



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO CENTROS MÉDICOS PRIVADOS, DISTRITO
DE CALLERIA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

Bach. JESSICA ROCIO CAMPOS TORRES

ASESOR:

Mba. CRYSBER M. VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

TÍTULO DE TESIS:

Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018.

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. Sergio Ortiz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

Mba. Crysber M. Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme vida y salud para seguir superándome.

A mi hija Adara, madre, familia y amigos que con su apoyo y motivación logre la realización de esta tesis.

A los docentes por sus enseñanzas y anécdotas durante mi formación como futura profesional.

DEDICATORIA

La presente tesis lo dedico a Dios por las bendiciones que me da en mi vida.

A mis padres y a mi hija por todo el apoyo que me brindaron en los momentos más difíciles de mi vida.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo por objetivo, diagnosticar si las mypes del sector servicios, rubro centros médicos privados, del distrito de Callería año 2018, aplican gestión de calidad y realizan prácticas de atención al cliente. El desarrollo de la investigación será de tipo cuantitativo, nivel relacional con un diseño no experimental -relacional-prospectivo-transversal-analítico, se encuestó a 20 Mypes del sector, y se tomó el 100% de la muestra, donde se aplicó un cuestionario de 20 preguntas dirigido a los representantes legales de los centros médicos privados, donde se obtuvo los siguientes resultados: De la gestión de calidad se observó que los centros médicos privados cuentan con documentos de gestión como es el plan de trabajo, exhibiendo su misión y visión porque gracias a ello participan cuáles son sus objetivos, como lo hará y que quiere lograr con ello, poniendo en práctica los valores y ética ya que son la base de toda organización, teniendo mayor acogida y demanda al aplicar gestión de calidad. De la satisfacción al cliente los centros médicos privados consideran importante realizar promociones para obtener nuevos clientes ya que el cliente es fundamental y vital para toda organización siendo está considerada fuente económica para su crecimiento y desarrollo, esmerándose en conocer las necesidades de los clientes ya que gracias a ello podrán cumplir y llenar sus expectativas, contando con tecnología de punta y moderna y estar a la vanguardia cumpliendo con las exigencias y necesidades de los clientes.

Palabras claves: gestión, calidad, atención al cliente.

ABSTRACT

The objective of this research was to diagnose whether the mypes of the service sector, private medical centers, of the Callería district, 2018, apply quality management and perform customer service practices. The development of the research will be quantitative, relational level with a non-experimental -relational-prospective-transversal-analytical design, 20 Mypes from the sector were surveyed, and 100% of the sample was taken, where a questionnaire was applied. 20 questions addressed to the legal representatives of private medical centers, where the following results were obtained: Quality management showed that private medical centers have management documents such as the work plan, showing their mission and vision because thanks to that they participate what their objectives are, how they will do it and what they want to do with it, putting values and ethics into practice since they are the basis of any organization, having greater acceptance and demand when applying quality management. Of the satisfaction to the client the private medical centers consider important to realize promotions to obtain new clients since the client is fundamental and vital for all organization being considered economic source for his growth and development, taking care in knowing the needs of the clients since thank you to this they will be able to fulfill and fulfill their expectations, counting on state-of-the-art technology and being at the forefront, meeting the demands and needs of the clients.

Keywords: management, quality, customer service.

INDICE DE CONTENIDO

TÍTULO DE TESIS:	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INDICE DE CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLA	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1. Caracterización del Problema	2
1.1.2. Enunciado del Problema	3
1.2 Objetivos de la investigación	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 Justificación de la investigación.....	4
CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1. Antecedentes	5
2.1.1. Antecedentes internacionales	5
2.1.2. Antecedentes nacionales	6
2.1.3. Antecedentes locales	7
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	8
2.2.1. Definición de gestión de calidad.....	8
2.2.2. Gestión	8
2.2.3. Calidad	8
2.2.4. Importancia de la gestión de calidad.....	9

2.2.5.	Requisitos para lograr la calidad	10
2.2.6.	Principios de gestión de calidad	12
2.2.7.	Instrumentos normativos de gestión.....	13
2.2.7.1.	Manual de organización y funciones - MOF.....	13
2.2.7.2.	Reglamento interno de trabajo – RIT	13
2.2.7.3.	Reglamento de organización y funciones – ROF.....	14
2.2.8.	Sistema de gestión de calidad (SGC)	15
2.2.8.1.	Ventajas y beneficios de contar con buenos sistemas de gestión de la calidad.....	15
2.2.9.	Definición de atención al cliente	16
2.2.9.1.	Importancia de la satisfacción del cliente	17
2.2.10.	Factores claves en el servicio de atención al cliente	18
2.2.11.	Tipos de clientes.....	18
2.2.12.	Satisfacción al cliente.....	19
2.3.	Marco conceptual de la investigación	20
2.3.1.	Micro y Pequeña Empresa (MYPES).....	20
2.3.2.	Glosarios de términos.....	23
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS		27
3.1.	Hipótesis general.....	27
3.2.	Hipótesis específicas	27
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		28
4.1.	Tipo de investigación	28
4.2.	Nivel de investigación.....	28
4.3.	Diseño de la investigación	28
4.4.	Población y muestra	29
4.5.	Definición y Operacionalización de las variables	31
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
4.7.	Plan de análisis.....	32
4.8.	Matriz de consistencia.....	33

4.9.	Principios éticos	35
CAPÍTULO V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		36
5.1.	Resultados	36
5.2.	Análisis de resultados.....	57
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		66
6.1.	CONCLUSIONES	66
6.2.	RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		69
Anexo	75
Encuesta	75

INDICE DE TABLA

Tabla 1. Caracterización de las mypes según número de empleados (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes)	22
Tabla 2. Caracterización de las microempresas según número de empleados y ventas anuales	22
Tabla 3. Caracterización de las pequeñas empresas, según número de empleados y ventas anuales.....	23
Tabla 4. Relación de MYPES Sector Servicios, Rubro Centros Médicos Privados..	30
Tabla 5. Tabla Operacionalización de las variables	31
Tabla 6. Tabla Matriz de consistencia	33
Tabla 7. Cruzada enfoque de atención al cliente - gestión de la calidad.	36
Tabla 8. Edad del representante legal del centro médico	37
Tabla 9. Genero del representante legal del centro médico	38
Tabla 10. Grado de instrucción del representante legal del centro médico	39
Tabla 11. ¿El representante legal del centro médico que profesión tiene?.....	40
Tabla 12. ¿Cuánto tiempo de brindar servicios tienen el centro médico?	41
Tabla 13. ¿Con cuántos profesionales de salud cuenta el centro médico?	42
Tabla 14. ¿Los profesionales que laboran en el centro médico están en planilla?	43
Tabla 15 ¿El centro médico con que documentos de gestión cuenta?	44
Tabla 16. ¿Elabora y difunde la misión y visión del centro médico?.....	45
Tabla 17. ¿Diseña y aplica un plan de calidad?	46
Tabla 18. ¿Qué objetivos y resultados ha obtenido aplicando gestión de calidad? ...	47
Tabla 19. ¿El centro médico posee y administra un plan de estandarización de la calidad?.....	48
Tabla 20. ¿El centro médico ha implementado las tecnologías de información y comunicación, para mejorar el nivel servicio?	49
Tabla 21. ¿Considera importante realizar promociones para obtener nuevos clientes?	50
Tabla 22. ¿Qué medio de publicidad utiliza el centro médico para captar nuevos clientes?	51
Tabla 23. ¿El centro médico se esmera en dar buen trato amable y servicial a sus clientes?	52

Tabla 24. ¿Los profesionales médicos y asistenciales son capacitados constantemente para brindar un mejor servicio?.....	53
Tabla 25. ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio?.....	54
Tabla 26. ¿La atención a los clientes ante cualquier emergencia y otros es rápida y oportuna?.....	55
Tabla 27. ¿El centro médico se esmera en saber si los clientes atendidos están completamente satisfechos con los servicios que le brinda?.....	56
Tabla 28. Cronograma de Actividades	79
Tabla 29. Presupuesto	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. Edad del representante legal del centro médico	37
Grafico 2. Genero del representante legal del centro médico.....	38
Grafico 3. Grado de instrucción del representante legal del centro médico	39
Grafico 4. ¿El representante legal del centro médico que profesión tiene?.....	40
Grafico 5. ¿Cuánto tiempo de brindar servicios tienen el centro médico?.....	41
Grafico 6. ¿Con cuántos profesionales de salud cuenta el centro médico?	42
Grafico 7. ¿Los profesionales que laboran en el centro médico están en planilla? ...	43
Grafico 8. ¿El centro médico con que documentos de gestión cuenta?.....	44
Grafico 9. ¿Elabora y difunde la misión y visión del centro médico?.....	45
Grafico 10. ¿Diseña y aplica un plan de calidad?.....	46
Grafico 11. ¿Qué objetivos y resultados ha obtenido aplicando gestión de calidad? 47	
Grafico 12. ¿El centro médico posee y administra un plan de estandarización de la calidad?.....	48
Grafico 13. ¿El centro médico ha implementado las tecnologías de información y comunicación, para mejorar el nivel de servicio?	49
Grafico 14. ¿Considera importante realizar promociones para obtener nuevos clientes?	50
Grafico 15. ¿Qué medio de publicidad utiliza el centro médico para captar nuevos clientes?	51
Grafico 16. ¿El centro médico se esmera en dar buen trato amable y servicial a sus clientes?	52
Grafico 17. ¿Los profesionales médicos y asistenciales son capacitados constantemente para brindar un mejor servicio?.....	53
Grafico 18. ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio?.....	54
Grafico 19. ¿La atención a los clientes ante cualquier emergencia y otros es rápida y oportuna?	55
Grafico 20. ¿El centro médico se esmera en saber si los clientes atendidos están completamente satisfechos con los servicios que le brinda?.....	56

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio al cliente no es un tema nuevo dentro de las mypes, ya que continuamente los clientes vienen exigiendo un mejor trato y atención al instante de adquirir un bien o servicio de calidad a un costo razonable, razón por la cual las mypes, se han visto en la obligación de implementar su gestión para posesionarse en el mercado cambiante de hoy en día.

El servicio de salud, en el país no es la más apropiada y oportuna ya que cuando decidimos ir y ser atendidos en nosocomios públicos, no nos brindan la atención debida ya que personal asistencial brinda un mal servicio, existiendo también limitaciones en sus funciones como profesional.

Por tal razón, los clientes prefieren acudir muchas veces a consultorios médicos privados y de esta manera atender sus necesidades, recibiendo una mejor y adecuada atención que busca, no siendo esta perfecta, dentro de ese contexto la salud constituye a una problemática a nivel nacional que hoy en día no se da solución total a todas esas debilidades existentes que persisten con el pasar de los años.

Las mypes, del sector servicio, rubro centros médicos privados; contribuyen en el desarrollo y crecimiento de nuestra región, ya que gracias a los servicios particulares que brindan a los clientes del distrito de Callería, complementan o suplen ese déficit que se encuentran en los hospitales y centros de salud de nuestra ciudad.

1.1 Planteamiento del problema

Dentro del crecimiento y desarrollo económico de nuestro país, las mypes, ofrecen servicios de salud de manera particular, pese a que el gobierno es el ente encargado de brindarlo, sufriendo este en calidad y servicio que brinda, razón por la cual aparecen los centros médicos privados en sus diversas ramas, cubriendo en su mayoría la demanda que existe en el sector salud, con costos justos y razonables para los distintos clientes.

Sin embargo, la superintendencia nacional de salud (SUSALUD) no está cumpliendo con sus funciones a cabalidad como es la de promover, proteger, defender supervisar, regular, normar, fiscalizar y sancionar de ser el caso.

Esta problemática se origina por que las mypes, del sector servicio, rubros centros médicos privados, prestan servicios con profesionales no especializados, razón por la cual no cumplen con los estándares de calidad.

1.1.1. Caracterización del Problema

El sistema de gestión bajo el enfoque de atención al cliente, como proposición para dar solución a problemas que perjudican a los centros médicos privados del distrito de Callería, esta investigación evidencia la situación actual en las que se encuentran.

En la actualidad lo centros médicos privados, están más direccionados al lucro económico y no al bienestar de la población. Razón por la cual nos les interesa contratar personal idóneo y especializado para brindar buen servicio.

En estos últimos años los centros médicos privados, han ido mejorado en la atención al cliente.

1.1.2. Enunciado del Problema

Cabe mencionar que el trabajo de investigación busca resolver una realidad social y de esta manera cumplir con las expectativas de la población.

¿En qué medida la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes, del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018, se relaciona con la gestión de calidad?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Determinar la medida en que la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería año 2018, se relaciona con la gestión de calidad.

1.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar el nivel de gestión en las mypes, dedicadas al servicio en centros médicos privados, distrito de Callería año 2018.
- ✓ Conocer que impide el mejoramiento de la calidad y atención en los centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018, para lograr la satisfacción en los clientes.
- ✓ Determinar si las mypes, del sector servicio, centros médicos privados, diseñan y aplican un plan de gestión y atención para los clientes.

1.3 Justificación de la investigación

Las mypes, del sector servicio, centros médicos privados, distrito de Callería, en este sector se viene percibiendo el crecimiento y desarrollo de servicios particulares en salud, junto a este desarrollo y crecimiento también podemos notar contratiempos que son perjudiciales para los clientes.

El contratiempo principal de los centros médicos privados, es la mala calidad de servicio que brindan a sus clientes, generando un malestar que conlleva a reclamos del servicio que brinda.

Razón por la cual realice esta investigación para conocer la situación real de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes, del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018, y así saber la trascendencia en la que se encuentra y de esta manera dar solución a los problemas encontrados.

Esta tesis servirá de modelo para próximos trabajos de investigación ya que se conocerá la situación real de gestión de calidad de las mypes.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Najul, J. (2011). Su tesis se denominó; “El capital humano en la atención al cliente, y la calidad de servicio”. Tesis realizada en Universidad Central de Venezuela. La investigación tiene por objetivo principal reflexionar sobre 3 aspectos importantes para que las mypes, obtengan un buen nivel de competitividad en el mercado.

El primer punto es el análisis del método de atención al cliente y su importancia en el logro de los objetivos propios y colectivos de las mypes. El éxito de una organización depende principalmente de la aceptación de sus clientes. El segundo punto es la calidad del servicio al cliente y su vínculo con la captación y preparación del capital humano, direccionado en la gestión de recursos humanos. Y finalmente, se plantea un estudio sobre el talento humano como factor clave para fidelizar y conservar clientes y de esta manera lograr una excelente calidad en el servicio. Termina concluyendo que si las organizaciones no satisfacen las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una duración en el mercado muy corto tiempo. Los esfuerzos primordiales deben estar direccionados hacia los clientes. De nada sirve que el producto o los servicios que se brinda a los clientes sean de buena calidad, a precios justos, si no existen consumidores de los servicio pues estos clientes son más exigentes en la calidad del servicio y la atención que reciben a la hora de adquirir un bien o servicio.

Hamui, L., & Fuentes, R. (2013). Su tesis se denominó; “Expectativas y experiencias de los usuarios del Sistema de Salud en México: Un estudio de

satisfacción con la atención médica”. Tesis realizada en la Universidad Nacional Autónoma de México. Cuyo objetivo es el tema de la homologación en atención médica y los servicios de salud, a fin de argumentar de manera oportuna y eficazmente las necesidades de los usuarios. La calidad debe estar presente en cada servicio que se realicen en los centros de salud. El diseño fue observacional y prospectivo. Realizado en dos centros de salud en San Luis Potosicity, México. Terminó concluyendo que los pacientes del programa de descarte de cáncer cervical no estaban satisfechos con la atención que recibían ya que no era la que esperaban, teniendo un alto porcentaje de insatisfacción.

Vargas, D. (2013). Su tesis se denominó; “Estudio de satisfacción del Usuario Externo e Interno en los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha como estrategia para una gestión de calidad”. En su tesis de Maestría. Quito, Ecuador. Universidad San Francisco 2013. Tiene por objetivo principal determinar y examinar las causas que estén relacionadas al grado de satisfacción de los usuarios internos y externos y cómo aporta en el estudio de los principios de gestión de calidad. El diseño es descriptivo, analítico transversal. Concluye que el grado de satisfacción que se observó del usuario interno y externo, se encuentra en buen estatus, lo cual se visualiza en la calidad de atención al usuario que brinda.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Paz, M. (2009). Su tesis se denominó; “El Control Interno de Gestión de las Clínicas Privadas de Lima Metropolitana”. Tesis de maestría realizada en la Universidad San Martín de Porres, la investigación tiene por propósito desarrollar un software de sistema integrado de gestión de calidad de salud, cuyo objetivo es promover el desarrollo, modernización y actualización del sistema de control interno

de gestión en las clínicas privadas de Lima metropolitana. El tipo de investigación es explorativa y el nivel descriptivo, explicativo. Concluye que los directivos de las clínicas privadas investigan como controlar mejor la organización que dirigen, y de esta manera mejorar los controles internos con el fin de localizar, a corto plazo cualquier inconveniente en los procesos de atención al cliente.

Huerta, E. (2015). Su tesis se denominó; “Nivel de Satisfacción de los Usuarios Atendidos en el Tópico de Medicina del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Arzobispo Loayza, Lima, enero del 2015”. La investigación tiene por objetivo definir el grado de satisfacción de los usuarios atendidos en el tópico. El tipo de investigación es cualitativo, descriptivo, observacional, prospectivo, transversal. Termina concluyendo que el nivel de satisfacción de los usuarios es muy bueno, la rapidez de la atención en cualquiera de las áreas que brindan servicios, amabilidad y respeto por parte del personal.

2.1.3. Antecedentes locales

Astohuaman, A. (2017). Su tesis se denominó; “Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes Sector Servicios, Clínicas, Distrito de Callería, Año 2017”. La investigación tiene por objetivo específico saber el nivel de calidad de atención al cliente para el logro de la satisfacción y las técnicas de atención al cliente, que aplican las Mypes. El tipo de investigación es cuantitativa, descriptivo, no experimental – transversal – descriptivo. La muestra se tomó en 17 clínicas. Termina concluyendo que cada vez estamos más cerca a dar soluciones efectivas a los problemas o situaciones encontrados en el sector servicios, Centros de Salud Privados, donde se encontró que las clínicas cuenta con un Plan de Negocio, pero no han definido ni exhiben su misión, visión y valores de la organización.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Definición de gestión de calidad

“Sistemas de gestión de la calidad y la norma ISO 9001” así como los componentes que deben de tener un sistema de gestión de calidad, los ocho principios de calidad y el lucro que pueden conseguir cuando se implementa en las mypes, siempre escuchamos hablar a organizaciones “Nuestro Sistema de Gestión de la Calidad”, sin tener una definición clara, estas descripciones de conceptos como liderazgo, servicio de calidad, servicio de atención, marketing, que son planeamientos estratégicos para tener un mejor desarrollo de las mypes, del sector servicios. Mateo, R. (2010).

“Gestión de calidad” es una doctrina empleada por mypes que buscan el cambio y la modernización para mantener a sus clientes satisfechos. Rugeles, B. (2013).

2.2.2. Gestión

Viene del latín GESTIO-GESTIONIS que significa hacer, para lograr el éxito mediante la utilización de medios y herramientas apropiadas (Corominas, 1995).

Es “la actividad de hacer tareas con la debida atención, esfuerzo y eficiencia que conlleve a un logro propuesto” (Herrera, M. 2008).

Es la “actividad profesional con visión a establecer metas y objetivos, diseñando su estrategia y ejecución” (Rementeria, 2008, p. 1).

2.2.3. Calidad

La calidad es “un nivel de estatus ganado a base de igualdad y confiabilidad a precio justo. Para obtener la calidad se tiene que ir renovando el producto y mejorar

el servicio. Y de esta manera llegar a la satisfacción del usuario. Según Deming (1989).

La calidad no tiene precio, lo que tiene costo son las cosas que no tienen calidad. Crosby define calidad como un acto de conformismo a la hora de adquirir un producto estandarizado en el mercado. Según Crosby (1987).

Según Valencia, “Empresas y Calidad (2016)”; Una gestión de calidad se complementan en cuatro niveles:

- 1. Fase de planificación:** Aquí la organización tiene que aproximarse a cualquier problema que se podría suscitar y de esta manera llegar al origen, recopilando antecedentes que a futuro nos ayuden a dar solución a los problemas.
- 2. Fase de acción:** Aquí los empleados diseñan un método de gestión, para dar solución a los problemas mediante la eficacia de las estrategias empleadas para dar solución.
- 3. Fase de comprobación:** Aquí se hace un análisis que hará un cotejo del antes y el después para verificar la eficacia y su desarrollo.
- 4. Fase de actuación:** Aquí la organización se dispone a buscar soluciones a problemas suscitados.

2.2.4. Importancia de la gestión de calidad

Es cumplir los objetivos, sin embargo, ser superior y llegar a la calidad es difícil y exige una reingeniería en sus procesos, diseñando y utilizando sistemas de gestión de calidad mejorando y adecuando a las necesidades de los usuarios. Sánchez, B. (2005).

La importancia de la Gestión de la Calidad se establece en mantener clientes satisfechos.

Emplear un Sistema de Gestión de Calidad es tomar una decisión estratégica. El diseño y la implantación serán de acuerdo a sus necesidades. El éxito de una organización se alcanza mediante la utilización de herramientas necesarias para superarlo de forma continua. El uso de diferentes principios de la gestión de calidad no solo se obtendrá utilidades directas, sino que también hace una notable aportación a la gestión de calidad.

“La Planificación de la calidad”: Son métodos para establecer las formalidades y los objetivos para obtener la calidad aplicando elementos de un sistema de calidad. Rafael J.; Mateo C. (2009).” La planificación de la calidad se refleja en los siguientes pasos:

- ✓ Diseñar el proyecto
- ✓ Identificar a los clientes
- ✓ Identificar el requerimiento del cliente
- ✓ diseñar el producto
- ✓ Ejecutar el proceso

2.2.5. Requisitos para lograr la calidad

Según Adriansen, J. (2008). Dice que para alcanzar y lograr la calidad debemos de seguir estos 10 requisitos:

1. **Inteligencia:** Capacidad para manejar situaciones y por consecuencia dar solución a los problemas que se susciten a la hora de brindar un servicio.

2. **Practica:** Cabe mencionar que esto se logra mediante la constancia y perseverancia que con el pasar de los años obtendrá mayor experiencia que le será más fácil resolver situaciones.
3. **Valores y principios:** Normas que regulan el comportamiento de las personas ya que gracias a ello podrán tener la visión, la misión más clara para poder cumplir con los objetivos trazados.
4. **Precisión del proyecto:** Todas las organizaciones deben de tener en claro las ideas para poder estructurar con fundamento hacia donde van direccionados y de esta manera cumplir con sus objetivos trazados.
5. **Apoyo financiero:** Es la ayuda que toda organización necesita para su crecimiento y desarrollo, de esta manera solventar económicamente cualquier inconveniente que podría existir en la dirección.
6. **Flujo de información apropiado y preciso:** Para el progreso de las organizaciones deben siempre ser responsable en la información que brindan tanto interna como externa.
7. **Conocimiento del mercado nacional e internacional:** Debe hacer estudio de mercado para tomar decisiones asertivas en cuanto a la competencia.
8. **Análisis de mercado específico:** Saber específicamente el mercado al cual desea expandirse y de esta manera lograra tener acogida y éxito.
9. **Proyecto viable:** Va depender de los estudios previos al mercado para determinar si será fructífero el proyecto.
10. **Política:** Son normas que sirven para que el personal lo cumpla en toda su extensión dentro de una organización.

2.2.6. Principios de gestión de calidad

- ✓ **Principio de enfoque al cliente:** Se enfoca en la satisfacción de las necesidades de los clientes como también cumpliendo o superando sus expectativas.
- ✓ **Principio de liderazgo:** Se enfoca en que el liderazgo no se trata de influir en las personas, esto bien se obtiene practicando una buena relación con las demás personas para que de esta manera se tome una buena decisión.
- ✓ **Principio de participación del personal:** Se enfoca en las personas de todo el nivel jerárquico de la organización, demuestren sus habilidades para un bien común que es el desarrollo de la organización.
- ✓ **Principio de enfoque basado en procesos:** Este principio define que un resultado se obtiene cuando gestionan todas sus actividades en función a sus metas.
- ✓ **Principio de enfoque de sistema para la gestión:** Este principio define que un sistema para la gestión es identificar, entender y gestionar los procesos, contribuyendo al cumplimiento de sus metas y objetivos de la organización.
- ✓ **Principio de mejora continua:** Este principio define que la mejora continua y la Reingeniería son eficaces para hacer cambios que permitirán ahorrar costos en la organización y mejorar los servicios.
- ✓ **Principio de enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** Este principio define que las decisiones que se toman en función a los análisis obtenidos de la información y datos incrementaran las posibilidades de mejorar o cambiar situaciones.

2.2.7. Instrumentos normativos de gestión

La gestión administrativa son todas las tareas que se ejecutan para estructurar el esfuerzo de una organización, es decir es la manera de cumplir los objetivos y metas mediante la ejecución de ciertas labores principales tales como la planeación, organización, dirección y control. Anzola, S. (2002).

Entre los principales documentos tenemos:

2.2.7.1. Manual de organización y funciones - MOF

Zegarra, V. (2012). Afirma que el Manual de Organización y Funciones (MOF) es un documento técnico reglamentario de gestión organizacional donde explica las funciones concretas que deberá realizar, como también cargo y relación con su entorno.

2.2.7.2. Reglamento interno de trabajo – RIT

Define que es un documento de mucha importancia que tienen las organizaciones, ya que es un estatuto que norma la postura interna de la organización con los empleados. Chiavenato I. (2011).

El “Ministerio de relaciones laborales (2013)”. Define que es un documento reglamentario diseñado por las organizaciones, en donde acuerda las condiciones que deben ampararse todos los empleados u obreros, es decir son las cláusulas y normas de la organización.

Las organizaciones que cuenten con más de 100 empleados, sea cual fuese la forma de su contrato, tienen el compromiso de contar con el reglamento interno de trabajo.

En el reglamento deben constar las principales disposiciones que están reglamentados:

1. Horario de ingreso y salida de los empleados de la organización.
2. Horario laboral de los empleados.
3. Horario de break.
4. Estatuto para registro de asistencia.
5. Estatuto sobre licencias, permisos, faltas.
6. Características del calendario laboral (feriados).
7. Derechos y obligaciones del empleador.
8. Derechos y obligaciones de los empleados.
9. Estatuto disciplinario para los empleados.
10. Otras disposiciones.

2.2.7.3. Reglamento de organización y funciones – ROF

Define que es un documento reglamentario y funciones de una organización, es un documento técnico normativo de gestión organizacional que establece lo siguiente según Salas, M. (2010):

- ✓ El sistema jerarquizado de la organización.
- ✓ Las funciones habituales y específicas de la organización y de cada uno de sus órganos y unidades orgánicas.
- ✓ Las relaciones de organización y control entre órganos, unidades orgánicas y organizaciones cuando sea necesario.

Esta herramienta de gestión determina las competencias y capacidades de cada área dentro de la organización como también determinando las obligaciones.

2.2.8. Sistema de gestión de calidad (SGC)

“Gestión de calidad” es una filosofía adoptada por las organizaciones que siguen parámetros de mejoras continuas hacia los usuarios. Los principios de la gestión de calidad son amparados por las organizaciones para cumplir con los estándares de calidad que necesitan, y de esta manera perfeccionar sus actividades. Rúgeles B. (2013).

2.2.8.1. Ventajas y beneficios de contar con buenos sistemas de gestión de la calidad

Un buen sistema de gestión de la calidad nos ayuda a mejorar competitivamente los productos y servicios obteniendo de esta manera los siguientes beneficios:

- ✓ Perfecciona la estructura de la organización.
- ✓ Permite verificar el desempeño de los procesos y de la organización en sí misma.
- ✓ Ayuda a cumplir de manera más adecuada la normativa relacionada con nuestros productos y servicios.
- ✓ Mejora la capacitación de los trabajadores de la organización.
- ✓ Promueve la innovación y el aprendizaje organizacional.
- ✓ Incrementa la posición competitiva de la organización.

2.2.9. Definición de atención al cliente

Define que la atención al cliente es el conjunto de estrategias que una organización diseña para satisfacer las necesidades que los clientes desean obtener. El servicio de atención al cliente es un tema que hoy en día tiene un avance y desarrollo notorio. Las mypes de hoy en día tienen buena aceptación gracias a los tratados de libre comercio y a la competencia que se hacen notar con tecnología de punta para crear productos que impacten en la población. Romero C. (2015).

Las mypes, del sector público o privado toman referencias de los modelos existentes para emprender y desarrollar sus ideas de negocio para poder de esta manera brindar servicios.

A lo largo de la historia la atención al cliente, es un tema de gran importancia en el sector empresarial, son pocas las organizaciones que hasta la fecha no tienen un manejo idóneo sobre gestión de calidad y atención al usuario siendo estos factores los más importantes para lograr el desarrollo y éxito que tanto anhelan las mypes.

Méndez, J. (2006). Los clientes son personas que adquieren bienes o servicios ya sea por una necesidad o simplemente sea por su gusto.

Karl, A. en su libro “La excelencia del servicio” (2001) presenta 7 principios para definir al usuario:

- ✓ El cliente es la persona más importante en la organización.
- ✓ El cliente no depende de la organización. Es la organización quien depende del cliente.
- ✓ El cliente no es una molestia. Es un objetivo.
- ✓ El cliente al venir a la organización, nos da beneficios.

- ✓ El cliente es lo más valioso de la organización; porque forma parte del crecimiento y desarrollo de la misma.
- ✓ El cliente no es sólo es efectivo para la organización. Es un ser humano que merece buen trato y respeto.
- ✓ El cliente merece buen trato ya que es la razón de ser de las organizaciones.

2.2.9.1. Importancia de la satisfacción del cliente

Si bien la satisfacción del consumidor nos ayuda a saber cómo los productos o servicios de una organización satisfacen o superan las necesidades de los usuarios, es primordial que todas las organizaciones sepan la importancia de mantener un cliente satisfecho y de esta manera ayudara a dirigir y mejorar el establecimiento.

Según Ros, J. (2001). En su artículo “Propuesta de un sistema de gestión de calidad para el monitoreo y la satisfacción del usuario” Los consumidores muchas veces no saben lo que desean a la hora de adquirir un producto o servicio, todos los consumidores no tienen las mismas necesidades. Todos los consumidores tienen distintas necesidades y distintos gustos es por ello que siempre debemos saber sus necesidades y poder brindarles el apoyo que necesitan a la hora de la adquisición de un producto o servicio.

Según Sewell, C. (1994). En su libro “clientes para siempre” este autor nos da unas pautas de cómo debemos tratar al cliente:

- ✓ El cliente es lo principal ante de todo y todos.
- ✓ No hay nada inalcanzable cuando se quiere.
- ✓ Cumple todo lo que ofreces.

- ✓ Solo hay una manera de satisfacer al cliente, superando sus expectativas.
- ✓ Un trabajador descontento genera consumidores descontentos.
- ✓ El cliente siempre tiene la razón.

2.2.10. Factores claves en el servicio de atención al cliente

- ✓ Amabilidad
- ✓ Cordialidad
- ✓ Asesoría
- ✓ Caridad
- ✓ Transparencia

2.2.11. Tipos de clientes.

Una buena organización debe saber a la perfección los tipos de clientes que existen y sus particularidades. Según Thompson I. (2006), en su artículo “Tipos de clientes”.

En primer lugar, y en un sentido general, una empresa u organización tiene dos tipos de clientes.

Clientes actuales: Son aquellas (personas, empresas u organizaciones) que adquieren bienes o servicios a la empresa de forma periódica o esporádicamente. Este tipo de cliente es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y permitiéndole estar vigente en el mercado.

Clientes potenciales: Son aquellas (personas, empresas u organizaciones) que no adquieren bienes o servicios a la empresa actualmente, pero que son visualizados como potenciales clientes a futuro. Este tipo de usuario es el que podría dar lugar a ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo).

2.2.12. Satisfacción al cliente.

Es la apreciación del grado de satisfacción del consumidor al momento de adquirir un producto o servicio (Loudon, D. y Della, A. 1995).

¿Cómo lograr la satisfacción del cliente?

✓ Ofrecer un producto o servicio de calidad

Inicialmente la forma de obtener la satisfacción del cliente consiste en prometer un adecuado producto o servicio de calidad, es decir, un producto de buenas características internas como externas que llene las expectativas de gusto y preferencia.

✓ Cumplir con lo ofrecido

Consiste en cumplir lo que se prometido, por ejemplo, que las particularidades mencionadas que sean reales en publicidad y producto, hacer efectivas el plus de ventas, cumplir con los requisitos en tiempo de entrega.

✓ Brindar un buen servicio al cliente

Un método efectivo de obtener la satisfacción del cliente es ofreciéndole un buen servicio, es decir, ofreciéndole buen trato, cordial, atento, y una atención personalizada que hará la experiencia única.

✓ **Brindar una atención personalizada**

Una figura primordial del servicio al cliente que nos a obtener la satisfacción del cliente, basándose en una atención única, por ejemplo, ofertas únicas, que cumplan con sus exigencias, y dar soluciones a sus inseguridades a la hora de adquirir un producto o servicio

✓ **Brindar una rápida atención**

Otro aspecto principal del servicio al cliente que también nos puede favorecer es una veloz atención, ya sea en delivery o servicios extras después de la adquisición y solucionando inconvenientes si sería el caso.

✓ **Resolver problemas, quejas y reclamos**

Otro aspecto importante es de dar solución a quejas y reclamos de una forma efectiva y contundente, de ser el caso en una devolución de productos este se reemplazará por uno que no tenga fallas o la devolución del costo de la adquisición.

✓ **Brindar un servicio extra**

Y finalmente, otra forma de lograr la satisfacción al cliente consiste en ofrecer plus de servicios extra, por ejemplo, el delivery, el montaje o desmontaje, servicio técnico y cumplimiento de seguros por servicios de post venta.

2.3. Marco conceptual de la investigación

2.3.1. Micro y Pequeña Empresa (MYPES)

Sánchez, B. (2005). Son entes económicos donde se fusionan los factores lucrativos para generar productos y servicios que la población necesita por necesidad o gusto por lo que es una fuente potencial de producción.

Son mypes con particularidades diferentes y tienen tamaños con ciertos límites ocupacionales y financieros ejercen un significativo rol en la economía de todos los países.

Un análisis ejecutado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en setenta y cinco estados encontró más de cincuenta definiciones distintas sobre Pequeña Empresa. Los métodos utilizados son distintos, estimando la cantidad de empleados o el diseño de gestión, la cantidad de ventas.

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Determina que las mypes como empresa con menos de diez personas empleadas incluyendo al dueño, y empleados tanto fijos como ocasionales. Según Cárdenas, M. (2010).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) establece que la microempresa es “la entidad de producción de bienes o servicios donde el titular de la empresa es quien lleva a cabo la mayoría de las actividades del negocio”. Menciona también que por ser una entidad pequeña tiene la extensión para albergar de tres a cinco personas contratadas que pudieran ser miembros de la familia o terceras personas (Carrasquillo, 2011).

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

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

TAMAÑO DE ECONOMÍA – EMPRESA	MICRO	PEQUEÑA
GRANDES	1 a 10	76 a 250
MEDIANAS	1 a 10	11 a 50
PEQUEÑAS	1 a 10	11 a 35

Adaptado de: Álvarez y Durán (2009)

Según este análisis, el Perú se halla determinado como una economía mediana, por lo que las mypes, se conceptualiza como organizaciones que tienen entre 1 a 50 empleados (Álvarez y Durán, 2009, p.32).

Características de las MYPES

Haciendo un análisis nuestro País se define como una economía con desarrollo progresivo que tiene como objetivo los usuarios, sus ingresos se consideran medianas. Por tal motivo las mypes en este entorno se define que deben cumplir con los siguientes rasgos:

Tabla 2. Caracterización de las microempresas según número de empleados y ventas anuales

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De 1 hasta 10 trabajadores inclusive
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas tributarias (UIT).

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

Tabla 3. Caracterización de las pequeñas empresas, según número de empleados y ventas anuales.

PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De 1 hasta 100 trabajadores inclusive
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 a 1,700 Unidades impositivas tributarias (UIT).

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

2.3.2. Glosarios de términos

Asistencia medica

Realizados por personas para brindar apoyo en prevenciones, tratamientos de enfermedad y a través de los servicios ofertados por las profesiones de medicina, en sus distintas ramas de la medicina. Según Schwarz, M.R., Wojtczak, A. (2003). En su artículo Una vía hacia la educación médica orientada a las competencias.

Atención primaria de salud

Es la asistencia sanitaria básica a un coste que la población puede acceder. Cuando el paciente con problemas de salud establece contacto con personal asistencial de salud. El médico inicia la asistencia del paciente, también llamado revisión médica, de ser el caso derivan al paciente al especialista correspondiente. (Wojtczak, 2003).

Calidad asistencial

Es el resultado de grado suficiente de calidad que se brinda cuando se presta atención médica de servicio a terceros. (Wojtczak, 2003).

Centro de salud

Establecimiento que brinda servicios y la atención de salud básica. Los centros de salud son semejantes a los hospitales, implementados para cualquier eventualidad su objetivo principal es de auxiliar a personas que lo necesitan (Bembibre, 2010).

Clínicas

Clínica también es llamado centro de salud de carácter privado que expenden múltiples servicios relacionados a la atención y cuidados de enfermos. En las clínicas se ejecutan evaluaciones y tratamientos. Por estas particularidades, las clínicas pueden ser semejantes a los hospitales, las clínicas son centros muy modernos con tecnología de punta, de última generación, destinados al diagnóstico y tratamiento. (Florencia, 2010).

De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), el término clínica puede referirse a aquella empresa que pueden atender pacientes eventuales o que quedan internados en la clínica. Notablemente podemos visualizar que en los últimos años las estas mypes se vienen posesionando cada vez más del sector salud.

Consultorio

Establecimiento médico en la que brindan servicios médicos, profesionales de salud en la especialidad que le corresponda y lugar donde acuden los pacientes que tengan algún inconveniente con su salud. (Ucha, 2008).

Enfermedad

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), es la alteración o desviación del estado fisiológico del cuerpo humano, que presentan síntomas y signos particulares, que a vista y paciencia se va desarrollando la misma.

El término enfermedad hace referencia a una disfunción fisiológica o psicológica, de malestar, es decir el estado del paciente que no está óptimas condiciones. (Wojtczak, 2003).

Especialista

Profesional de la salud que está formado en el rubro especial de la medicina; por ejemplo, los oncólogos (especialistas en cáncer) y los hematólogos (especialistas en sangre) los pediatras, (especialista en niños).

Hospital

Establecimiento que tiene la finalidad de asistir enfermos por medio de profesionales especialistas en su ámbito, como médicos, enfermeros, personal técnico, auxiliar y mantenimiento servicios que se pueden estar habilitados las 24 horas del día, los 365 días del año y. (Ucha, 2008).

Laboratorio

Lugar implementado con instrumentos y equipos, para realizar pruebas y exámenes de acuerdo a las necesidades, según el ámbito al cual pertenezca el laboratorio en cuestión. (Ucha, 2008).

Medico

Profesional del sector salud que brinda ayuda a las personas mediante el estudio, el diagnóstico y el tratamiento de la enfermedad o lesión del paciente. Profesional altamente calificado para socorrer y salvar vidas. (Wojtczak, 2003).

Salud

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la salud es el estado en la que se encuentra todo ser vivo, estando en óptimas condiciones físicas y mentales. (Wojtczak, 2003).

Sala de espera

Espacio más concurrido de un establecimiento, en ella esperan familiares y personas que van a ser atendidas en alguna área específica, este lugar debe ser como y relajado es decir un ambiente tranquilo. (Ucha, 2008).

Quirófano

Sala o área que se Encuentran en los hospitales o centros médicos y que está especialmente implementado para realizar operaciones quirúrgicas a pacientes que así lo requieran. (Ucha, 2008).

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general

Significativamente la gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las Mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, año 2018, se relaciona con la gestión de calidad.

3.2. Hipótesis específicas

- ✓ Las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, son dirigidas por profesionales de salud.
- ✓ Las mypes con enfoque en atención al cliente del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, tienen bien definidos su misión, visión y ética profesional.
- ✓ Las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, contribuirán con el desarrollo de su personal médico, administrativo, técnico, asistencial y con ello obtener un mejor servicio.

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

No experimental: La investigación es no experimental por que se realizó sin manipular las variables, la estudiamos tal como se muestran dentro de su entorno.

Relacional: Porque el objetivo es medir la relación entre las 2 variables de estudio.

Prospectivo: Es cuando se recoge los datos de la muestra de estudio en el momento.

Transversal: Porque los datos de las variables se toman solo una vez.

Analítico: Porque involucra las 2 variables de estudio.

4.4. Población y muestra

La población y muestra de investigación serán las mypes, del sector servicio, rubro centros médicos privados, año 2018.

Para obtener población de la investigación, se utilizarán datos estadísticos que proporciona la SUNAT y también mediante la observación por todo el distrito de Callería y de esta se tomara el 100% de la muestra que es 20 mypes.

Criterios de Inclusión

No se tomó en cuenta otros distritos y zonas rurales.

Tabla 4. Relación de MYPES Sector Servicios, Rubro Centros Médicos Privados.

N°	Razón Social	Ruc	Dirección
01	Clínica Monte Horeb	20128890891	Jr. Inmaculada N° 529
02	Centro Médico Especialista Monserrat	20393734591	Jr. Atahualpa N° 409
03	Centro Medico Salvador Allende E.I.R.L.	20393401941	Jr. Salvador Allende N° 1094
04	Clínica Amazónica E.I.R.L.	20393276194	Av. Sáenz Peña N° 421
05	Consultorio Médico San Juan Bosco		Jr. Salaverry N° 522
06	Medical World S.A.C. (Policlínico)	20393801965	Jr. Progreso N° 353
07	Centro médico Fabiana de los Ángeles		Jr. 7 de Junio N° 254
08	Servicios Generales SerFamed SyS S.A.	20351977290	Av. Saenz Peña N° 165
09	Servicios Clínica Santa Anita Pucallpa E.I.R.L.	20393877279	Jr. Salaverry N° 463
10	Zelada & Asociados E.I.R.L. Centro Médico Zelada Pediatría – Neonatología.	20393668432	Psje. Rafael de Souza N° 100 Esquina con Av. Sáenz Peña
11	Clínica Fernández E.I.R.L.	20393228033	Av. Sáenz Peña N° 150
12	Clínica Juan Pablo II	20393857677	Av. Sáenz Peña N° 166
13	Clínica Esmedic	20393094592	Jr. Progreso N° 465
14	Clínica Cercanad		Jr. Víctor Raúl Haya de la Torre N° 342
15	Clínica de la Cruz		Jr. 7 de Junio N° 241
16	Consultorio Médico Niño Jesús		Jr. Sinchi Roca N° 122
17	Jorge Fernández Picón	10224233588	Av. Sáenz Peña N° 150
18	Policlínico Mas Salud E.I.R.L.	20393765128	Jr. Guillermo Sisley N° 332
19	Representaciones San Borja S.A.C.	20393500841	Jr. Salaverry N° 221
20	Policlínico Materno Infantil Cayetano Heredia E.I.R.L.	20393197642	Jr. Zavala N° 457

4.5. Definición y Operacionalización de las variables

Tabla 5. Tabla Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de calidad	Es una doctrina empleada por mYPES que buscan el cambio y la modernización para mantener a sus clientes satisfechos.	Plan de calidad	Diseña y aplica ¿Diseña y aplica un plan de calidad?	Nominal
		Estandarización	Posee y administra ¿Posee y administra un plan de estandarización de la calidad?	Nominal
		Misión y visión	Elaboración y difusión ¿Elabora y difunde la misión y visión del centro médico?	Nominal
		Nivel de servicios	Plan de capacitación ¿Los profesionales médicos y asistenciales son capacitados constantemente para brindar un mejor servicio?	Nominal
Enfoque de atención al cliente	Es el conjunto de estrategias que una organización planifica para complacer las exigencias de sus usuarios externos. Determinamos que el servicio de atención al cliente es esencial para el crecimiento y surgimiento de la organización.	Atención a quejas y sugerencias.	Calidad de Servicio ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio? Tiempo de atención ¿La atención a los clientes ante cualquier emergencia y otros es rápida y oportuna?	Nominal Intervalo

Fuentes: Elaboración propia.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica a utilizar, será la entrevista y encuesta para juntar datos que necesitamos para la investigación. El instrumentó será un cuestionario elaborado con 20 preguntas.

El proceso

Se empezará como una breve introducción, para explicar el porqué de la visita y ¿para qué?, una vez concientizando a los representantes legales de los centros médicos privados, podre aplicar la encuesta.

4.7. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación, se utilizará el análisis descriptivo. Para la tabulación de los datos se utilizará el programa IBM SPSS STATISTICS, programas característicos para estadística e investigación.

4.8. Matriz de consistencia

Tabla 6. Tabla Matriz de consistencia

Título de Tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología y diseño de la investigación	Instrumentos y procedimientos
Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018.	¿En qué medida la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes, del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018, se relaciona con	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar en qué medida en que la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería año 2018, se relaciona con la gestión de calidad.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>✓ Identificar el nivel de gestión en las mypes, dedicadas al servicio en centros médicos privados del distrito</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Enfoque de atención al cliente</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Significativamente la gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las Mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, año 2018, se relaciona con la gestión de calidad.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>✓ Las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, son dirigidas por</p>	<p>El tipo de Investigación</p> <p>La investigación es cuantitativa por que se manejan técnicas de medición de variables sobre la Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes, sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018.</p> <p>Nivel de la Investigación</p> <p>El nivel de investigación es relacional, porque involucra 2 variables de estudio Gestión de la calidad y enfoque de</p>	<p>La técnica que se utilizó, fue la entrevista y encuesta que nos sirvió para juntar datos que necesitábamos para la investigación. El instrumentó fue el cuestionario elaborado con 20 preguntas.</p>

	<p>la gestión de calidad.</p>	<p>de Callería año 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer que impide el mejoramiento de la calidad y atención en los centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018. Para lograr la satisfacción en los clientes. ✓ Determinar si las mypes, del sector servicio, centros médicos privados, diseñan y aplican un plan de gestión y atención para los clientes. 		<p>profesionales de salud.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las mypes con enfoque en atención al cliente del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, tienen bien definidos su misión, visión y ética profesional. ✓ Las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados del distrito de Callería, contribuirán con el desarrollo de su personal médico, administrativo, técnico, asistencial y con ello obtener un mejor servicio. 	<p>atención al cliente en las mypes, sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, año 2018.</p> <p>Diseño de la Investigación</p> <p>El diseño de esta investigación es no experimental-relacional-prospectivo-transversal-analítico.</p> <p>Población y Muestra</p> <p>Para obtener población de la investigación, se utilizarán datos estadísticos que proporciona la SUNAT y también mediante la observación por todo el distrito de Callería y de esta se tomara el 100% de la muestra que es 20 mypes.</p>	
--	-------------------------------	--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia.

4.9. Principios éticos

La investigación, demostrara que los instrumentos y las técnicas de información realizadas en las encuestas, cuestionarios, vías telefónicas, páginas web e internet, son datos auténticos que nos servirá para el desarrollo de la investigación, con responsabilidad, humildad, modestia, solidaridad, sutileza y veracidad. Siendo estos principios los más acordes para la realización de la investigación.

CAPÍTULO V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Resultados

A. Referido a la hipótesis de estudio

Tabla 7. Cruzada enfoque de atención al cliente - gestión de la calidad.

		Gestión de la calidad			
		SI	NO	TOTAL	
Enfoque de atención al cliente	SI	Recuento	18	2	20
		% dentro de Enfoque de atención al cliente	90,0%	10,0%	100,0%
	NO	Recuento	16	4	20
		% dentro de Enfoque de atención al cliente	80,0%	20,0%	100,0%
TOTAL		Recuento	34	6	40
		% dentro de Enfoque de atención al cliente	85,0%	15,0%	100,0%

Ji cuadrado = 0.196 p-valor = 0.658

En el cuadro precedente se observa que de los 20 encuestados 18 o el 90% de los mismos brinda un servicio de calidad, si aplica el enfoque de atención al cliente, y tan solo el 20% no brinda un servicio de calidad.

Así también, el 80% brinda servicio de calidad sino aplica el enfoque de atención al cliente, contra mala calidad si no aplica el enfoque de atención al cliente, esto nos podría indicar que no hay una relación de la calidad con el enfoque de atención al cliente.

Esto se ratifica estadísticamente cuando se mide la relación entre estas variables, a través de la prueba de homogeneidad de Ji-cuadrado, donde el p-valor de 0.658, nos indica la no significancia en el sentido de que las dos variables en estudio no se relacionan significativamente estadísticamente.

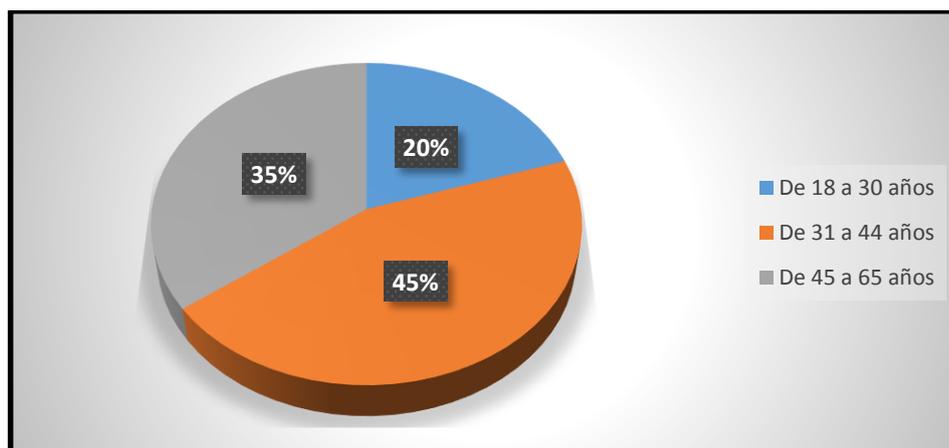
B. Datos generales

Tabla 8. Edad del representante legal del centro médico

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
De 18 a 30 años	4	20%	20%	20%
De 31 a 44 años	9	45%	45%	45%
De 45 a 65 años	7	35%	35%	35%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos.

Grafico 1. Edad del representante legal del centro médico



Fuente: Según tabla 8

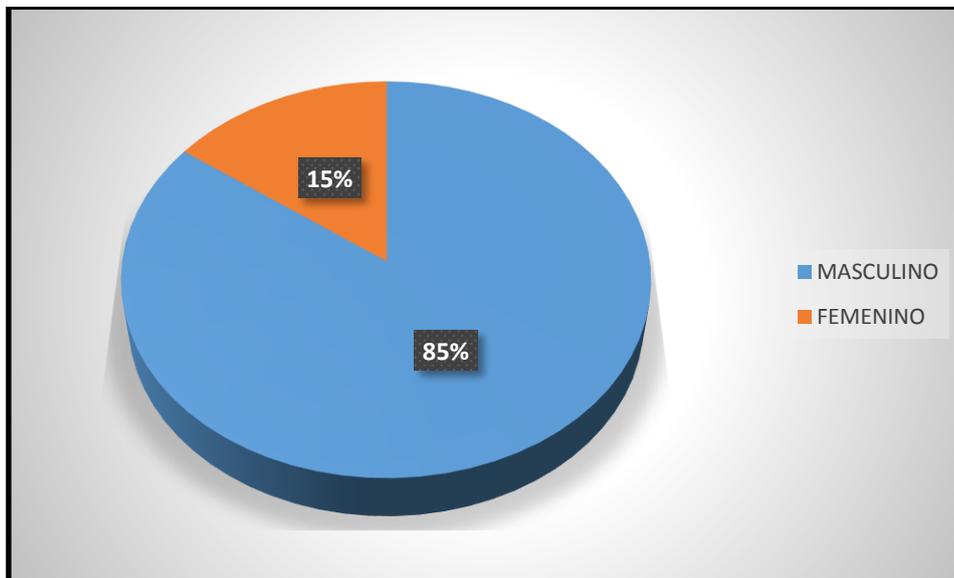
Descripción: El 45% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen las edades entre 31 a 44 años, el 35% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen las edades entre 45 a 65 años y el 20% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen las edades entre 18 a 30 años.

Tabla 9. Genero del representante legal del centro médico

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Masculino	17	85%	85%	85%
Femenino	3	15%	15%	15%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 2. Genero del representante legal del centro médico



Fuente: Según tabla 9

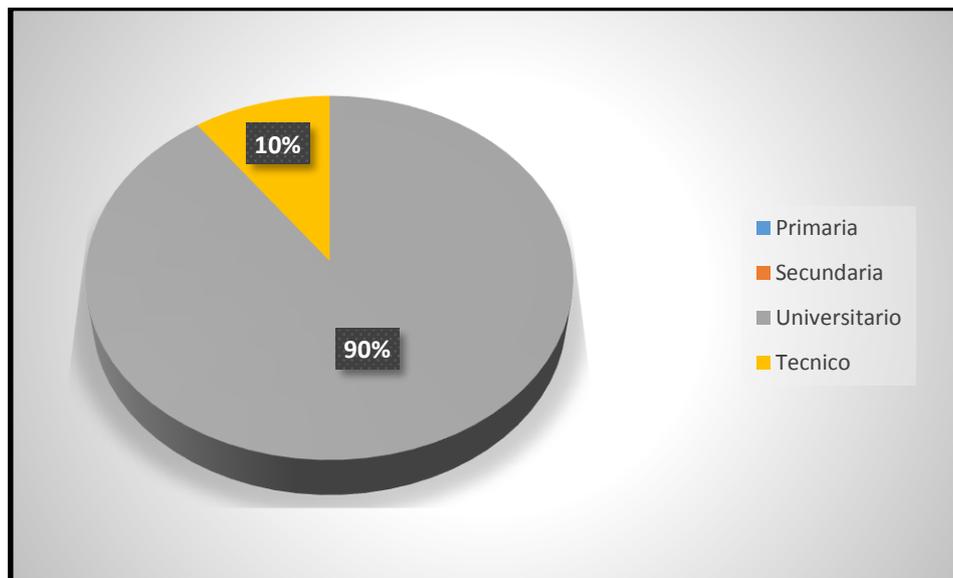
Descripción: El 85% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen el género masculino y el 15% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen el género femenino.

Tabla 10. Grado de instrucción del representante legal del centro médico

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Primaria	0	00%	00%	00%
Secundaria	0	00%	00%	00%
Universitario	18	90%	90%	90%
Técnico	2	10%	10%	10%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 3. Grado de instrucción del representante legal del centro médico



Fuente: Según tabla 10

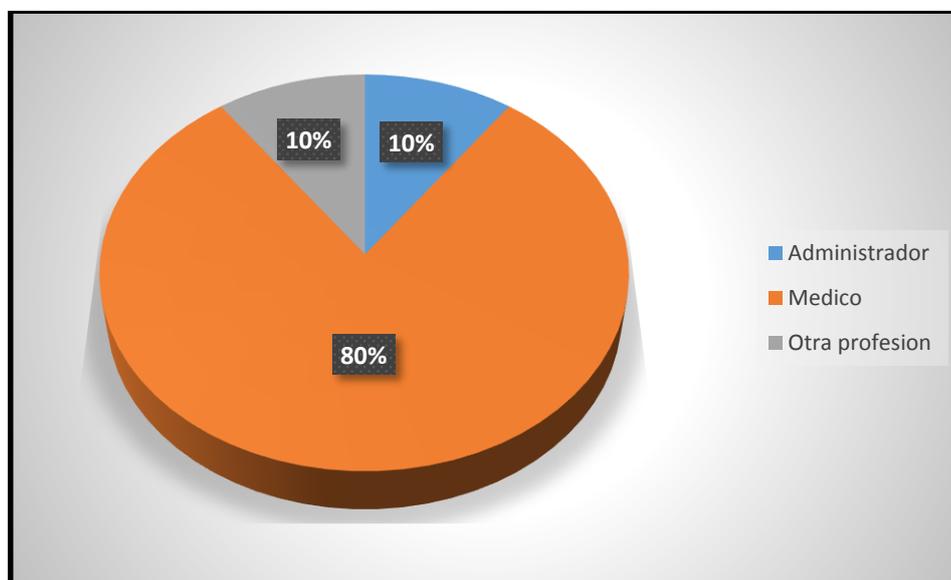
Descripción: El 90% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen el grado de instrucción de nivel universitario y el 10% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen el grado de instrucción de nivel técnico.

Tabla 11. ¿El representante legal del centro médico que profesión tiene?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Administrador	2	10%	10%	10%
Medico	16	80%	80%	80%
Otra profesión	2	10%	10%	10%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 4. ¿El representante legal del centro médico que profesión tiene?



Fuente: Según tabla 11

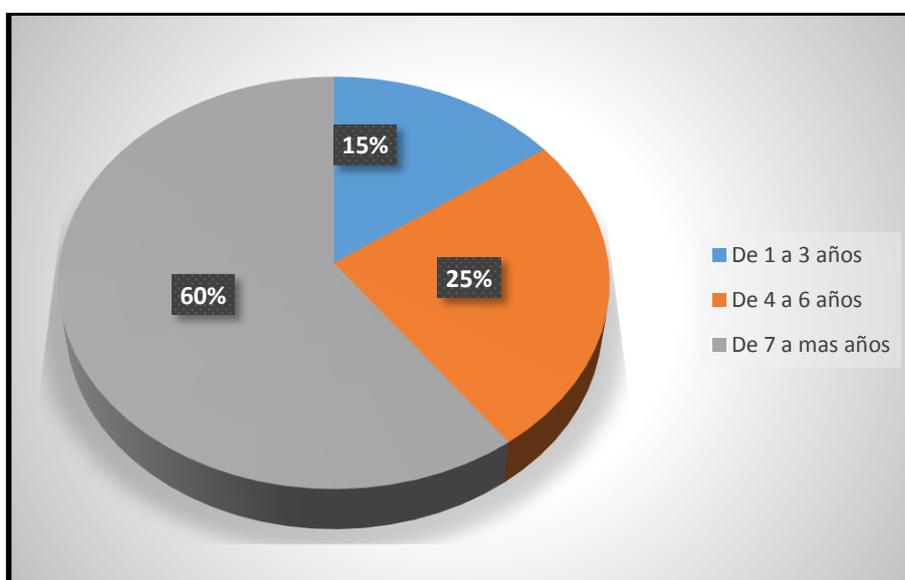
Descripción: El 80% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen la profesión de médicos, el 10% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen la profesión de administradores y el otro 10% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen otras profesiones.

Tabla 12. ¿Cuánto tiempo de brindar servicios tienen el centro médico?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
De 1 a 3 años	3	15%	15%	15%
De 4 a 6 años	5	25%	25%	25%
De 7 a más años	12	60%	60%	60%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 5. ¿Cuánto tiempo de brindar servicios tienen el centro médico?



Fuente: Según tabla 12

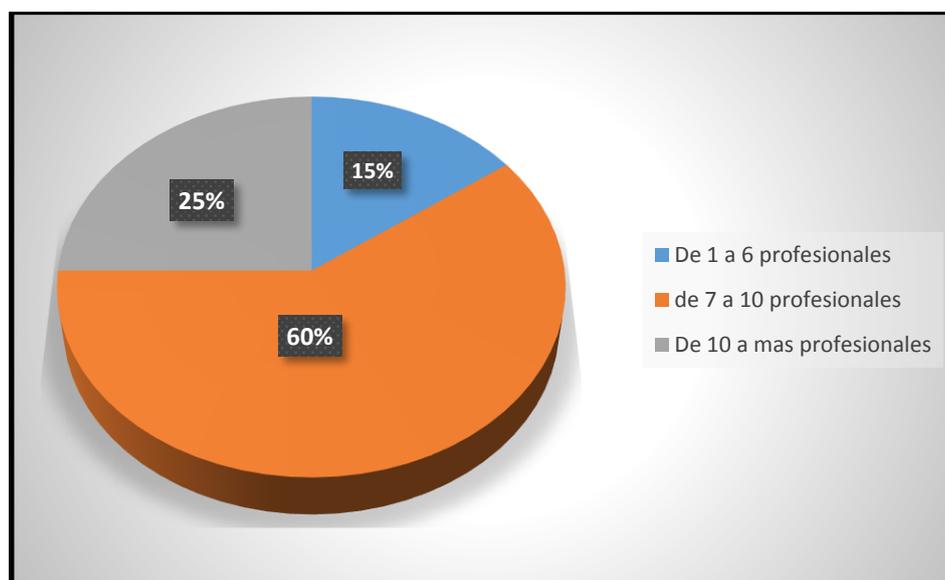
Descripción: El 60% de los centros médicos privados vienen funcionando un aproximado de 7 a más años. El 25% de los centros médicos privados vienen funcionando un aproximado de 4 a 6 años y el 15% de los centros médicos privados vienen funcionando un aproximado de 1 a 3 años.

Tabla 13. ¿Con cuántos profesionales de salud cuenta el centro médico?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
De 1 a 6 profesionales	3	15%	15%	15%
De 7 a 10 profesionales	5	25%	25%	25%
De 10 a más profesionales	12	60%	60%	60%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 6. ¿Con cuántos profesionales de salud cuenta el centro médico?



Fuente: Según tabla 13

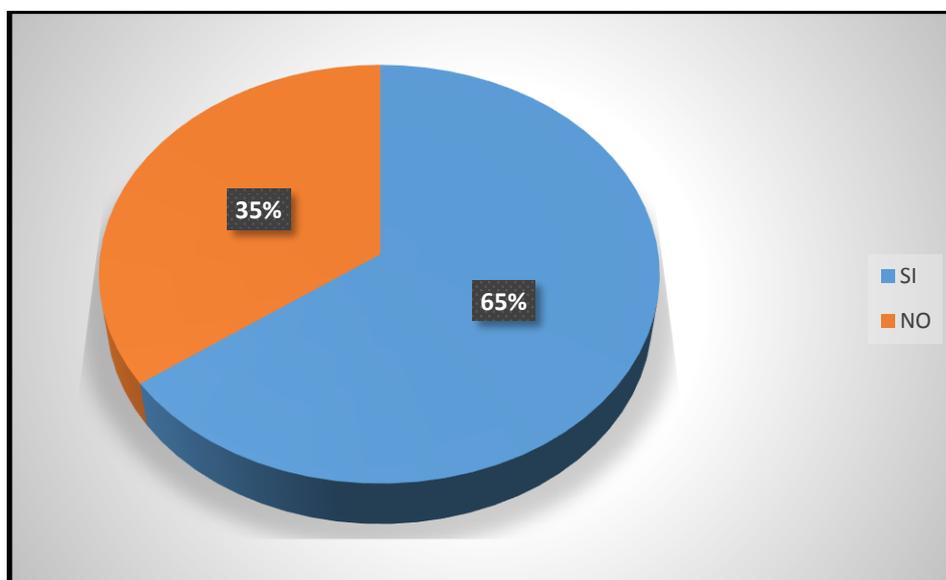
Descripción: El 60% de los centros médicos privados cuentan con un aproximado de 10 a más profesionales de la salud, 25% de los centros médicos privados cuentan con un aproximado de 7 a 10 profesionales de la salud y el 15% de los centros médicos privados cuentan con un aproximado de 1 a 6 profesionales de la salud.

Tabla 14. ¿Los profesionales que laboran en el centro médico están en planilla?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	13	65%	65%	65%
NO	7	35%	35%	35%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 7. ¿Los profesionales que laboran en el centro médico están en planilla?



Fuente: Según tabla 14

Descripción: El 65% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados están en planilla y el 35% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados no están en planilla.

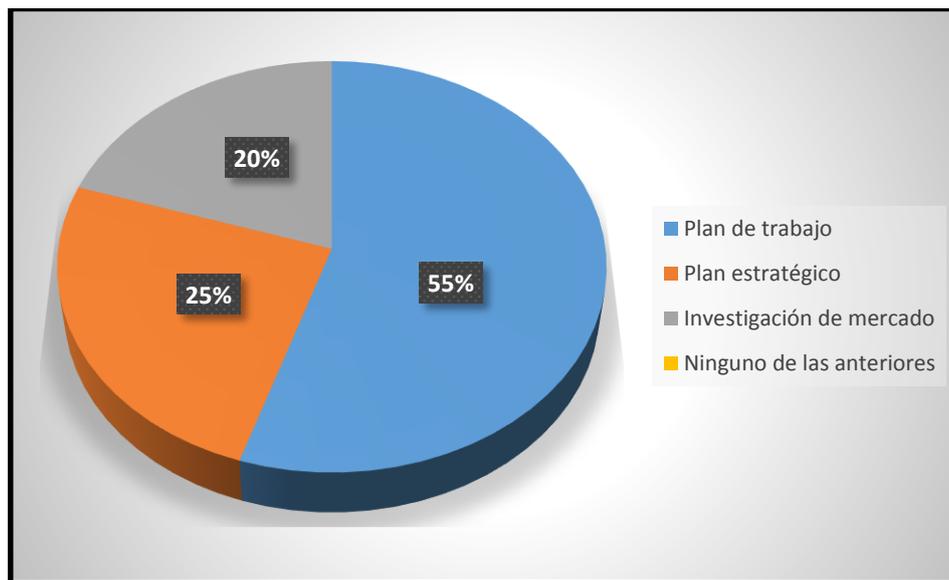
C. De la gestión de calidad

Tabla 15 ¿El centro médico con que documentos de gestión cuenta?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Plan de trabajo	11	55%	55%	55%
Plan estratégico	5	25%	25%	25%
Investigación de mercado	4	20%	20%	20%
Ninguno de las anteriores	0	00%	00%	00%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 8. ¿El centro médico con que documentos de gestión cuenta?



Fuente: Según tabla 15

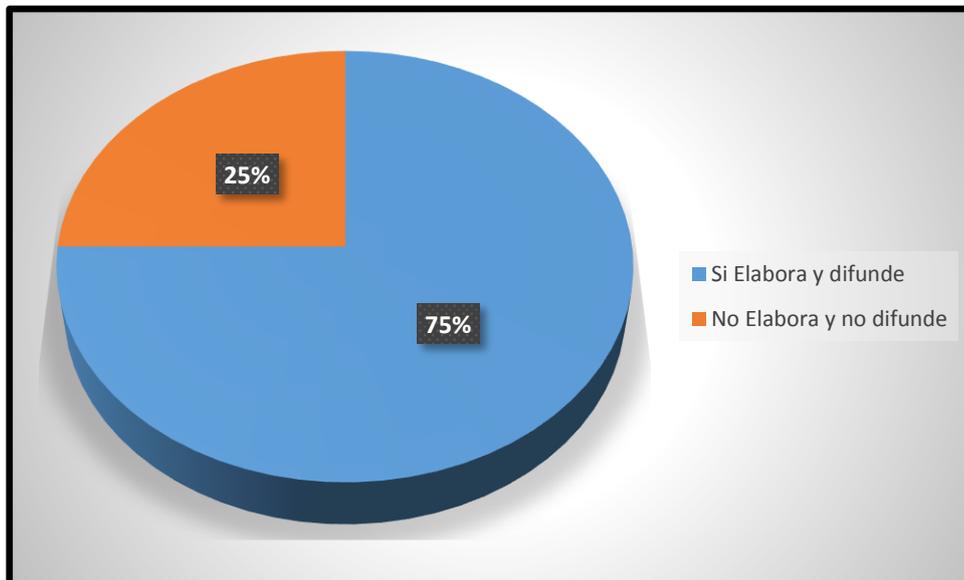
Descripción: El 55% de los centros médicos privados cuentan con un plan de trabajo, el 25% de los centros médicos privados cuentan con un plan estratégico y el 20% de los centros médicos privados hacen una investigación de mercado.

Tabla 16. ¿Elabora y difunde la misión y visión del centro médico?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si Elabora y difunde	15	75%	75%	75%
No Elabora y no difunde	5	25%	25%	25%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 9. ¿Elabora y difunde la misión y visión del centro médico?



Fuente: Según tabla 16

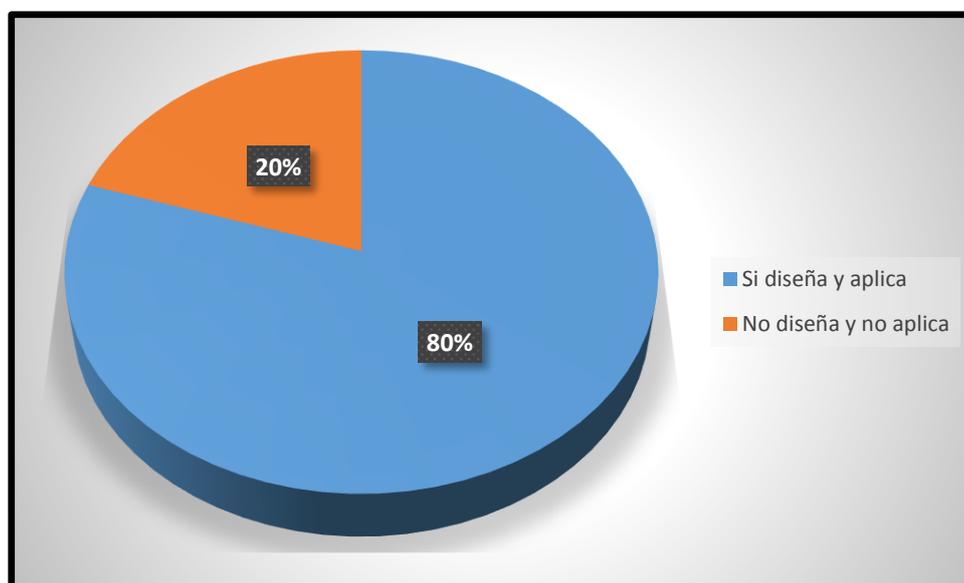
Descripción: El 75% de los centros médicos privados si elaboran y difunden su misión y visión y el 25% de los centros médicos privados no elaboran y difunden su misión.

Tabla 17. ¿Diseña y aplica un plan de calidad?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si diseña y aplica	16	80%	80%	80%
No diseña y no aplica	4	20%	20%	20%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 10. ¿Diseña y aplica un plan de calidad?



Fuente: Según tabla 17

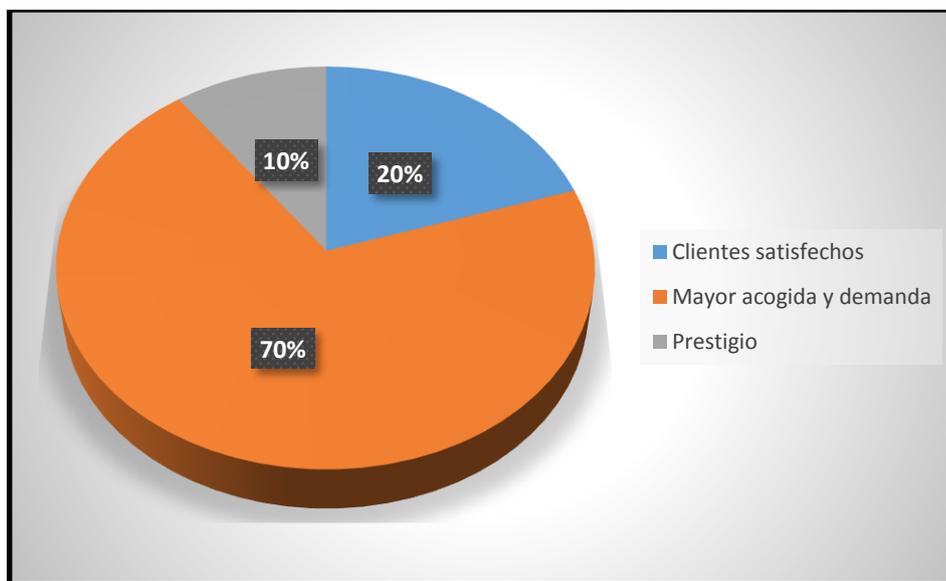
Descripción: El 80% de los centros médicos dicen que si diseñan y aplican un plan de calidad y el 20% de los centros médicos dicen que no diseñan y aplican un plan de calidad.

Tabla 18. ¿Qué objetivos y resultados ha obtenido aplicando gestión de calidad?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Cientes satisfechos	4	20%	20%	20%
Mayor acogida y demanda	14	70%	70%	70%
Prestigio	2	10%	10%	10%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 11. ¿Qué objetivos y resultados ha obtenido aplicando gestión de calidad?



Fuente: Según tabla 18

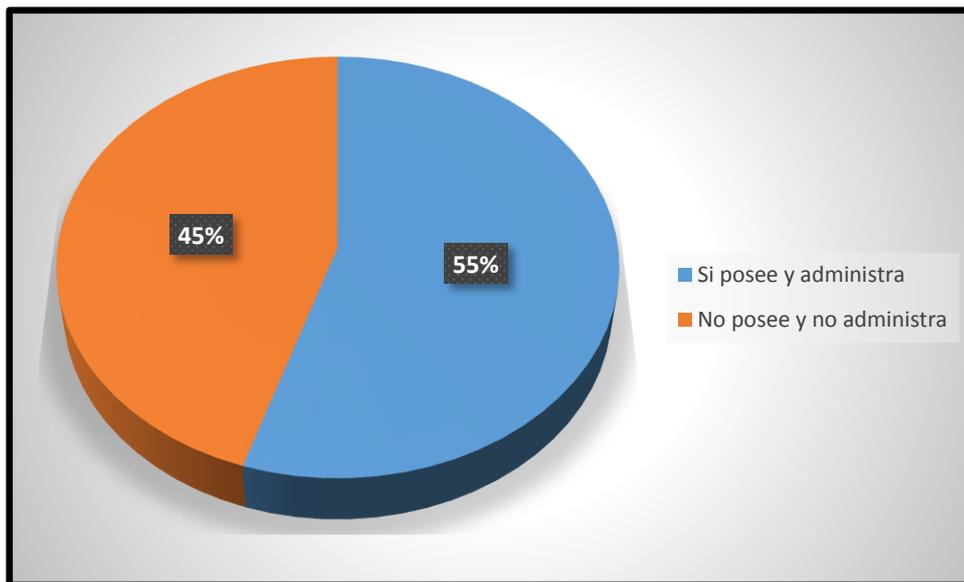
Descripción: El 70% de los centros médicos privados han obtenido mayor acogida y demanda al aplicar gestión de calidad, el 20% de los centros médicos privados han obtenido clientes satisfecho al aplicar gestión de calidad y el 10% de los centros médicos privados han obtenido mayor prestigio al aplicar gestión de calidad.

Tabla 19. ¿El centro médico posee y administra un plan de estandarización de la calidad?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si posee y administra	11	55%	55%	55%
No posee y no administra	9	45%	45%	45%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 12. ¿El centro médico posee y administra un plan de estandarización de la calidad?



Fuente: Según tabla 19

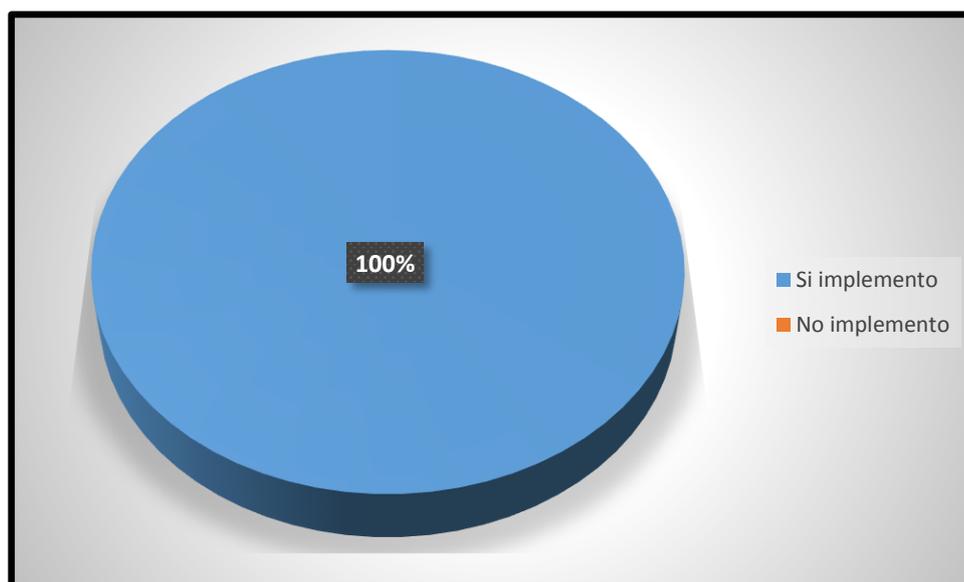
Descripción: El 55% de los centros médicos privados si poseen y administran un plan de estandarización de la calidad y el 45% de los centros médicos privados no poseen y administran un plan de estandarización de la calidad.

Tabla 20. ¿El centro médico ha implementado las tecnologías de información y comunicación, para mejorar el nivel servicio?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si implemento	20	100%	100%	100%
No implemento	00	00%	00%	00%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 13. ¿El centro médico ha implementado las tecnologías de información y comunicación, para mejorar el nivel de servicio?



Fuente: Según tabla 20

Descripción: El 100% han implementado los centros médicos privados con tecnologías de punta para mejorar el nivel de servicio.

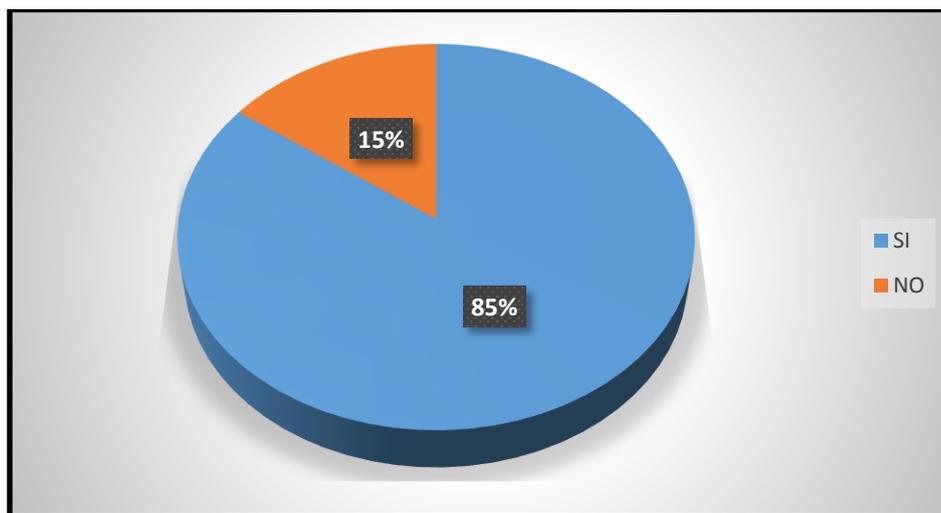
D. Del enfoque de satisfacción a los clientes

Tabla 21. ¿Considera importante realizar promociones para obtener nuevos clientes?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	17	85%	85%	85%
NO	3	15%	15%	15%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 14. ¿Considera importante realizar promociones para obtener nuevos clientes?



Fuente: Según tabla 21

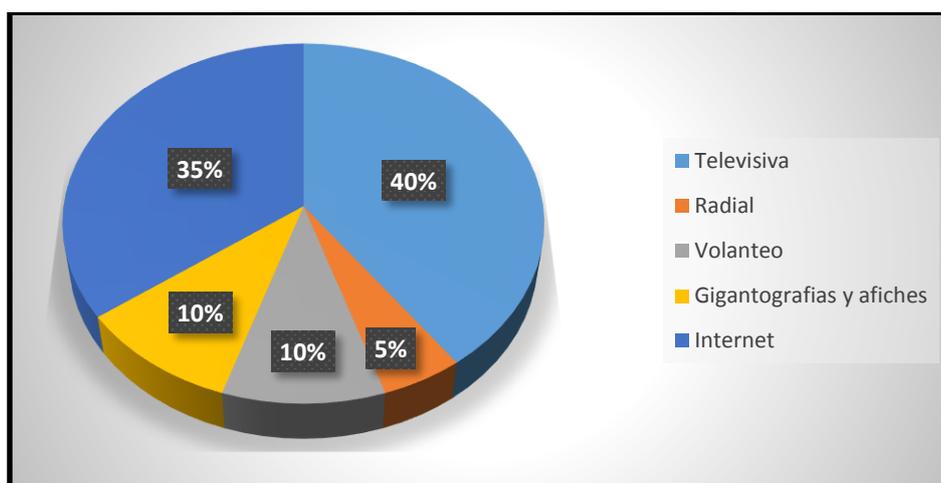
Descripción: El 85% de los centros médicos privados consideran que si es importante realizar promociones para obtener nuevos clientes y el 15% de los centros médicos privados considera que no es importante realizar promociones para obtener nuevos clientes

Tabla 22. ¿Qué medio de publicidad utiliza el centro médico para captar nuevos clientes?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Televisiva	8	40%	40%	40%
Radial	1	05%	05%	05%
Volanteo	2	10%	10%	10%
Gigantografias y afiches	2	10%	10%	10%
Internet	7	35%	35%	35%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 15. ¿Qué medio de publicidad utiliza el centro médico para captar nuevos clientes?



Fuente: Según tabla 22

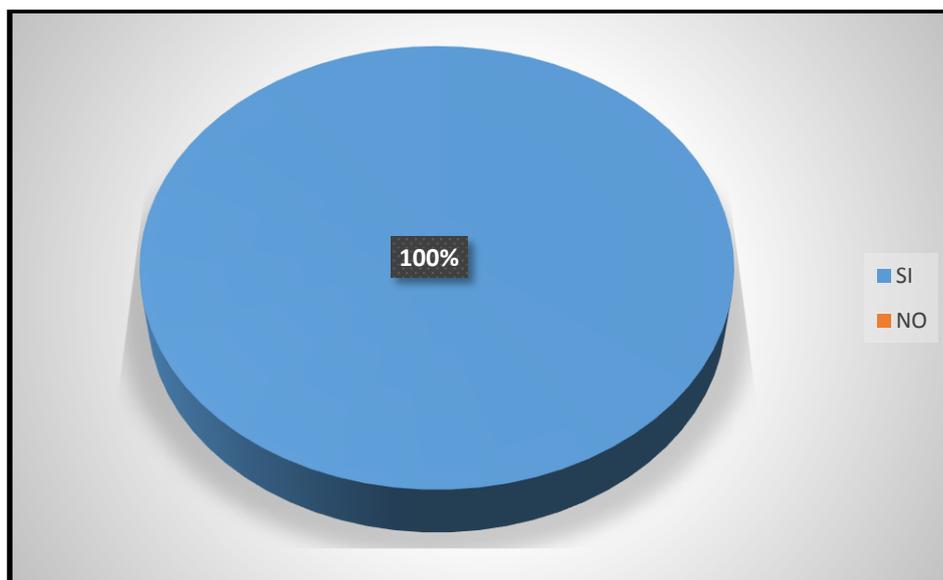
Descripción: El 40% de los centros médicos privados hacen publicidad televisiva, el 35% de los centros médicos hacen publicidad mediante internet, el 10% de los centros médicos privados hacen publicidad mediante volanteo, el otro 10% de los centros médicos hacen publicidad mediante gigantografias y afiches y el 5% de los centros médicos privados hacen publicidad radial.

Tabla 23. ¿El centro médico se esmera en dar buen trato amable y servicial a sus clientes?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	20	100%	100%	100%
NO	00	00%	00%	00%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 16. ¿El centro médico se esmera en dar buen trato amable y servicial a sus clientes?



Fuente: Según tabla 23

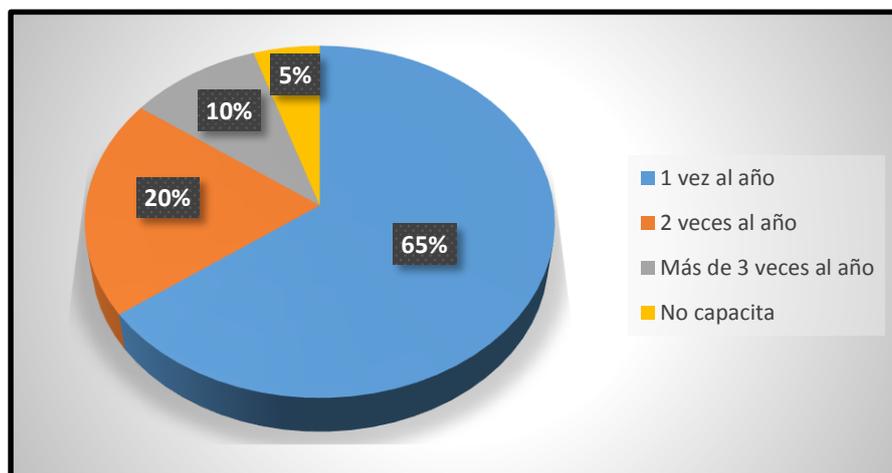
Descripción: El 100% de los centros médicos privados se esmeran en dar buen trato amable y servicial a sus clientes.

Tabla 24. ¿Los profesionales médicos y asistenciales son capacitados constantemente para brindar un mejor servicio?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
1 vez al año	13	65%	65%	65%
2 veces al año	4	20%	20%	20%
Más de 3 veces al año	2	10%	10%	10%
No capacita	1	05%	05%	05%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 17. ¿Los profesionales médicos y asistenciales son capacitados constantemente para brindar un mejor servicio?



Fuente: Según tabla 24

Descripción: El 65% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados son capacitados por lo menos 1 vez al año para brindar un mejor servicio, el 20% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados son capacitados por lo menos 2 veces al año para brindar un mejor servicio, el 10% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados son capacitados por lo

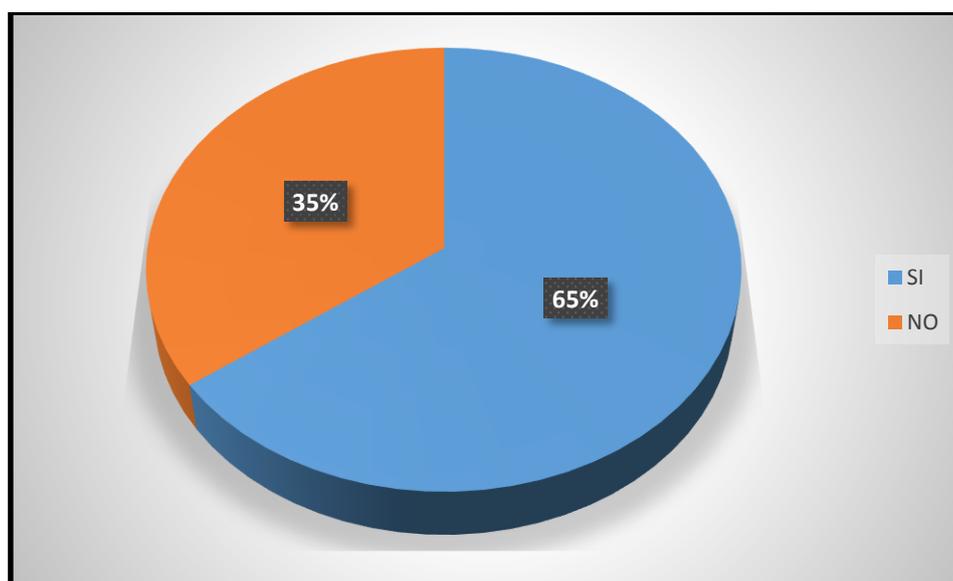
menos 3 vez al año para brindar un mejor servicio y el 05% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados no son capacitados.

Tabla 25. ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	13	65%	65%	65%
NO	7	35%	35%	35%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 18. ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio?



Fuente: Según tabla 25

Descripción: El 65% de los centros médicos privados si toman en cuenta las sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio y el 35% de los centros médicos privados no toman en cuenta las sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio.

Tabla 26. ¿La atención a los clientes ante cualquier emergencia y otros es rápida y oportuna?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Tiempo de atención menos de 1 hora	20	100%	100%	100%
tiempo de atención mayor o igual a 1 hora	00	00%	00%	00%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 19. ¿La atención a los clientes ante cualquier emergencia y otros es rápida y oportuna?



Fuente: Según tabla 26

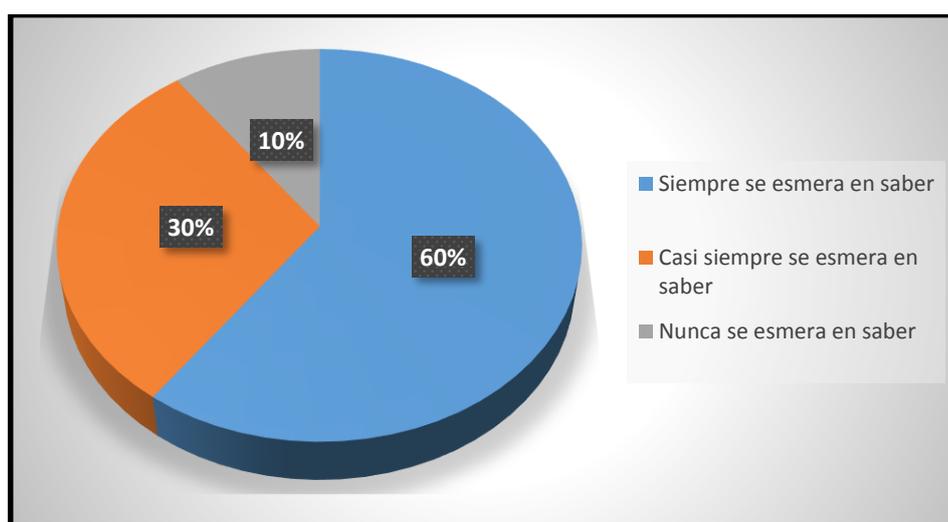
Descripción: El 100% de los centros médicos privados atienden rápida y oportunamente las emergencias en menos de 1 hora.

Tabla 27. ¿El centro médico se esmera en saber si los clientes atendidos están completamente satisfechos con los servicios que le brinda?

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Siempre se esmera en saber	12	60%	60%	60%
Casi siempre se esmera en saber	6	30%	30%	30%
Nunca se esmera en saber	2	10%	10%	10%
TOTAL	20	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los centros médicos

Grafico 20. ¿El centro médico se esmera en saber si los clientes atendidos están completamente satisfechos con los servicios que le brinda?



Fuente: Según tabla 27

Descripción: El 60% de los centros médicos privados siempre se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes después de haber adquirido un servicio, el 30% de los centros médicos privados casi siempre se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes después de haber adquirido un servicio y el 10% de los

centros médicos privados nunca se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. De los datos generales de los centros médicos

- ✓ El 45% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen las edades entre 31 a 44 años, una edad aceptable pero muy joven para estar dirigiendo una organización, ya que su inexperiencia le podría causar riesgos futuros en la administración de su establecimiento. El 85% de los representantes legales de los centros médicos privados son de sexo masculino y para el sexo femenino un 15%, estos resultados nos dan a entender que las féminas están tomando presencia en las actividades laborales que años anteriores era casi nulo. El 90% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen un grado estudios superiores universitarios y el 10% tienen un grado estudios de nivel técnico; lo que nos da a entender que los profesionales de hoy en día tienen una visión emprendedora y de esta manera contribuir con el desarrollo de nuestra región y porque no decir de nuestro país. El 80% de los representantes legales de los centros médicos privados tienen la profesión de médicos, el 10% tienen la profesión de administradores y el otro 10% tienen otras profesiones. Estos resultados nos dan a entender que los centros médicos privados son dirigidos por médicos y no por administradores. **(Ver gráfico 1, 2, 3 y 4).**

- ✓ **De los centros médicos privados;** El 60% de los centros médicos privados vienen funcionando un aproximado de 7 a más años, el 25% de los centros médicos privados vienen funcionando un aproximado de 4 a 6 años y el 15%

de los centros médicos privados vienen funcionando un aproximado de 1 a 3 años. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados vienen funcionando un aproximado de 7 a más años, logrando tener ya un nombre establecido y conocido en el mercado.

- ✓ 60% de los centros médicos privados cuentan con un aproximado de 10 a más profesionales de la salud, el 25% de los centros médicos privados cuentan con un aproximado de 7 a 10 profesionales de la salud y el 15% de los centros médicos privados cuentan con un aproximado de 1 a 6 profesionales de la salud.

El 65% de los profesionales que laboran en los centros médicos están en planilla y el 35% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados no están en planilla, lo que nos indica que la mayoría de las mypes están cumpliendo con lo estipulado por ley. **(Ver gráfico 5, 6 y 7).**

5.2.2. De la gestión de calidad de las Mypes

- ✓ El 55% de los centros médicos privados cuentan con un plan de trabajo, el 25% de los centros médicos cuentan con un plan estratégico y el 20% de los centros médicos privados hacen una investigación de mercado. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados consideran que es beneficioso tener un plan de trabajo que les servirá de guía para lograr sus objetivos. **(Ver gráfico 8).**
- ✓ El 75% de los centros médicos privados si elaboran y difunden su misión y visión y el 25% de los centros médicos privados no elaboran y no difunden su misión y visión. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados elaboran y difunden su misión y visión porque

gracias a ello nos participan de cuáles son sus objetivos, como lo hará y que quiere lograr con ello. **(Ver gráfico 9).**

- ✓ El 80% de los centros médicos privados dicen que si diseñan y aplican un plan de calidad y el 20% de los centros médicos dicen que no diseñan y no aplican un plan de calidad. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados dicen que si diseñan y aplican un plan de calidad ya que es la base de toda organización. **(Ver gráfico 10).**
- ✓ El 70% de los centros médicos privados han obtenido mayor acogida y demanda al aplicar gestión de calidad, el 20% de los centros médicos privados han obtenido clientes satisfecho al aplicar gestión de calidad y el 10% de los centros médicos privados han obtenido mayor prestigio al aplicar gestión de calidad. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados tendrán una mayor acogida y demanda al aplicar gestión de calidad, ya que se visualizara el cumplimiento de sus metas y objetivos. **(Ver gráfico 11).**
- ✓ El 55% de los centros médicos privados si poseen y administran un plan de estandarización de la calidad y el 45% de los centros médicos privados no poseen y no administran un plan de estandarización de la calidad. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados si poseen y administran un plan de estandarización de la calidad ya que gracias a ello podrán cumplir y llenar sus expectativas. **(Ver gráfico 12).**
- ✓ El 100% si han implementado los centros médicos privados con tecnologías de punta para mejorar el nivel servicio. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados están implementadas con

tecnología moderna para poder estar a la vanguardia cumpliendo con las exigencias y necesidades de los clientes. **(Ver gráfico 13).**

Según **Paz, M.** Manifiesta que lo directivos de las clínicas privadas investigan como mejorar continuamente la organización y de esta manera dar solución a corto plazo a cualquier inconveniente. Según mi investigación y la del autor se relaciona con mis resultados obtenidos ya que los centros médicos privados al tener un plan de trabajo, un plan de estandarización de la calidad y al implementar con tecnología de punta, pues la vigencia en el mercado cambiante de hoy en día será de mucho más tiempo. Tal como se puede evidenciar con el instrumento de investigación en cuanto a las preguntas:

10. ¿Diseña y aplica un plan de calidad?
12. ¿Posee, administra un plan de estandarización de los servicios?
13. ¿El centro médico ha implementado las tecnologías de información y comunicación, para mejorar el nivel de servicio?

Según **Astohuaman, A.** Manifiesta que cuentan con un plan de negocio pero no han definido ni exhiben su misión y visión pero que cada vez están más cerca a dar soluciones a problemas encontrados. Según mi investigación y la del autor tienen relación con mis resultados obtenidos ya que los centros médicos privados al tener un plan de negocio, diseñan y aplican un plan de calidad ya que esta es la base de toda organización donde hoy en día ya definen y exhiben su misión y visión. Tal como se puede evidenciar con el instrumento de investigación en cuanto a las preguntas:

9. ¿Elabora y difunde la misión y visión del centro médico?

11. ¿Qué objetivos y resultados ha obtenido aplicando gestión de calidad?

5.2.3. Del enfoque de atención al cliente

- ✓ El 85% de los centros médicos privados considera que si es importante realizar promociones para obtener nuevos clientes y el 15% de los centros médicos privados considera que no es importante realizar promociones para obtener nuevos clientes. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados consideran que si es importante realizar promociones para obtener nuevos clientes ya que el cliente es fundamental y vital para toda organización siendo está considerada fuente económico para su crecimiento y desarrollo. **(Ver gráfico 14).**
- ✓ El 40% de los centros médicos hacen publicidad televisiva, el 35% de los centros médicos privados hacen publicidad mediante internet, el 10% de los centros médicos privados hacen publicidad mediante volanteo, el otro 10% de los centros médicos privados hacen publicidad mediante gigantografías y afiches y el 5% de los centros médicos privados hacen publicidad radial. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados hacen publicidad televisiva ya que es uno de los medios más utilizados para captar nuevos clientes. **(Ver gráfico 15).**
- ✓ El 100% de los centros médicos privados se esmeran en dar buen trato amable y servicial a sus clientes. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados se esmeran en dar buen trato amable y servicial a sus clientes, pues estos se irán satisfechos, contentos y con ganas de volver una vez más. **(Ver gráfico 16).**

- ✓ El 65% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados son capacitados por lo menos 1 vez al año para brindar un mejor servicio, el 20% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados son capacitados por lo menos 2 veces al año para brindar un mejor servicio, el 10% de los profesionales que laboran en los centros médicos privados son capacitados por lo menos 3 vez al año para brindar un mejor servicio y el 05% de los profesionales que laboran en los centros médicos no son capacitados. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los profesionales que laboran en los centros médicos privados son capacitados por lo menos 1 vez al año para brindar un mejor servicio ya que gracias a estas capacitaciones el personal podrá mejorar y potenciar sus habilidades y destrezas. **(Ver gráfico 17).**
- ✓ El 65% de los centros médicos privados si toman en cuenta las sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio y el 35% de los centros médicos privados no toman en cuenta las sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados toman en cuenta las sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio, punto muy importante para las organizaciones ya que gracias a ello podrán mejorar las deficiencias que podrían tener a la hora de brindar sus servicios. **(Ver gráfico 18).**
- ✓ El 100% de los centros médicos privados atienden rápida y oportunamente las emergencias en menos de 1 hora. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados atienden rápida y

oportunamente las emergencias en menos de 1 hora, siendo este un factor primordial que toda organización debe cumplir y más aun tratándose de la salud. **(Ver gráfico 19).**

- ✓ El 60% de los centros médicos privados siempre se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes después de haber adquirido un servicio, el 30% de los centros médicos privados casi siempre se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes después de haber adquirido un servicio y el 10% de los centros médicos privados nunca se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes. De los resultados obtenidos podemos decir que la mayoría de los centros médicos privados siempre se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes después de haber adquirido un servicio para poder mejorar la calidad en los servicios que brinda. **(Ver gráfico 20).**

Según Najul, J. Manifiesta que si las organizaciones no satisfacen las necesidades de sus clientes tendrá una duración muy corta en el mercado. Según mi investigación y la del autor tiene relación con mis resultados obtenidos ya que los centros médicos privados consideran importante realizar promociones, esmerándose en dar buen trato amable y servicial tomando en cuenta las sugerencias y/o quejas de los clientes para mejorar el servicio ya que si mantenemos satisfechos y cumplimos con sus expectativas las organizaciones tendrán más probabilidades de perdurar en el mercado cambiante de hoy en día. Tal como se puede evidenciar con el instrumento de investigación en cuanto a las preguntas:

14. ¿Considera importante realizar promociones para obtener nuevos clientes?

16. ¿El centro médico se esmera en dar buen trato amable y servicial a sus clientes?

18. ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan para que lo ayude a mejorar el servicio?

Según **Hamuni L, & Fuentes, R.** Manifiestan que los pacientes del programa de salud no estaban satisfechos con la atención que recibían, es decir no cumplían con sus expectativas. Según mi investigación y la del autor no se cumplen con mis resultados obtenidos ya que los centros médicos privados se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes después de haber adquirido un servicio tomando en cuenta las sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio, punto muy importante para las organizaciones ya que gracias a ello podrán mejorar las deficiencias que podrían tener a la hora de brindar sus servicios. Tal como se puede evidenciar con el instrumento de investigación en cuanto a las preguntas:

18. ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan para que lo ayude a mejorar el servicio?

20. ¿El centro médico se esmera en saber si los clientes atendidos están completamente satisfechos con los servicios que le brinda?

Según **Huerta, E.** Manifiesta que el nivel de satisfacción de los clientes es muy buena, amable, rápidos y eficientes a la hora de brindar sus servicios. Según mi investigación y la del autor si se relacionan con mis resultados obtenidos ya que los centros médicos privados atienden rápida y oportunamente las

emergencias en menos de 1 hora, siendo este un factor primordial que toda organización debe cumplir y más aun tratándose de la salud. Tal como se puede evidenciar con el instrumento de investigación en cuanto a las preguntas:

19. ¿La atención a los clientes ante cualquier emergencia es rápida y oportuna?

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado equitativamente el presente trabajo de investigación llego a las siguientes conclusiones:

- ✓ Con respecto a los datos generales de los representantes legales de las Mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, un porcentaje mayor son muy jóvenes de género masculino, y las féminas están tomando presencia en las actividades laborales que años anteriores era casi nulo, con un grado de instrucción de nivel universitario, lo que nos da a entender que los profesionales de hoy en día tienen una visión emprendedora y de esta manera contribuir con el desarrollo de nuestra región y porque no decir de nuestro país, estos centros médicos privados son dirigidos por médicos.
- ✓ Con respecto a los centros médicos privados se observó que vienen funcionando un aproximado de 7 a más años; logrando tener ya un nombre establecido y conocido en el mercado, cuentan con un aproximado de 10 a más profesionales de la salud estando en planilla con remuneraciones justas.
- ✓ Con respecto a la gestión de calidad se observó que los centros médicos privados cuentan con documentos de gestión como lo es el plan de trabajo, elaborando y diseñando su misión y visión porque gracias a ello nos participan de cuáles son sus objetivos, como lo hará y que quiere lograr con ello, diseñando y aplicando un plan de calidad ya que es la base de toda organización., teniendo mayor acogida y demanda al aplicar gestión de calidad, poseen y administran un plan de estandarización de la calidad ya que gracias a

ello podrán cumplir y llenar sus expectativas, contando con tecnología de punta y moderna para poder estar a la vanguardia cumpliendo con las exigencias y necesidades de los clientes.

- ✓ Con respecto al enfoque de satisfacción a los clientes se observó que los centros médicos privados consideran que si es importante realizar promociones para obtener nuevos clientes ya que el cliente es fundamental y vital para toda organización siendo está considerada fuente económico para su crecimiento y desarrollo, hacen publicidad televisiva ya que es uno de los medios más utilizados para captar nuevos clientes, se esmeran en dar buen trato amable y servicial a sus clientes, pues estos se irán satisfechos, contentos y con ganas de volver una vez más, los profesionales que laboran en los centros médicos son capacitados por lo menos 1 vez al año para brindar un mejor servicio ya que gracias a estas capacitaciones el personal podrá mejorar y potenciar sus habilidades y destrezas, toman en cuenta las sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio, punto muy importante para las organizaciones ya que gracias a ello podrán mejorar las deficiencias que podrían tener a la hora de brindar sus servicios, atendiendo rápida y oportunamente las emergencias en menos de 1 hora, siendo este un factor primordial que toda organización debe cumplir y más aun tratándose de la salud y siempre se esmeran en saber el grado de satisfacción de los clientes después de haber adquirido un servicio para poder mejorar la calidad en los servicios que brindan.

6.2. RECOMENDACIONES

1. Las Mypes del sector servicio, rubro centro médicos privados deben preocuparse en mejorar su atención para de esta manera poder fidelizar y mantener los clientes.
2. Priorizar medidas de seguridad tanto para el personal como para los clientes y de esta manera minimizar los riesgos que se puedan ocasionar al momento de brindar el servicio.
3. Deben de mejorar la infraestructura ya que muchas de ellas no son óptimas para brindar el servicio adecuado de salud.
4. El personal administrativo, médico y asistencial deben ser capacitados constante para mejorar y fortalecer sus habilidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez y Durand, (2009).** Micros y pequeñas empresas en el Perú.
- Anzola, S. (2002).** “Administración de Pequeñas Empresas”, Segunda Edición, Editorial McGrawhill, México 2002.
- Adriansen, J. (2008).** Requisitos para lograr la Calidad. [Acceso 2018 Oct. 09].
Disponble en la web: <http://gerencia.blogia.com/2008/070905-requisitos-para-lograr-calidad.php>
- Bembibre, C. (2006).** Obtenido de Definición ABC: [Acceso 2018 Oct. 10].
Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/salud/centro-de-salud.php>
- Chiavenato I. (2011).** Administración de Recursos Humanos. En I. Chiavenato, Administración de recursos Humanos.
- Cliente Definición.** [Acceso 2018 Oct. 10]. Recuperado de: <https://www.marketing-xxi.com/el-cliente-67.htm>
- Como lograr la Satisfacción al Cliente.** [Acceso 2018 Oct. 11]. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/como-lograr-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Corominas, (1995).** Gestión en las Organizaciones. [Acceso 2018 Oct. 08].
Disponble en la web: <http://www.eumed.net/libros/gratis/2010c/758/La%20Gestion%20en%20las%20organizaciones.htm>
- Crosby, (1987).** La Calidad no cuesta. [Acceso 2018 Oct. 08]. Disponible en la web: <https://4grandesverdades.files.wordpress.com/2009/12/la-calidad-no-cuesta.pdf>

Deming, (1989). Calidad y Competitividad: la salida de la crisis – Gestión de Calidad. [Acceso 2018 Oct. 08]. Disponible en la web: https://scholar.google.com.pe/scholar?q=deming+1989+calidad+productividad+y+competitividad&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

Formas de encontrar Nuevos Clientes. [Acceso 2018 Oct. 11]. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/265277>

Hamui, L., & Fuentes, R. (2013). Expectativas y experiencias de los usuarios del Sistema de Salud en México: Un estudio de satisfacción con la atención médica. Tesis realizada en la Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en la web: <http://www.facmed.unam.mx/bmnd/SatisfaccionAtencionMedica.pdf>

Herrera, M. (2008). Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad para una Microempresa. Veracruz. Disponible en la web: <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/MIRIAM-HERRERA-MENDOZA.pdf>

Huerta, E. (2015). Nivel de Satisfacción de los Usuarios Atendidos en el Tópico de Medicina del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Arzobispo Loayza, Lima, enero del 2015. Tesis de titulación. Disponible en la web: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4033/Huerta_me.pdf;jsessionid=A412EF5CA5DA3C8A5BAF1C97FA45C504?sequence=1

Importancia de gestión de calidad. [Acceso 2018 Oct. 10]. Recuperado de: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>

Karl, A. (2001). Libro: La Excelencia del Servicio.

Loudon, D. y Della, A. (1995). El Comportamiento del Consumidor.

Mateo, R. (2010). Sistema de Gestión de Calidad. [Acceso 2018 Oct. 08].

Disponible en la web: https://www.researchgate.net/figure/Figura-N-4-Sistema-de-Gestion-de-la-Calidad-Fuente-Mateo-R-2010_fig2_315758694

Méndez, J. (2006). Los clientes. [Acceso 2018 Oct. 09]. Disponible en la web:

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidadenfocada-cliente4.shtml>

Ministerio de relaciones laborales, (2013). 340 dólares es el salario básico para el

2014. [Acceso 2018 oct. 09]. Disponible en la web:
<http://www.trabajo.gob.ec/340-dolares-es-el-salario-basico-para-el-2014/>

Najul, J. (2011). El Capital Humano en la Atención al Cliente, y la calidad de

servicio. Tesis realizada en Universidad de Carabobo Venezuela. Disponible en la web: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>

Paz, M. (2009). Su proyecto se denominó; El Control Interno de Gestión de las

Clínicas Privadas de Lima Metropolitana. Tesis de maestría realizada en la Universidad San Martín de Porres. Disponible en la web:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/346/1/paz_cm.pdf

Principios de gestión de calidad y servicio al cliente. [Acceso 2018 Oct. 10].

Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/el-servicio-al-cliente>

Rafael J.; Mateo C. (2009). La Planificación de la Calidad: [Acceso 2018 Oct. 09].

Disponible en la web: <http://www.squalitas.com/site/article/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>

Rementeria, (2008). Gestión en las Organizaciones. [Acceso 2018 Oct. 08].

Disponible en la web: [gratis/2010c/758/La%20Gestion%20en%20las%20organizaciones.htm](http://www.gestion.com/gratis/2010c/758/La%20Gestion%20en%20las%20organizaciones.htm)

Rugeles, B. (2013). Gestión de Calidad [Acceso 2018 Oct. 08]. Disponible en la

web: <https://es.slideshare.net/bettyrugeles/definicion-de-gestion-de-calidad>

Ros, J. (2001). Propuesta de un Sistema de Gestión de Calidad para el monitoreo y la

Satisfacción del Cliente. Disponible en la web: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4343/1/ECUACE-2015-CI-CD00047.pdf>

Salas, M. (2010). Reglamento de Organización y Funciones ROF. Lima.

Sánchez, B. (2005). Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria.

Lima: Diario el Peruano.

Satisfacción al cliente. [Acceso 2018 Oct. 11]. Recuperado de: http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html

Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al Cliente (pp.19-27). Colombia:

Panamericana editorial Ltda. Serna, P. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En Servicio al cliente (pp.29-39). Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Sewell, C. (1994). Buen trato al cliente. [Acceso 2018 Oct. 10]. Disponible en la web:

Servicio Definición. [Acceso 2018 Oct. 10]. Recuperado de:
<http://mejormarketing.blogspot.com/2011/02/definicion-de-servicio.html>

Servicio al Cliente. [Acceso 2018 Oct. 10]. Recuperado de:
http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf

Schwarz, M.R., Wojtczak, A. (2003). Una vía hacia la educación médica orientada a las competencias: Los requisitos globales esenciales mínimos. Educación Médica (6) 2: 5-10.

Tipos de Clientes. [Acceso 2018 Oct. 11]. Recuperado de:
<https://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas/>

Valencia, (2016). Gestión de la Calidad. [Acceso 2018 Oct. 09]. Disponible en la web: <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

Vargas, D. (2013). Estudio de satisfacción del Usuario Externo e Interno en los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha como estrategia para una gestión de calidad. En su tesis de Maestría. Quito, Ecuador. Universidad San Francisco. Disponible en la web:
<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2189>

Ventajas y beneficios de contar con buenos Sistemas de Gestión de la Calidad.
[Acceso 2018 Oct. 11]. Disponible en la web:

<https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>

Wojtczak, (2003). Glosario de términos médicos. Asistencia médica y calidad asistencial.

Zegarra, V. (2012). ¿Qué es el MOF? Manual de Organización y Funciones. Lima: Coaching & Conference.

Anexo



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las **MYPES**, para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes, del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, Año 2018

Encuesta

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

Encuestado:(a):..... Fecha:...../...../.....

A. DATOS GENERALES:

1. Edad del representante legal del centro médico.

De 18 a 30 años	
De 31 a 44 años	
De 45 a 65 años	

2. Genero del representante legal del centro médico.

Masculino	
Femenino	

3. Grado de instrucción del representante legal del centro médico.

Primaria		Universitario	
Secundaria		Técnico	

4. ¿El representante legal del centro médico que profesión tiene?

Administrador	<input type="checkbox"/>
Medico	<input type="checkbox"/>
Otra profesión	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuánto tiempo de brindar servicios tiene el centro médico?

De 1 a 3 años	<input type="checkbox"/>
De 4 a 6 años	<input type="checkbox"/>
De 7 a más años	<input type="checkbox"/>

6. ¿Con cuántos profesionales de salud cuenta el centro médico?

De 1 a 6 profesionales	<input type="checkbox"/>
De 7 a 10 profesionales	<input type="checkbox"/>
De 10 a más profesionales	<input type="checkbox"/>

7. ¿Los profesionales que laboran en el centro médico están en planilla?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

B.- DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD

8. ¿El centro médico con que documentos de gestión cuenta?

Plan de trabajo	<input type="checkbox"/>
Plan estratégico	<input type="checkbox"/>
Investigación de mercado	<input type="checkbox"/>
Ninguno de las anteriores	<input type="checkbox"/>

9. ¿Elabora y difunde la misión y visión del centro médico?

Si elabora y difunde	<input type="checkbox"/>
No elabora y no difunde	<input type="checkbox"/>

10. ¿Diseña y aplica un plan de calidad?

Diseña y aplica	<input type="checkbox"/>
No diseña y no aplica	<input type="checkbox"/>

11. ¿Qué objetivos y resultados ha obtenido aplicando gestión de calidad?

Cientes satisfechos	
Mayor acogida y demanda	
Prestigio	

12. ¿Posee administra un plan de estandarización de los servicios?

Si posee y administra	
No posee y no administra	

10 ¿El centro médico ha implementado las tecnologías de información y comunicación, para mejorar el nivel de servicio?

Si ha implementado	
No ha implementado	

C.- DEL ENFOQUE DE SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES

11 ¿Considera importante realizar promociones para obtener nuevos clientes?

Si	
No	

12 ¿Qué medio de publicidad utiliza el centro médico para captar nuevos clientes?

Televisiva	
Radial	
Volanteo	
Gigantografías y afiches	
Internet (Redes sociales)	

13 ¿El centro médico se esmera en dar un buen trato amable y servicial a sus clientes?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

14 ¿Los profesionales médicos y asistenciales son capacitados constantemente para brindar un mejor servicio?

1 vez al año	<input type="checkbox"/>	Más de 3 veces al año	<input type="checkbox"/>
2 veces al año	<input type="checkbox"/>	No capacita	<input type="checkbox"/>

15 ¿El centro médico toma en cuenta algunas sugerencias y/o quejas que los clientes dan, para que los ayude a mejorar el servicio?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

16 ¿La atención a los clientes ante cualquier emergencia es rápida y oportuna?

Tiempo de atención menos de 1 hora	<input type="checkbox"/>
Tiempo de atención mayor o igual a 1 hora	<input type="checkbox"/>

17 ¿El centro médico se esmera en saber si los clientes atendidos están completamente satisfechos con los servicios que le brinda?

Siempre se esmera en saber	<input type="checkbox"/>
Casi siempre se esmera en saber	<input type="checkbox"/>
Nunca se esmera en saber	<input type="checkbox"/>

Tabla 28. Cronograma de Actividades

Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Callería, Año 2018	MES			
	SET	OCT	NOV	DIC
Obtención de Bibliografía	X			
Elaboración de Anteproyecto	X			
Solicitud de Autorización		X		
Revisión de la Literatura		X		
Elaboración del Marco Teórico		X		
Revisión Parcial		X		
Recopilación de la Información		X		
Análisis e Interpretación de los Datos			X	
Propuesta de Capacitación Empresarial			X	
Conclusiones y Recomendaciones			X	
Revisión Completa				X
Correcciones y/o Ajustes				X
Revisión Completa				X
Pre-banca				X
Sustentación				X

Tabla 29. Presupuesto

Ítem	Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
01	Impresora multifuncional	1	S/. 650.00	S/. 650.00
02	Tinta para impresora	4	S/. 60.00	S/. 240.00
03	Papel bond A- 4	500	S/. 12.00	S/. 12.00
04	USB	1	S/. 35.00	S/. 35.00
05	Copias (encuestas)	120	S/. 0.10	S/. 60.00
06	Lápices, lapiceros, corrector, borrador y resaltador	1	S/. 40.00	S/. 40.00
07	Energía eléctrica para el equipo de cómputo	4	S/. 50.00	S/. 200.00
08	Servicio de transporte para la recopilación de datos y encuestas	-	S/. 80.00	S/. 80.00
09	Línea telefónica con conexión a Internet	4	S/. 75.00	S/. 300.00
10	Anillado de tesis (03 juegos)	3	S/. 6.00	S/. 18.00
11	Empastado de tesis (03 juegos)	3	S/. 35.00	S/. 105.00
12	Asesoramiento		S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Total de Gastos en la Elaboración del Proyecto				S/. 3,240.00

FOTOS DE TRABAJO DE CAMPO



INSTALACIONES DE LA CLÍNICA FERNÁNDEZ



INSTALACIONES DE LA CLÍNICA JUAN PABLO II

INSTALACIONES DE LA CLÍNICA DE LA CRUZ



INSTALACIONES DEL CENTRO MÉDICO FABIANA DE LOS ÁNGELES

INSTALACIONES DEL POLICLINICO MATERNO CAYETANO HEREDIA



INSTALACIONES DE LA CLÍNICA MONTE HOREB

INSTALACIONES DE LA CLÍNICA AMAZÓNICA



INSTALACIONES DE LA CLÍNICA AMERICANA SERFAMED