,916	,941
P07	7,985	9,030	,936	,940
P08	7,941	9,280	,916	,941
P09	7,882	9,956	,744	,947
P10	7,779	11,488	,000	,960
P11	8,000	9,045	,903	,941

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 95.1% de confiabilidad con respecto a 11 Preguntas (68 encuestados) de la Variable Servicio al Cliente


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMO
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Anexo 7: Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,862	14

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
¿Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?	1,0000	,00000	10
¿Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio?	1,0000	,00000	10
¿Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?	,8000	,42164	10
¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?	1,0000	,00000	10
¿En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes?	1,0000	,00000	10
¿Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa?	1,0000	,00000	10
¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa?	1,0000	,00000	10
¿El personal que labora está comprometido con su empresa?	1,0000	,00000	10
¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?	1,0000	,00000	10
¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?	,6000	,51640	10
¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente?	,8000	,42164	10

¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	,6000	,51640	10
¿La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información?	,6000	,51640	10
¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente?	,6000	,51640	10

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?	11,0000	7,111	,000	,867
¿Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio?	11,0000	7,111	,000	,867
¿Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?	11,2000	5,511	,718	,839
¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?	11,0000	7,111	,000	,867
¿En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes?	11,0000	7,111	,000	,867
¿Usted crea un ambiente laboral positivo, trabajando en equipo con sus trabajadores para lograr los objetivos trazados en la empresa?	11,0000	7,111	,000	,867
¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa?	11,0000	7,111	,000	,867
¿El personal que labora está comprometido con su empresa?	11,0000	7,111	,000	,867

¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?	11,0000	7,111	,000	,867
¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?	11,4000	4,711	,952	,818
¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente?	11,2000	5,511	,718	,839
¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	11,4000	4,711	,952	,818
¿La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información?	11,4000	4,711	,952	,818
¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente?	11,4000	4,711	,952	,818

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
12,0000	7,111	2,66667	14

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	68	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,951	11

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden?	,8529	,35680	68
¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?	,8529	,35680	68
¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?	,3824	,48958	68
¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?	,7941	,40735	68
¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?	,7500	,43623	68
¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?	,8382	,37097	68
¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?	,7941	,40735	68
¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	,8382	,37097	68
¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema?	,8971	,30614	68
Usted como cliente, ¿Sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	1,0000	,00000	68
¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?	,7794	,41773	68

Estadísticas de total de elemento

Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido

¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden?	7,9265	9,383	,905	,941
¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?	7,9265	9,383	,905	,941
¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?	8,3971	10,004	,402	,964
¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?	7,9853	9,030	,936	,940
¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?	8,0294	9,074	,846	,943
¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?	7,9412	9,280	,916	,941
¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?	7,9853	9,030	,936	,940
¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	7,9412	9,280	,916	,941
¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores al presentarse un problema?	7,8824	9,956	,744	,947
Usted como cliente, ¿Sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	7,7794	11,488	,000	,960
¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?	8,0000	9,045	,903	,941

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
8,7794	11,488	3,38938	11

Anexo 8: Juicio de expertos

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo **Elizabeth Dismina Zapata Castro**, identificado con DNI 03561030, Magister en Magister en Administración. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante **Br. FIORELLA LIZET SILVA BALCAZAR**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

GESTIÓN DE CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS GIMNASIOS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Sullana, 15 noviembre 2020



UNIVERSIDAD UTICOMA UN CENTRO DE OPORTUNIDADES
EN EL DISTRITO DE SULLANA
Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
CÓDIGO ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

Universidad Católica Los Angeles de Chimbote									
Escuela Profesional de Administración									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Autora: FIORELLA LIZET SILVA BALCAZAR									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o equívoco?		¿Se necesita más tiempo para evaluar el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTIÓN DE CALIDAD									
OE 1	Determinar el proceso básico de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019								
1	¿Planifica las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?	X			X		X		X
2	¿Utiliza el proceso de control de calidad para superar errores en la calidad de su servicio?	X			X		X		X
3	¿Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?	X			X		X		X
4	¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?	X			X		X		X
5	¿En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes?	X			X		X		X
6	¿Logra crear un ambiente laboral positivo, integrando un equipo para lograr los objetivos trazados en la empresa?	X			X		X		X


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

 Mgtr. Elizabeth Zapata Castillo
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN


OE 2	Describir los principios de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
7	¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa?	X			X		X		X
8	¿El personal que trabaja está comprometido con su empresa?	X			X		X		X
9	¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?	X			X		X		X
10	¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?	X			X		X		X
11	¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente?	X			X		X		X
12	¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	X			X		X		X
13	¿La forma de decisiones los realiza de acuerdo a datos e información?	X			X		X		X
14	¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente?	X			X		X		X
	SERVICIO AL CLIENTE								
OE 3	Detallar las fases del proceso de comunicación en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019								
15	¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden de manera cordial?	X			X		X		X
16	¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?	X			X		X		X


 INSTITUCIÓN EDUCATIVA UN ASESOR DE OMBUDSMAN
 INSTITUCIÓN EDUCATIVA UN ASESOR DE OMBUDSMAN
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

17	¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?	X			X		X		X
18	¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?	X			X		X		X
19	¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?	X			X		X		X
20	¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?	X			X		X		X
OE 4	Identificar los elementos del servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019	X			X		X		X
21	¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?	X			X		X		X
22	¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	X			X		X		X
23	¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores cuando se presenta un problema?	X			X		X		X
24	¿Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	X			X		X		X
25	¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?	X			X		X		X


 UNIVERSIDAD CATEDRA UNiversidad de SULLANA
 CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN


 Universidad de Sullana

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

ANEXO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo Darwin Alejandro Siancas Escobar, identificado con DNI 03674935, Magister en Docencia Universitaria e Investigación Pedagógica. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante **Br. FIORELLA LIZET SILVA BALCAZAR**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

**GESTIÓN DE CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS
GINNASIOS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019**, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Sullana, 15 noviembre 2020


DNI. Darwin Alejandro Siancas Escobar
Docente Facultad de Ingeniería Económica UNP

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote									
Escuela Profesional de Administración									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Autora: FIORELLA LIZET SILVA BALCAZAR									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o sesuado?		¿Se necesita más datos para validar el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	GESTIÓN DE CALIDAD								
OE 1	Determinar el proceso básico de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019								
1	¿Planifica las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?	X			X		X		X
2	¿Utiliza el proceso de control de calidad para superar errores en la calidad de su servicio?	X			X		X		X
3	¿Cuanta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?	X			X		X		X
4	¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?	X			X		X		X
5	¿En su empresa se esfuerza en satisfacer las expectativas de sus clientes?	X			X		X		X
6	¿Utiliza toda un ambiente laboral positivo, motivando al equipo para lograr los objetivos trazados en la empresa?	X			X		X		X

OE 2	Describir los principios de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
7	¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa?	X		X		X		X	X
8	¿El personal que labora está comprometido con su empresa?	X		X		X		X	X
9	¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?	X		X		X		X	X
10	¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?	X		X		X		X	X
11	¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente?	X		X		X		X	X
12	¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	X		X		X		X	X
13	¿La forma de decisiones les permite de acuerdo a datos e información?	X		X		X		X	X
14	¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficios mutuos?	X		X		X		X	X
SERVICIO AL CLIENTE									
OE 3	Detallar las fases del proceso de comunicación en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019								
15	¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden de manera cordial?	X		X		X		X	X
16	¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?	X		X		X		X	X

17	¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?	X			X		X		X
18	¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?	X			X		X		X
19	¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?	X			X		X		X
20	¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?	X			X		X		X
OE 4	Identificar los elementos del servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019	X			X		X		X
21	¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?	X			X		X		X
22	¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	X			X		X		X
23	¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores cuando se presenta un problema?	X			X		X		X
24	¿Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	X			X		X		X
25	¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?	X			X		X		X

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

ANEXO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo Carlos David Ramos Rosas, identificado con DNI 03694324, Magister en GESTIÓN PÚBLICA por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante. **Br. FIORELLA LIZET SILVA BALCAZAR**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

**GESTIÓN DE CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS
GIMNASIOS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019**, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Sullana, 15 noviembre 2020


.....
Mg. ACIB. Exp. Carlos David Ramos Rosas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAO 03599

Universidad Católica Los Angeles de Chimbote									
Escuela Profesional de Administración									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Autora: FIORELLA LIZET SILVA BALCAZAR									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Existe tendencias o aquiescencia?		¿Se necesita más tiempo para validar el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	GESTIÓN DE CALIDAD								
OE 1	Determinar el proceso básico de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019								
1	¿Planea las acciones que va a realizar para la calidad del servicio en su gimnasio?	X			X		X		X
2	¿Utiliza el proceso de control de calidad para suprimir errores en la calidad de su servicio?	X			X		X		X
3	¿Cuenta con una persona capacitada para controlar el servicio que brinda a sus clientes?	X			X		X		X
4	¿A través del proceso de mejora continua consigue brindar un mejor servicio en su gimnasio?	X			X		X		X
5	¿En su empresa se enfoca en satisfacer las expectativas de sus clientes?	X			X		X		X
6	¿Usted crea un ambiente laboral positivo, integrando al equipo para lograr los objetivos trazados en la empresa?	X			X		X		X


 ING. ACUM. EXP. Carlos David Ramos Rosas
 DOCENTE TUTOR ULADECH
 CLAO 03509

OE 2	Describir los principios de la gestión de calidad en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
7	¿El personal trabaja en equipo para el éxito de la empresa?	X			X		X		X
8	¿El personal que trabaja está comprometido con su empresa?	X			X		X		X
9	¿Su fuerza laboral trabaja con los recursos que cuenta en su gimnasio para realizar sus tareas?	X			X		X		X
10	¿Tiene una estructura o sistema en su empresa para alcanzar los objetivos de la organización?	X			X		X		X
11	¿Cuenta con una estructura con sus clientes que sean clientes donde puedan expresarse libremente?	X			X		X		X
12	¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	X			X		X		X
13	¿La toma de decisiones les permite de acuerdo a datos e información?	X			X		X		X
14	¿Utiliza las buenas relaciones que tiene con sus proveedores para lograr beneficiarse mutuamente?	X			X		X		X
SERVICIO AL CLIENTE									
OE 3	Detallar las fases del proceso de comunicación en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019								
15	¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden de manera cordial?	X			X		X		X
16	¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo tratan de manera asertiva cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?	X			X		X		X


 ING. ACN. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
 DOCENTE TUTOR ULADECH
 CLAD 93399



17	¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?	X			X		X		X
18	¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?	X			X		X		X
19	¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?	X			X		X		X
20	¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?	X			X		X		X
OE 4	Identificar los elementos del servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019	X			X		X		X
21	¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?	X			X		X		X
22	¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	X			X		X		X
23	¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores cuando se presenta un problema?	X			X		X		X
24	¿Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	X			X		X		X
25	¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para brindar sus servicios?	X			X		X		X


 MG. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rivas
 DOCENTE TUTOR ULADISCH

Anexo 9: Propuesta de mejora

PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS GIMNASIOS DEL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019

Se presenta la propuesta de mejora para los gimnasios del distrito de Sullana, para poder mejorar las debilidades de éstos, ofreciendo acciones y plazos para dicha mejora continua que deben de realizar.

1. Misión

La propuesta de mejora de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019 tiene como misión plantear acciones correctivas en un corto y largo plazo, definiendo a los responsables, de esta manera se logrará suprimir errores, y se dará un mejor servicio a los clientes, para lograr el éxito y crecimiento de la empresa.

2. Visión

La propuesta de mejora de la gestión de calidad y el servicio al cliente en los gimnasios del distrito de Sullana año 2019 tiene como visión mediante la constante mejora continua, estar a la vanguardia de las necesidades de los clientes, y ser de las empresas mejor consolidadas en el mercado del distrito de Sullana.

3. Objetivo general

Describir las estrategias para la mejora continua de la empresa, innovando y actualizando los servicios y productos de los gimnasios en el distrito de Sullana.

4. Justificación

Se realiza dicho proyecto, la propuesta de mejora, para impulsar a que los gimnasios evalúen sus servicios, analizando los resultados se puede concluir que se debe mejorar, innovar y actualizar los procesos y servicio para satisfacer a los clientes, cada vez más exigentes. También la investigación y las estrategias propuestas permitirán a los gimnasios encontrar investigaciones y antecedentes para resolver los problemas que se me presenten y tomen mejores decisiones en la organización.

5. Análisis FODA

	<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizacional sólida. • Calidad estandarizada • Servicio al cliente • Trabajo en equipo • Precios dentro del mercado • Experiencia • Promociones 	<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio personalizado • Falta de herramientas digitales. • Marketing • Falta de personal
<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>ESTRATEGIAS FO</u>	<u>ESTRATEGIAS DO</u>

<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con los proveedores • Afluencia de clientes • Nuevas percepciones de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Emprender de manera conjunta con proveedores • Ofrecer promociones • Ofrecer paquetes • Ofrecer los productos sustitutos a bajos costos en grupos 	<ul style="list-style-type: none"> • Poner mayor énfasis en la atención al cliente • Innovar con tecnología en el gimnasio • Implementar estrategias de marketing • Contratar a personal nuevo y entrenado
<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta de gimnasios • Nuevos gimnasios • Servicios sustitutos 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS FA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer comunicación con los clientes • Premiar la fidelidad del cliente • Estandarizar el servicio a los clientes 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS DA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar herramientas tecnológicas y ecológicas • Entrenar a l personal para un mejor servicio al cliente • Capacitar al personal en gestión de calidad

6. Estrategias

DEBILIDAD	ACCION CORRECTIVA	RESPONSABLE	PLAZO
Control de la calidad	Incorporar a una persona capacitada de controlar al personal.	Administrativo	Corto
Estructura de la empresa	Definir la estructura y organización, describiendo las tareas a cada colaborador	Administrativo	Corto
Comunicación con los clientes	Constante comunicación con los clientes, de manera personal y social	Entrenadores	Corto
Desempeño	Mediante la retroalimentación con los clientes	Administrativo	Corto
Decisiones	Mejorar la comunicación e investigación, mediante reuniones con el personal para determinar estas situaciones.	Administrativo y personal	Corto
Relaciones	Acuerdos con proveedores para ofrecer sus productos en el gimnasio Relación cordial y responsable con los proveedores para que exista	Administrativo Administrativo	Largo

	atención rápida		
Servicio al cliente	Atención cordial y oportuna	Entrenador	Corto
Información	Tomar registro de los datos de los que visiten el gimnasio	Entrenador	Corto
Compromiso	Se debe captar al cliente e invitarlos siempre a regresar	Entrenador	Corto
Atención de problemas	Se debe atender al cliente, entendiendo su punto de vista, y dándoles una solución	Entrenador	Corto
Instalaciones	Local esté adecuado para realizar los servicios que presta el gimnasio	Administrativo	Corto
	El local preste seguridad a los clientes	Administrativo	Corto

Cuadro porcentual

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	RESULTADOS PORCENTUALES			
				SI	NO		
PRIMEROBJETIVO							
GESTIÓN DE CALIDAD	Proceso básico de gestión de calidad	Planificación de					
		M					
	Principios de la gestión	Mejora continua	¿Cuenta con una adecuada comunicación con sus clientes donde puedan expresarse libremente?	80%	20%		
			¿Utiliza la retroalimentación en su empresa para poder mejorar el desempeño de sus empleados?	80%	20%		
		Enfoque basado en el cliente	¿La toma de decisiones las realiza de acuerdo a datos e información?	60%	40%		
		Enfoque basado en el proveedor	¿Beneficiarse mutuamente?		40%		
		TERCER OBJETIVO					
		SERVICIO AL CLIENTE	Proceso de comunicación	La acogida	¿En el gimnasio lo reciben de manera amable, lo orientan y atienden de manera cordial?	85.3%	14.7%
				La indagación o espera	¿Considera adecuado el servicio al cliente que brinda el gimnasio, lo trata de manera adecuada cuando debe hacer cola o esperar por los servicios?	83.8%	16.2%
			La presentación o seguimiento	¿Ha sentido usted en algún momento de su estadía en el gimnasio, estar solo o que no es atendido por alguien?	38.2%	61.8%	
Persuasión o gestión	¿La primera vez que fue atendido le brindaron la información necesaria para que elija los servicios que presta el gimnasio?		79.4%	20.6%			
	¿El gimnasio cuenta con sus datos personales para mantener una relación continua y asegurar una gestión eficaz?		75%	25%			
Cierre o despedida	¿Los entrenadores se despiden con cortesía y amabilidad, mencionando la fecha acordada para su próxima cita?		83.8%	16.2%			
CUARTO OBJETIVO							
Los elementos del servicio al cliente	Contacto cara a cara	¿El servicio que le brinda el gimnasio, es personalizado?	79.4%	20.6%			
	Relación cliente-entrenador	¿Considera tener una buena relación con su entrenador?	83.8%	16.2%			
	Correspondencia	¿Existe una adecuada respuesta de los entrenadores cuando se presenta un problema?	89.7%	10.3%			
	Reclamos y cumplidos	¿Usted como cliente sabe dónde acudir cuando se presenta un inconveniente?	100%	0%			
	Instalaciones	¿Cree que el gimnasio cuenta con instalaciones seguras y agradables para	77.9%	22.1%			

Cuadro de los gimnasios

GIMNASIO	DIRECCIÓN	RUC
1. Roxys	Calle Grau 1003	20483888504
2. SporTime Gym	Santa Julia 248	*****
3. Ladys Gym	Avenida, Maximiliano Frías #670	*****
4. El churre	Calle El Alto Mza. 168 Lote. 07	20601238340
5. Good Gym	Av. Champagnat 159	20529715511
6. Full Fitness	Av. Champagnat 906	20604497681
7. Cuerpo En Linea	Av. Ugarteche 473	*****
8. Kevin Gym	Calle Ugarte N°549	20530141196
9. Strong Gym	Calle San José 508 Santa Rosa	20603529571
10. Steel Body Gym	Calle El Alto Cdra. 10.	20565975812

- No aceptaron se coloque su ruc como información.

Anexo 10: Evidencias

Evidencia de los gimnasios



Roxys Gym

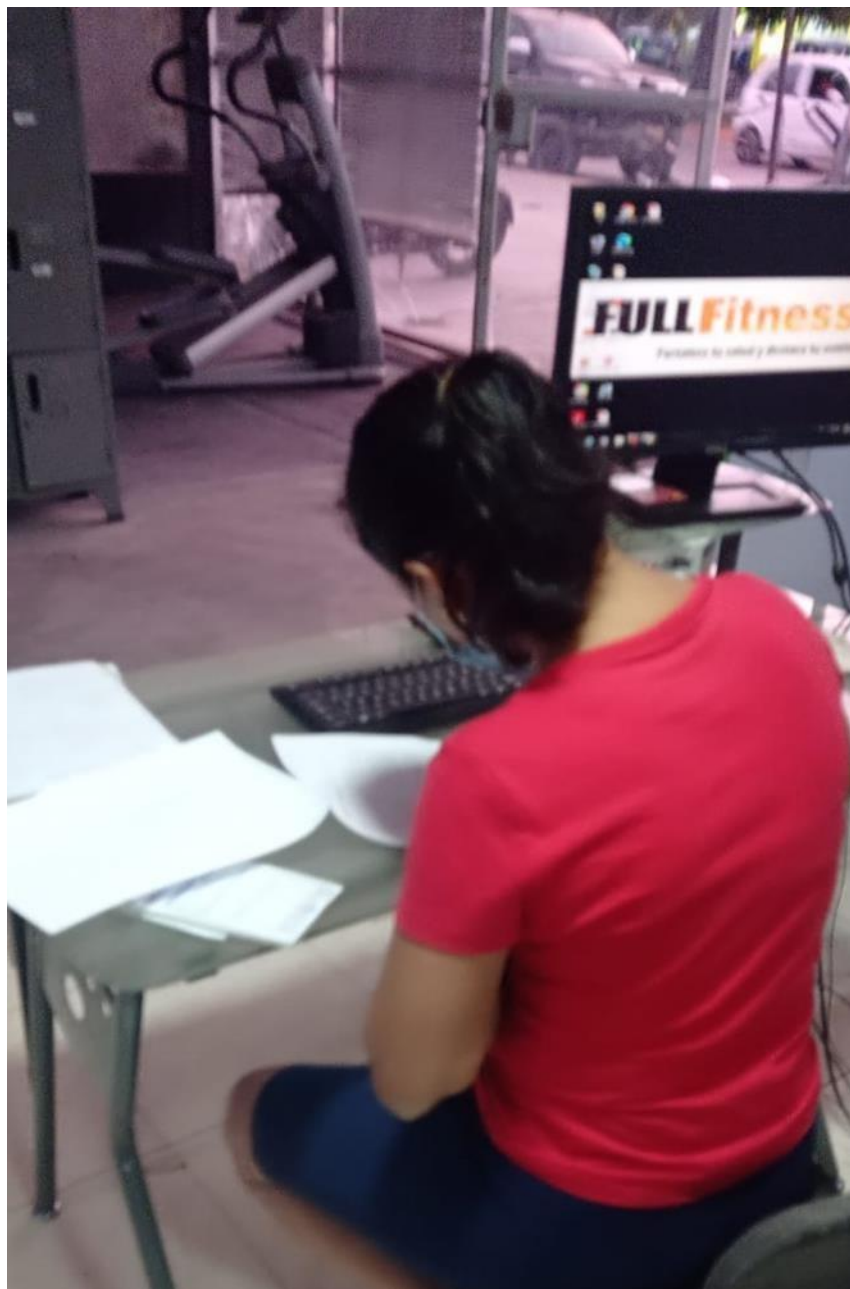


Ladys Gym



Sport Time Gym

Evidencia de la firma del consentimiento informado



Evidencia de la firma del consentimiento informado



