



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACION DE LA CALIDAD DEL  
SERVICIO EN LA MYPE FRUTERIA FALCON, EN LA  
CIUDAD DE HUANUCO. 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA**

**FALCON ROMERO, LILIANA  
ORCID: 0000-0002-9126-8031**

**ASESORA**

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA  
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**LIMA- PERU**

**2020**

**1. Título de la tesis**

“ Caracterizacion de la calidad del servicio en la mype fruteria falcon, en la ciudad de huanuco, 2019”

## 2. Equipo de trabajo

### **AUTORA**

Falcón Romero, Liliana

ORCID: 0000-0002-9126-8031

Universidad católica los ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado,

Lima, Perú

### **ASESORA**

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Lima, Perú

### **JURADO**

Meza De los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

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

---

Juan Pablo Meza De los Santos  
**Presidente**

---

Yuly Yolanda Morillo Campos  
**Miembro**

---

Víctor Hugo Espinosa Otoyá  
**Miembro**

---

Carmen Rosa Zenozain Cordero  
**Asesora**

#### **4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria**

##### **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos a nuestro DIOS por cuidarnos y guiarnos durante todo este proceso de nuestro camino y darnos las fortalezas para superar las dificultades y obstáculos a lo largo de esta carrera de nuestra vida. En seguida a mis queridos padres hermanos y personas que me brindaron su apoyo incondicional, la cual son ejemplo de coraje lucha fortaleza y dedicación, A mi asesor de tesis por su comprensión, orientación, conocimientos su dedicación, su persistencia, su paciencia, y por sus motivaciones.

##### **DEDICTORIA**

Este proyecto está dedicado primeramente a DIOS que gracias a EL, soy lo que soy y todo es posible, sin el nada sería

A mis queridos padres y a mi hijo, las cuales son los pilares principales en mi vida por su apoyo incondicional y sus motivaciones.

A mis hermanos que están siempre con sus palabras de aliento para seguir luchando por mis sueños y no rendirme.

## 5. RESUMEN

Para realizar este proyecto de investigación me conlleva muchos puntos importantes ya que el rubro de frutas tenemos que contar bastante con la calidad del producto y de servicio, por lo tanto, como problema general esta, ¿Qué características tiene la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020? Y por lo mismo se formula el siguiente objetivo general Determinar las características de la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020, utilizando la metodología el tipo de investigación es cuantitativo y el nivel es descriptivo con un diseño no experimental, con una población de (1) Mype y con una muestra de 4 colaboradores, aplicando la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para la recolección de datos e informaciones. En conclusión, no todos los colaboradores están involucrados con la empresa, por lo tanto, no existe una buena calidad de servicio ya que se presenta deficiencias de parte de los colaboradores, respecto a la dueña ella si conoce las necesidades del consumidor. Por lo que los clientes acuden a ella porque encuentran todo lo necesario y por el precio justo que se brinda en el negocio, por ello se mejoraría en la calidad de servicio para así marcar la diferencia de entre todos ya que existen competencia en el dicho lugar.

**Palabras claves:** calidad, MYPE y servicio.

## **Abstract**

In order to carry out this research project, it involves me many important points, since in the fruit sector we have to have enough with the quality of the product and service, therefore, as a general problem, what characteristics does the quality of service have in the MYPE frutería falcon in the city of Huánuco, 2020? And for the same reason, the following general objective is formulated: Determine the characteristics of the quality of service in the Falcón fruit shop MYPE in the city of Huánuco, 2020, using the methodology the type of research is quantitative and the level is descriptive with a non-experimental design, with a population of (1) Mype and with a sample of 4 collaborators, applying the survey as a technique and the questionnaire as an instrument for collecting data and information. In conclusion, not all collaborators are involved with the company, therefore, there is no good quality of service since there are deficiencies on the part of the collaborators, with respect to the owner herself if she knows the needs of the consumer. Therefore, clients come to it because they find everything they need and for the fair price that is offered in the business, therefore, the quality of service would be improved in order to make a difference among all since there is competition in that place.

Keywords: quality, Mype and service.

## 6. Contenido

1. Título de la tesis .....	ii
2. Equipo de trabajo .....	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iv
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	v
5. RESUMEN.....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros .....	x
I. Introducción .....	1
II. Marco teórico conceptual.....	6
2.1. Antecedentes:.....	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	20
2.3. Marco conceptual o referencial.....	31
III. Hipótesis .....	33
IV. Metodología.....	34
4.2. Diseño de la investigación.....	34
4.4. Población y muestra.....	35
4.5. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	37
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	38
4.7. Plan de análisis.....	39

4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	40
4.9. Principios éticos .....	41
5. RESULTADOS .....	42
5.2. Resultados .....	42
5.3. Análisis de resultados .....	52
6. Conclusiones .....	55
7. Recomendaciones .....	56
Bibliografía .....	58
Anexo 1 .....	62
Anexo 2 .....	63
Anexo 3 .....	64

## 7. Índice de gráficos, tablas y cuadros

Tabla 1: genero.....	42
Tabla 2: edades.....	43
Tabla 3: ¿usted recibe un buen trato de parte de los clientes en la mype frutería Falcón? .....	44
Tabla 4: ¿usted como colaborador trata con respeto a los consumidores en la mype frutería Falcón? .....	45
Tabla 5: ¿cree usted que la amabilidad es fundamental en la mype frutería Falcón? .....	46
Tabla 6: ¿Esta se acuerdo con la calidad de atención que se brinda en la mype Falcón? .....	47
Tabla 7: ¿Usted como colaborador demuestra su generosidad con las personas consumidores de la mype frutería Falcón?.....	48
Tabla 8: ¿usted como trabajador es servicial con los clientes cuando realiza sus compras en la mype frutería Falcón?.....	49
Tabla 9: ¿usted cómo dueña del negocio comprende las necesidades específicas de sus consumidores en la mype frutería Falcón?.....	50
Tabla 10: ¿usted como parte de la mype frutería Falcón brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores? .....	51

**Índice de figura**

figura: 1 genero-----	42
figura: 2 edades-----	43
figura: 3 buen trato-----	44
figura: 4 respeto a los consumidores -----	45
figura: 5 la amabilidad es fundamental -----	46
figura: 6 calidad de atención-----	47
figura: 7 demuestra generosidad -----	48
figura: 8 servicial con los clientes -----	49
figura: 9 como dueña -----	50
figura: 10 servicio rápido -----	51

## **I. Introducción**

En la actualidad el avance de la tecnología y parejamente también las necesidades y las expectativas de los consumidores y colaboradores, es por ello las empresas dan prioridad a la comunidad y el bienestar de ellos ya que el cliente y los colaboradores son el pilar importante para el crecimiento de la organización. Este trabajo denominado "CARACTERIZACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE FRUTERIA FALCON, EN LA CIUDAD DE HUANUCO, 2019" esta investigación viene de las líneas de investigación que es asignada por la escuela profesional de administración. Respecto a la promoción de la MYPE es una unidad económica que se dedica al rubro de ventas por mayor y menor de productos perecibles que son las frutas la cual es de mi interés para mi investigación en la cual se desarrollen y se aplican la calidad de servicio y operan dentro de los parámetros de legalidad como MYPE le corresponde. La Frutería Falcón es una organización creada por Mercedes Romero Reyes con RUC N° 10753650143, Ubicada en el jirón Huánuco N° 219 -Huánuco se dedica a repartir todo tipos de frutas tanto de la costa y selva al por mayor y menor , es por ello que se crea esta empresa con tal de ofrecer buenos productos a un precio justo directamente de la chacra y de excelente calidad debido que en la ciudad los consumidores son exigentes, para cumplir las metas se necesita tener una calidad de servicio de parte de los colaboradores hacia los clientes, esta empresa tiene a cargo( 3) personas que se dedican a atender y (1) de esquiador las cuales desarrollan su participación en el negocio de acuerdo a sus habilidades.

Mediante el concepto mencionado tomamos en cuenta las necesidades, expectativas y deseos de los consumidores y colaboradores como el punto de partida y nos proponemos a brindarle satisfacción a sus necesidades y se identificó como problema general en esta investigación es ¿Qué características tiene la calidad de servicio en la MYPE frutería

falcón en la ciudad de Huánuco, 2020?, por eso se trabaja en base al siguiente objetivo general Determinar las características de la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020.

Esta investigación está basada con un variable independiente la cual es la calidad de servicio.

Luego está la justificación en la cual explico por qué y para qué, y con qué finalidad se está realizando esta investigación en la MYPE Frutería Falcón en la ciudad de Huánuco, porque en la ciudad de Huánuco las empresas requieren una buena calidad de servicio aparte de los recursos financieros y el talento humano para que así se pueda atender de acuerdo a los costumbres y hábitos de la gente, con la finalidad de brindar una atención de calidad.

Seguidamente el marco teórico de esta investigación donde se encuentra conceptos y definiciones relacionados con el tema tanto internacional, nacional y local mencionando a algunos autores utilizando como soporte a nuestra investigación en la cual se usa una metodología deductiva por ejemplo usamos a **Joseph M. Juran** en la cual define que la calidad tiene dos definiciones diferentes, pero relacionados entre ellos. Uno de ellos es encaminado a los ingresos y se basa en los rasgos del producto que satisfacen a los clientes y consecuentemente eso genera ingresos menciona también que la mejor calidad cuesta más.

En el ámbito internacional tomamos a Blanca García del año 2013, desarrolló en su tesis titulada: “PLAN DE MERCADEO BASADO EN LAS 7P’S PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA SOLUCIONES MAPRINT, C.A.”, UBICADA EN GUACARA – ESTADO CARABOBO – VENEZUELA; la investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de mercadeo basado en las 7P s con el fin de mejorar la calidad del servicio en la empresa.

Metodológicamente, la investigación es de tipo descriptiva con un diseño no experimental, se aplicó un cuestionario de diez ítems a una muestra de ocho personas que laboran en la misma empresa. El estudio concluye en que la empresa, aun siendo nueva presenta algunas estrategias relacionadas a las 7P s, como el servicio, los precios competitivos, colocación de productos de calidad y funcionalidad a sus clientes. Sin embargo, requiere de la aplicación de nuevas estrategias para mejorar la calidad de sus servicios y lograr introducirse en otras regiones. En el siguiente capítulo mencionamos las bases teóricas utilizando las dimensiones de nuestras variables los cuales son: cordialidad, empatía, tiempo de entrega, Seguidamente en el capítulo consecutivo como en toda investigación se encuentra la metodología que como enfoque está el estudio cuantitativo para la recolección de datos y proposiciones y formulaciones, diseño, gestión y cierre. El esquema en la cual la población es finita y la muestra es temporalmente, en ello también se encuentra las técnicas e instrumentos.

Sucesivamente reflejamos el cuadro de la operacionalización de variables nuestra matriz de consistencia y el cuadro de nuestros gastos.

El problema que me llevo a realizar esta investigación son muchas de las cuales tome algunos puntos importantes, en el rubro de frutas tiene que ver bastante la calidad del producto, observe deficiencias en ese lado ya que los productos son perecibles y la falta de higiene esta palabra es muy importante en el tema ya que los productos son para el consumo. En la ciudad de Huánuco los consumidores son exigentes y quieren productos en un buen estado y una característica llamativa. seguidamente esta la calidad de servicio que ofrecen los colaboradores hacia sus clientes ya que hay dificultades En el tema de la cordialidad, empatía y el tiempo de entrega claro no de todos los colaboradores. Para eso estamos realizando esta investigación y dar mejora a las deficiencias. Así como nos menciona el siguiente autor.

JURAN, (1935). La calidad significa cambiar las insuficiencias postreras de consumidores en rasgos medibles, y de ese modo la utilidad alcanza a ser trazado para satisfacer el precio que el consumidor pueda pagar, la calidad está definida en términos del agente. En pocas palabras una mejor calidad al consumidor debe costar menos.

Para lograr una buena calidad se sigue procesos muy primordiales, son los siguientes planificar la calidad, control, y mejorar por completo calidad. Los componentes o estrategias para conseguir y conservar un buen nivel de calidad.

Contratar a los dirigentes de una buena altura para el cargo de dirección, brindar capacitación a los de la jerarquía sobre métodos de gestión de calidad, perfeccionar la calidad al compás revolucionario, participar en la labor y agregar términos de calidad en el procedimiento de la empresa.

ISHIKAWA, (1949) tiene varios significados "LA CALIDAD", pero solo existen dos de mayor relevancia.

- Radica en los tipos del producto que se establecen a las necesidades del consumidor, ya que ello brinda el agrado del producto.
- Reside en la autonomía luego de las carencias.

En la calidad para su control consiste con el desarrollo, producción la prestación de servicios y la comercialización con una eficiencia del costo con una utilidad óptima

CROSBY, (1961) La calidad es la aprobación con las exigencias, las exigencias o requerimientos deben de ser patentemente determinados y así no exista errores los cotejos corresponden ser realizadas perennemente para establecer las exigencias, si no se cumple las exigencias entonces en ello no se encuentra la calidad, en pocas palabras la calidad es que no se encuentre ni un mínimo error ni defecto.

La calidad es hacerlo bien las cosas por primera vez, hacer que la gente realice mejor todas las cosas importantes, con cero defectos. La buena calidad se resume en principios

fundamentales y son los siguientes. La calidad es dar a cumplir con las exigencias del cliente, es un sistema de prevención, el esquema es nada desperfectos, la compostura de la calidad es el precio de la infracción. Para perfeccionar la calidad tener comprensión, compromiso, competencia, comunicación, corrección y continuidad.

La calidad es muy fundamental para los consumidores y colaboradores y las empresas. ya que gracias a ello se obtiene más clientes e ingreso económico y brindar una mejora en el campo competitivo del mercado. la frutería Falcón se dedica a la venta de o distribución de al por mayor y menor de frutas y cuenta con tres trabajadores. **Y se planteó el Problema General**, ¿Qué características tiene la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020?, así mismo **el objetivo general**: Determinar las características de la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020. **Y sus Objetivo Específico**. Determinar la cordialidad en la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020. Determinar la empatía en la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020. Definir el tiempo de entrega en la calidad de servicio en el MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020.

El trabajo se ha de justificar en los fundamentos teóricos por lo que nos permite que amplíemos nuestro conocimiento en cuanto a calidad de servicio; se justifica metodológicamente, por lo que proporciona instrumentos que recolectan información para ello se aplicó el método estadístico al momento de elaborar cada tabla y grafico; a través de tipos descriptivos, niveles cuantitativos y diseños no experimentales. Se justifica socialmente lo que se realizó para el beneficio del dueño de la MyPe ya que, es desarrollado responsablemente hacia los ámbitos empresariales en búsqueda de poder obtener ingresos rentables. Mi investigación permitirá optar el título profesional de Licenciado en Administración.

## II. Marco teórico conceptual

### 2.1. Antecedentes:

#### Antecedentes a nivel internacional

**García (2013)**, desarrolló en su tesis titulada: *“plan de mercadeo basado en las 7p’s para el mejoramiento de la calidad de servicio en la empresa soluciones maprint, c.a., ubicada en Guacara – estado Carabobo – Venezuela 2013”*; la investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de mercadeo basado en las 7P s con el fin de mejorar la calidad del servicio en la empresa.

Metodológicamente, la investigación es de tipo descriptiva con un diseño no experimental, se aplicó un cuestionario de diez ítems a una muestra de ocho personas que laboran en la misma empresa. El estudio concluye en que la empresa, aun siendo nueva presenta algunas estrategias relacionadas a las 7P s, como el servicio, los precios competitivos, colocación de productos de calidad y funcionalidad a sus clientes. Sin embargo, requiere de la aplicación de nuevas estrategias para mejorar la calidad de sus servicios y lograr introducirse en otras regiones.

**Osaba (2011)**, en su tesis doctoral *“gestión de la calidad de servicio y marketing en los centros residenciales para personas mayores del país vasco (capv)- España – 2011”*, plantea como objetivo describir y explicar la relación existente entre la gestión de la calidad y de marketing en los centros residenciales para personas mayores. La metodología utilizada en la primera fase fue la investigación de tipo descriptiva y exploratoria; entre los métodos, se usaron el analítico y sintético y, por el otro, el método hipotético-deductivo, con el fin de analizar los conceptos de marketing y gestión de calidad. En la segunda fase se realizó un estudio cuantitativo utilizando la técnica de la encuesta por correo,

para determinar el grado de conocimiento y aplicación de los modelos de gestión de la calidad utilizados por el sector. Concluyendo en que las actividades de marketing no son de mucha importancia y se observa que hay un alto nivel de conocimiento en referencia a los modelos de gestión de calidad basados en el ISO 9001.

**Hernao & Sierra (2013)**, en su tesis titulada “*plan de mercadeo para el nuevo restaurante de comida mexicana en Medellín. caso: Green hot chili pepper-2013*”, de Colombia, plantea como objetivo elaborar un plan de mercadeo para atraer y fidelizar a los clientes. La metodología utilizada en esta investigación es de tipo exploratorio – descriptivo; la investigación cuantitativa utilizo cómo herramienta las encuestas personales, (muestreo por conveniencia) y para la investigación cualitativa se realizó sesión de grupo y se utilizó la técnica proyectiva de personificación. El estudio concluye en que el sector gastronómico se encuentra en todo su apogeo y que el servicio al cliente es el principal objetivo en la búsqueda del éxito en este sector ya que permite crear “barreras de salida” las cuales están basadas en la satisfacción y la superación de las expectativas, por ende, establece que se elevará los niveles de fidelización y retención de los clientes.

**Medina, (2019)** En su tesis para optar el grado de magister titulado, “*calidad del servicio ofrecido por la cooperativa de caficultores del norte del cauca, cafinorte- 2019*” en la universidad del valle de la facultad de ciencias de la administración en la cual menciona

puso como objetivo general: Evaluar, desde la perspectiva del asociado, la calidad del servicio ofrecido por Cafiorte. Y en la metodología utilizo la aplicación del cuestionario, y el tipo de estudio uso un enfoque cuantitativo de

un estudio descriptivo de corte transversal en el cuestionario aplico preguntas cerradas, dicho autor menciona Hoy día, la calidad es crucial en la búsqueda de ventajas competitivas. El cliente, encargado de juzgar a la compañía, se ha vuelto vital en el momento de aprobar o rechazar un servicio. En el sector de los servicios, la calidad depende de la percepción que el cliente tenga de la compañía. En la Cooperativa de caficultores del norte del Cauca (Cafinorte), el caficultor, como asociado, es el encargado de juzgar el servicio recibido. Según sus resultados, la investigación con el modelo Servqual fue apropiada para evaluar, desde la perspectiva del asociado, la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa de Caficultores del Norte del Cauca, Cafinorte, en su sede Santander de Quilichao.

Es importante la opinión del consumidor ya que el da el punto crítico valorativo o en casos destructivos para ello la organización tiene que ganársela la confianza del cliente y así tenga una buena percepción.

**Sánchez, (2013)** en su tesis para su doctorado denominada “*calidad de servicio electrónico a través de cibermarketing, en la universidad de politécnica de Cartagena - 2013*” en la cual uso la metodología cuantitativa el objetivo es determinar a nivel europeo si el tamaño de los aeropuertos de trafico anual de pasajeros si este guarda relación con la presencia de las tecnologías de las infraestructuras asociadas. Los resultados, obtenidos por el D. Sánchez mediante análisis a través de regresión logística politómica (RLP), permiten confirmar por un lado que los aeropuertos europeos presentan una relación directa, positiva y significativa entre la entidad de los mismos en términos de tráfico anual de pasajeros, y el nivel de presencia tecnológica tanto de

infraestructuras de carácter tecnológico como físico en términos de marketing externo y marketing interactivo, así como también con la calidad de servicio electrónica prestada por los mismos en términos de servicio al cliente y comunicación; asegurando adicionalmente y de esta manera la consistencia no solo del modelo conceptual-operativo de calidad de servicio electrónica, sino de la calidad de la presencia tecnológica a través de los propios sitios Web.

En esta menciona que los avances tecnológicos son esencial en una organización ya que es importante implementarlo para así tener más ventaja que la competencia y también caminar junto de la mano con el marketing que es una herramienta para cumplir los objetivos de dicha organización o de cualquier tipo de empresa.

#### **Antecedentes nacionales:**

**Martín, (2018)** Realizo la investigación titula: “*calidad de servicio y satisfacción del cliente de la academia preuniversitaria Andreas vesalius, nuevo Chimbote, 2018*”, Tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente. Este trabajo de investigación, de tipo no experimental y de nivel cuantitativo-transversal correlacional, se realizó para, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016. La muestra estuvo constituida por 127 clientes de restaurantes de comida marina. Los resultados muestran que la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los clientes de las MYPE del sector servicios. Y se extrae las siguientes conclusiones: Respecto al nivel de la calidad de servicio de la academia preuniversitaria Andreas Vesalius en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2018.el 60% de los estudiantes de la academia

preuniversitaria Andreas Vesalius reconocieron una eficiente calidad del servicio, el restante 40% reconoció una deficiente calidad del servicio, dicha tendencia apunta a la constante mejora. Cabe precisar las dimensiones más destacadas fueron Sensibilidad (De acuerdo 27% y muy de acuerdo 26%), Tangibles (De acuerdo 42% y muy de acuerdo 22%), Capacidad de Respuesta (De acuerdo 13% y muy de acuerdo 32%) y Empatía (De acuerdo 6% y muy de acuerdo 38%).

**Uribe, (2018)** realizó la investigación titulada: *calidad de servicio electrónico en un puesto de control migratorio de lima, 2018*, TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: Maestra en Gestión Pública, de la cual se extrae las siguientes conclusiones:

Primera: De acuerdo con el objetivo general de la investigación se concluye que el 11.67%, de la muestra evaluada en el Puesto de Control Migratorio de Lima en el año 2018, refiere que se posee una mala calidad de servicio electrónico, un 53.33% considera que se posee un nivel regular en la calidad de servicio electrónico y un 35.00% sostiene es de buena calidad el servicio electrónico brindado por parte de la Superintendencia Nacional de Migraciones.

Segunda: De acuerdo al primer objetivo específico de la investigación se concluye que el 32.67%, de la muestra evaluada en el Puesto de Control Migratorio de Lima en el año 2018, refiere que se posee una mala capacidad de respuesta del servicio electrónico, un 66.00% considera que se tiene un nivel regular en la capacidad de respuesta del servicio electrónico y un 1.33% sostiene que es buena capacidad de respuesta del servicio electrónico brindado por parte de la Superintendencia Nacional de Migraciones.

Tercera: De acuerdo al segundo objetivo específico de la investigación se concluye que el 20.67%, de la muestra evaluada en el Puesto de Control Migratorio de Lima en el año 2018, refiere que se posee un mal nivel en cuanto a la disponibilidad de información, un 64.33% considera que se tiene un nivel regular en la disponibilidad de información y un 15.00% sostiene que existe un buen nivel de disponibilidad de información del servicio brindado por parte de la Superintendencia Nacional de Migraciones.

**Salinas, (2015).** En su tesis titulada, *la calidad de la gestión pedagógica y su relación con la práctica docente en el nivel secundaria de la institución educativa policía nacional del Perú “juan linares rojas”, Oquendo, callao-2013*, su objetivo principal de esta investigación fue describir el nivel de la calidad de servicio electrónico en un Puesto de Control Migratorio de Lima, 2018. La investigación se basó en el paradigma positivista, con un enfoque cuantitativo y un método descriptivo, el tipo de investigación fue básica. El diseño aplicado fue no experimental, de corte transversal, la población fueron los ciudadanos peruanos usuarios de la Superintendencia Nacional de Migraciones en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, con una muestra de 300 usuarios. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta. Y llegó a la siguiente conclusión:

La institución educativa evaluar la calidad de la gestión pedagógica midiendo la práctica docente en el aula, considerando los criterios e indicadores de evaluación que se cuenta con el marco del buen desempeño docente propuesto por el Ministerio de Educación.

Existen una adecuación y contextualización del currículo de acuerdo al Proyecto Curricular Institucional, que logro las Competencias, capacidades, actitudes, en los estudiantes.

Se fomentó la capacitación y actualización de docentes, directores, así como diseñar estrategias para una Planeación didáctica en la práctica docente de la institución. Se realizan un seguimiento a los logros de aprendizaje óptimos necesario utilizando instrumentos, procedimientos y criterios de evaluación durante su práctica docente en el aula.

El uso de metodologías como los estudios de caso, la realización de proyectos, permiten a los estudiantes relacionar el conocimiento de la materia con la realidad y valorar las consecuencias de la toma de decisiones para con los demás y consigo mismos.

La calidad de gestión pedagógica en la práctica docente es fundamental en el uso de Materiales y recursos didácticos en las aulas con tecnologías de la información y la comunicación, con la participación de los agentes educativos en las actividades de la Institución estudiada.

**Peña, (2019)** desarrollo su tesis titulada *caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro multiservicios: “caso servicios múltiples galney” – en el distrito de tumbes, año 2019* para optar su título profesional de licenciada en administración, en la Universidad la Católica Los Ángeles objetivo de investigación: Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro multiservicios: “CASO SERVICIOS MÚLTIPLES GALNEY” – en el distrito de Tumbes, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no

experimental de corte transversal; con una población de una (01) empresa y con una muestra de 68 clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó que los clientes consideran que existe un involucramiento por parte de los trabajadores en este caso sus miembros de la familia quienes atienden, sea en el servicio que los clientes soliciten, proporcionalmente medio es el nivel de calidad de servicio frente a el cumplimiento de los objetivos empresariales, el ambiente se torna en ocasiones negativo, en donde los clientes perciben muchas veces discusiones entre los trabajadores, es por ello que su nivel de calidad es mediano, ofrecen un buen servicio en fotocopiado y tipeos pero cabe indicar que si se logra la satisfacción de cliente pero, al realizar las conclusiones respecto a las características se puede concluir que se aprecia limitada orientación respecto a los servicios ofrecidos en la empresa, frente a ellos por ser la única empresa en la localidad próxima, los clientes por necesidad acuden a ella.

Como bien menciona la autora que el clima laboral es muy importante para la empresa porque a falta de eso clientes se llevan una mala experiencia y eso hace que ya vuelva, pero si existe armonía entre los colaboradores habrá una excelente calidad de servicio hacia los consumidores.

**Ponce, (2017)** tesis para optar el título profesional de licenciada en administración cuyo título se denomina, *caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de pocollay, provincia y región de tacna periodo 2017*, en la Universidad los Ángeles de Chimbote Juliaca- Perú, menciona que la presente investigación tuvo como objetivo general, describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio

rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017, la investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental - transversal y descriptivo, para el recojo de información se contó con una muestra y población de 16 MYPE, a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 81.25% aplica una gestión de calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% considera como prioridad para determinar la calidad en su empresa la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes, el 75% considera la competitividad al momento de contratar personal, el 93.75% no realiza capacitaciones sobre atención al cliente, el 68.75% cree que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas y el 56.25% considera que sus empresas cuentan con un buen clima laboral. Finalmente, las conclusiones son: la mayoría de las MYPE encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y considera que la amabilidad y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

### **Antecedentes a Nivel local**

**Pillco, (2018)** realizo la investigación titulada: *sistema de gestión y la calidad de servicios publicos basicos en la municipalidad distrital de "pillco marca"- Huánuco, periodo 2017*, se ha planteado como como Objetivos Establecer de qué manera el sistema de gestión se relaciona con la calidad de servicios públicos básicos en la municipalidad distrital de "Pillco Marca. Objetivos específicos: Establecer de qué manera la gestión del conocimiento se relaciona con la calidad

de servicios públicos básicos en la municipalidad distrital de “Pillco Marca. La metodología El nivel de investigación es correlacional de tipo aplicada, caracterizado de qué manera el sistema de gestión se relaciona con la calidad de servicios públicos Por otra parte queda demostrada la hipótesis general: El sistema de gestión se relaciona significativamente al 28,18% con la calidad de servicios públicos básicos en la municipalidad distrital de “Pillco Marca. Paralelamente la hipótesis específica: En términos generales podemos señalar que el sistema de gestión de la municipalidad distrital de Pillco Marca se encuentra en un nivel regular con 50.1%, seguido de un 19.8% de manera mala, así mismo un 15.4% con pésimo nivel de prácticas de valores. Consecuentemente en términos generales podemos señalar que el nivel de calidad de servicios públicos básicos en la municipalidad distrital de Pillco Marca, el 55.2% de los encuestados considera que el servicio es regular, seguido de un 29.6% que considera buena, finalmente el 11.1% señala de mala la calidad de servicios públicos básicos.

**Malpartida, (2017)** realizó una investigación titulada: *satisfacción de los clientes y calidad del servicio bancario percibido en la agencia scotiabank Huánuco – 2017*, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración en la universidad nacional Hermilio Valdizan (UNHEVAL), en tal sentido objetivo de la investigación para determinar cómo se relaciona la satisfacción de los clientes y calidad del servicio bancario percibido en la agencia Scotiabank Huánuco, la metodología fue descriptiva correlacional, se mencionan definiciones básicas de varios autores sobre el desarrollo de los trabajos con calidad, citan que la calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto podrá ser fabricado para dar

satisfacción al cliente. Se aplicó un paradigma cuantitativo ya que se llevará a cabo una encuesta para obtener información acerca de la opinión y características del objeto de investigación, cabe resaltar que la encuesta se aplicará tanto para usuarios como para los clientes de la Agencia Scotiabank de la ciudad de Huánuco de las cual extrae las siguientes conclusiones:

El resultado obtenido, referente a la pregunta el personal de atención es suficiente para cubrir la demanda, por lo que manifiesta que no es suficiente y están en desacuerdo ya que la infraestructura es muy reducida por lo que determina de acuerdo.

**Calzada, (2017)**, realizo la investigación titulada: *“La ética profesional y la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito “señor de los milagros” – Huánuco 2017”*, tesis para optar su bachiller en la Universidad de Huánuco (UDH), como objetivo general Determinar de qué manera la ética profesional se relaciona con la calidad de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito “SEÑOR DE LOS MILAGROS” Huánuco 2017. La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo un nivel DESCRIPTIVO – CORRELACIONAL, que mide, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones y componentes del fenómeno a investigar El diseño de investigación del proyecto corresponde al diseño no experimental del tipo transversal. de las cuales se extrae las siguientes conclusiones:

Se ha determinado que la ética profesional se relaciona con la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito “SEÑOR DE LOS MILAGROS” - sede Huánuco 2017. En base a los resultados que muestra el grafico N° 19 donde se observa que el 60% de los encuestados respondieron que los trabajadores a veces laboran con ética profesional y un 40% que siempre; lo cual se relaciona con un

75% de los encuestados que a veces perciben la calidad de servicio que brinda la cooperativa. De tal manera podemos decir que casi todos los trabajadores si están laborando diariamente con ética profesional claro que no con frecuencia como debería de ser, y es por eso que la mayoría de los encuestados se sienten mediadamente satisfechos con la calidad de servicio que brinda la cooperativa; de acuerdo con este resultado se puede decir que no todos los trabajadores no tienen ética al realizar sus funciones en dicha empresa y es por eso que los clientes no pueden sentirse satisfechos por completo. Podemos concluir que la ética profesional se relaciona con la calidad de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito “SEÑOR DE LOS MILAGROS” - sede Huánuco 2017.

**Rosas, (2017)**, realizo una investigación titulada: *la evaluación del desempeño y la calidad de servicio en la financiera efectiva s.a. sede Huánuco 2017*, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración de empresas, en la Universidad de Huánuco, La presente investigación tiene por objetivo determinar de qué manera la evaluación de desempeño incide con la calidad de servicio en la Financiera Efectiva S.A. - sede Huánuco 2017, esta investigación es del tipo aplicada, el enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño transaccional y correlacional donde la variable independiente es la Evaluación de Desempeño, y la variable dependiente es la Calidad de Servicio. La población está conformada por todo el personal de la Financiera Efectiva S.A.” – de las cuales se extrae las conclusiones:

Se ha determinado que la evaluación de desempeño incide con la calidad de servicio en la Financiera Efectiva S.A. - sede Huánuco 2017. En base a los resultados que muestra el grafico N° 05 donde se observa que el 55.56 %, de los encuestados respondieron que los trabajadores siempre realizan su trabajo con

una clara definición de resultados esperados, con la menor cantidad de errores posibles, y un 38,89% frecuentemente, lo cual se incide con un 67,42% de los encuestados que siempre perciben una buena calidad de servicio que brinda la Financiera, en tal sentido podemos decir que en su mayoría los trabajadores laboran con una clara definición de resultados, evitando errores, garantizando de esa manera una mejor calidad de servicio. Podemos concluir que la evaluación de desempeño incide con la calidad de servicio, porque los porcentajes están casi en el mismo nivel, en la Financiera Efectiva S.A. Huánuco 2017, sin dejar de lado que hay un pequeño porcentaje de encuestados que no siempre lo hacen.

**Faustor, (2019)** realizaron una investigación titulada: *“nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de servicio en discotecas y karaokes en los distritos de Huánuco y amarilis – 2016”*, tesis para optar el título profesional de turismo, PSS en la Universidad de Huánuco. Y su objetivo general es Describir el nivel de satisfacción en la calidad de servicio en Discotecas y Karaokes en los distritos de Huánuco y Amarilis y los objetivos específicos Describir la Fiabilidad en la calidad de servicio en los centros nocturnos en discotecas y karaokes en los distritos de Huánuco y Amarilis. el tipo de investigación es aplicativo, enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y de diseño no experimental; lo cual está conformado por una población de 12'172.00 y la muestra está conformada por 262 personas. Para el análisis estadístico se hizo uso del SPSS. identificación hotelería y gastronomía, se extrae las siguientes conclusiones:

#### ELEMENTOS TAGIBLES:

- Un 40,5% considera que la zona de baile y los equipos multimedia son inadecuados.

- Un 39,7% considera que las instalaciones de descanso casi siempre son cómodas y agradables.
- Un 43,5% califica la comodidad del local al que asiste como regular.
- Un 34,7% a veces se siente cómodo con la limpieza de los servicios higiénicos.
- Un 37,8% casi siempre se siente cómodo con la música que ponen en el local al que asiste.

#### CAPACIDAD DE RESPUESTA:

- Un 45,4% opina que casi siempre le brindan una atención rápida y efectiva en el local al que asiste.
- Un 35,5% si tuvieron algún problema al momento de ser atendido casi siempre fue solucionado por el personal en el local al que asiste.
- Un 38,2% opinan que nunca le brindaron atención individualizada.
- Un 35,5% opina que casi siempre los empleados del local al que asisten le brindan la ayuda que necesita.

## 2.2. Bases teóricas de la investigación

### Calidad de Servicio

JURAN J.(1920) menciona. El principal foco en la gestión de la calidad era la calidad final, o productos acabados. Los instrumentos utilizados eran de la Campana de la aceptación del sistema de muestreo, planes de inspección, y las gráficas de control.

Debemos tener cuidado con el acabado del producto, para poder obtener la calidad final tenemos que seguir procedimientos y ser muy eficientes con dicho acto conseguiremos los resultados esperados.

Por otro lado, Seto (2004), afirma que: Los servicios por su propia naturaleza son más difíciles de estandarizar que bienes, ello no significa que no se deba intentar conseguir cierta estandarización en su proceso de estandarización en su proceso de prestación. Seguramente habrá algunos elementos de dicho proceso que serán más fáciles de estandarizar que otros. En muchos casos es necesario que la organización defina cuál es el protocolo que se va seguir en la prestación del servicio, para intentar eliminar en la medida de lo posible cierto grado de variabilidad en su resultado. De hecho, las empresas de servicio deberán ser capaces de proporcionar elementos que ayuden a tangibilizar su oferta, elementos que permitan mostrar cuál es la naturaleza y la calidad del servicio ofrecido; ya que el servicio mismo se manifiesta como algo incierto. En este sentido, aspectos como:

- a) Imagen de la Marca.
- b) Instalaciones cómodas y atractivas.
- a) La apariencia física del personal de contacto.

- b) La amabilidad con la que se recibe al cliente.
- c) El precio, etc.

Pueden ayudar a hacer más visible los servicios que ofrece la empresa. No olvidemos, además; que la mayoría de las veces el elemento que juega el papel más importante en ese proceso de tangibilización es el elemento humano: el personal de contacto con el cliente.

En ese mismo orden de ideas Zeithaml & Bitner, citado por Pontón., (2009), definen que la calidad en el servicio es como “una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibilidad”.

Por otra parte, FEIGENBAUM, (s.f.). Define que La calidad no significa mejor sino lo mejor para el cliente en servicio y precio. En cuanto el control de calidad la palabra control representa una herramienta de administración.

Nos menciona que la calidad es en el servicio y en el precio para su optimo mejoramiento en cuestión de la calidad, tener control es administrar en orden para obtener el éxito de la organización.

Del mismo modo, CROSBY, (1979). Define: La calidad es gratis en el cual concibe el gasto para asegurar la calidad de un producto como la inversión de mayor rentabilidad que una empresa pueda hacer, de tal forma que la calidad se paga sola con sus beneficios. De aquí su afirmación de que la calidad no cuesta, es gratis.

Nos da conocer que la calidad no tiene costo ninguno que es gratis y que solo se paga con sus beneficios y por lo tanto no cuesta nada aplicarlo.

### **Importancia de la calidad de servicio:**

Vargas; Valecillos & Hernández, (2013). afirma cual es la importancia que Existe consenso en que uno de los atributos que contribuye a determinar la posición y liderazgo de las organizaciones, en un contexto globalizado y tecnológicamente avanzado, tanto en el largo, mediano como en el corto plazo, es la calidad del producto o servicio que ofrecen. Resulta apenas obvio, que la opinión de los usuarios sobre la calidad del servicio, es fundamental para dichas organizaciones; en este sentido, cobra gran importancia la perspectiva del usuario en relación a las dimensiones percepción y expectativas. Las organizaciones prestadoras de servicios de salud no son ajenas a dicho escenario, en ellas recae la responsabilidad de la atención de la salud de la población y en este sentido, la calidad en la prestación de servicios, debe ser prioridad, Los usuarios valoran mucho el "tono" afectivo o calidez del encuentro, lo cual llega a tener para ellos un efecto curador: Ser atendido con educación por el médico... cuando el médico atiende bien al paciente, con mucha tranquilidad, el paciente se siente feliz, parece que la salud llega rápido... antes que el medicamento, (Delgado, Vázquez & Morales, 2010).

### **Teorías explicativas de calidad**

**Según Deming, (1989).** Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente.

**Según Crosby, (1988)** “Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para

determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”.

**Según Imai, (1998)** La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios. (p.10)

**Según Bou, (1997)** El proceso de medición de la calidad del servicio implica que dadas sus características se establezcan diferentes dimensiones de evaluación que permitan un juicio global de ella. Estas dimensiones son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los distintos objetos. (p. 251)

## **Servicio**

**Según Kotler** “un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra”. Por lo tanto, un servicio es esencialmente intangible y no se puede poseer. El servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente.

Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing, 2008).

“El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sean la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar,

desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional”. Lovelock, Christopher (1997).

Desde nuestro punto de vista el servicio es toda acción que realiza toda empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes como, por ejemplo, reparar televisión, llenar combustible a los vehículos, atender en un negocio y trabajar en un restaurant, etc. por ello el servicio es todo acto que realizan una persona a otra, para satisfacer a nuestros clientes.

### **Teorías explicativas de servicio**

**Según Stanton, Etzel & Walker. (2000)**, define a los servicios como el conjunto de actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción idónea para brindar a los clientes, así lograr su satisfacción de sus deseos y necesidades.

**Según Richard L. Sandhunsen**, los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultados la propiedad de algo.

**Según Lamb, Hair y McDaniel**, nos dice que el servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos u objetos. Lo cual se refiere a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

### **Dimensiones de calidad de servicio**

#### **Cordialidad**

Higuera, (2002) Expresa lo siguiente: “Me estoy convenciendo cada vez más de que la cordialidad, el calor humano, la amabilidad, la cercanía, la familiaridad, esas cualidades por todos deseadas cuando somos usuarios de la atención sanitaria o social, cuando están presentes, generan salud y dan eficacia a las

intervenciones. Su ausencia, en cambio, disminuye la eficacia de las intervenciones de los profesionales”.

En pocas palabras nos quiere hacer entender que es muy importante la cordialidad ya que ello ayuda bastante en la eficacia de una organización o empresa, cuando ponemos en práctica la cordialidad dentro de la organización hace que los consumidores se familiaricen con dicha organización.

Paredes, (2010) define que: “Es muy importante considerar que debe existir sinceridad ya que las frases amables los puede decir todo aquel que tenga un poco de educación, las palabras que decimos deben reflejar nuestro verdadero sentimiento hacia la persona. La palabra cordialidad en su etimología está referida al corazón, es decir, que aquello que se ofrece fluye de adentro hacia afuera, no es apariencia de sólo cumplir las meras normas de convivir o los buenos modales que también son importantes”

Se refiere que la cordialidad es muy importante y en ello debe de existir la sinceridad y tener una facilidad de palabras con frases amables y tener mucha educación no por cumplimiento, sino que esas palabras salgan del corazón y así los clientes saldrán contentos de dicha empresa.

Giraldo, (s.f) define que: “La cordialidad, es el valor que nos permite entablar y mantener buenas relaciones con los demás, es un sinónimo de amabilidad, que representa la manera de nosotros establecer unos principios internos que nos rijan al tratar a los demás de buena manera.”

Bueno nos aclara que la cordialidad nos sirve como un valor para entablar las buenas relaciones con las personas ya que ello nos indica ser amables y nos permite establecer nuestros propios principios en dicha organización y así cumplir nuestras metas trazadas.

## **Empatía**

Albiol, (2013) destaca en su libro que: “La empatía es una capacidad fundamental para desenvolvernó de forma adecuada en sociedad. Nos permite entender mejor a los otros y nos ayuda a alcanzar tanto el éxito personal en las relaciones con la familia y los amigos, como el profesional, favoreciendo que seamos más sensibles a las necesidades y deseos de aquellos con los que trabajamos.”

Define que la empatía nos ayuda a relacionarnos mejor con las personas que nos rodean ya que la empatía es ser amables y sensibles con la familia colegas de trabajo y con los trabajadores de la empresa eso sería una estrategia de la organización si lo ponemos en práctica.

GOLEMAN (s.f) Afirma que: “la empatía es una capacidad que se sienta en la conciencia emocional de uno mismo, constituye la habilidad popular fundamental”

Nos afirma que la empatía es una capacidad muy fundamental para una organización para constituir una habilidad fundamental para realizar con eficiencia en la empresa trabajando juntos en equipo y tratándonos empáticamente.

## **Tiempo de Entrega**

Vergara, (2018). Menciona con frases de amor sobre: “les digo palabras e imagino que escuchas que no están lejos, las pronuncio que aún me amas y esperas por mí, escondiéndonos como siempre para entregar nuestros sentimientos deseando que estos mensajes lleguen, vuelen a ti y se conviertan en sueños”

Nos quiere decir que el tiempo que se espera tiene un valor la cual no se puede recuperar por lo tanto debemos ser más eficientes en menos tiempo posible para atender a nuestros consumidores y así se vayan contentos en poco tiempo de espera.

HOWARD (s.f) Según Elizabeth nos afirma en la crónica hermoso “había echado tanto de menos volver a esta familia que se me ha hecho eterno el tiempo entre entrega y entrega, ciruela, por favor no tardéis tanto en ofrecernos la tercera entrega de los cazalet.”

Elizabeth en su libro nos menciona que el tiempo de espera es muy importante disminuir en una organización, porque a los consumidores no les gusta esperar ya que se desesperan esperando a que lo atiendan por esa misma razón tenemos que evitar que se de ese mismo hecho no hacer esperar.

### **Caracterización**

Según la real academia de la lengua española, define que la caracterización es establecer los aspectos o atributos de algo o de alguien, que se distinga mejor dicho que se diferencia de los demás, esto consiste que una empresa tiene que tener características únicas por la cual se tiene que diferenciar de los demás y ser único para ello se tiene que trabajar bastante.

ANORTE, (2017) menciona, las características que se tienen que cumplir para tener un buen servicio de calidad debemos seguir con los siguientes, cumplir los objetivos, servir para lo que se diseñó, ser el indicado para el uso, dar solución a las necesidades y brindar los resultados.

Con esto nos quiere decir que cada objetivo trazado se debe de cumplir, utilizar cada herramienta para lo que se diseñó en un momento necesario y atender las necesidades requeridas para mostrar los mejores resultados.

## **MYPES**

Según ILIMITADO, (2014), Nos menciona que, *las mypes es la unidad operada por una persona natural o jurídica bajo cualquier de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.*

Esta tiene la finalidad de desplegar actividades de comercializar bienes o prestar servicios con tal puede ser una persona natural o jurídica en cualquier tipo de organización.

Aviolo(s.f). Define que la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican, con esto nos quiere decir una MYPE es cuando ya genera empleo a la población y contribuye al crecimiento de la economía ya que cumple sus derechos y obligaciones con la SUNAT en la cual donde están ubicados, los negocios son la fuerza del emprendimiento que impulsa al crecimiento económico.

### **Importancia de las MYPE en la economía del país**

Según datos del Ministerio de Trabajo, “las MYPE brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45% del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú”, su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

La constitución de una MYPE resulta socialmente deseable, por la inversión que realiza en la localidad donde se instala. Esta inversión tiene, además, tres elementos adicionales:

- Generación de empleos directos (es decir dentro de la misma empresa) y empleos indirectos que se generan gracias a la presencia de ésta, como, por ejemplo, gracias a negocios como restaurantes, puestos de periódicos, venta de artesanías, construcciones metálicas, servicio de transporte de carga pesada entre otros.
- En segundo lugar, permite a través de la ampliación de la oferta, que se ofrezcan mejores productos y servicios a menores precios, es decir un mercado más competitivo
- En tercer lugar, hace posible que las personas tengan una actividad que les permita asumir retos y obtener logros, es decir desarrollarse a nivel personal-profesional.

### **Principales características de las MYPE**

Diversos autores, destacan que hay elementos característicos en el común de las micro y pequeñas empresas que las han llevado a ser negocios exitosos. Por ejemplo: una intuitiva percepción de las necesidades de los clientes, lo que implica estar enfocados en el mercado y, dado su tamaño, tener flexibilidad para adaptarse a las nuevas circunstancias rápidamente; la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, aún de experiencias negativas o limitaciones que les impidieron continuar con la normalidad; la creatividad y desarrollo gradual de habilidades personales que les permiten diseñar soluciones de negocios que

corresponden a su disponibilidad efectiva de recursos; el trabajo duro y la persistencia, dedicando en muchos casos cerca de 15 horas diarias al negocio y no dejarse vencer por los problemas, y el apoyo de grupos de referencia, especialmente de los familiares más cercanos, durante el inicio o las crisis del negocio. Entre las características comerciales y administrativas de las MYPE encontramos:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- Su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

### **Régimen tributario en las Mypes.**

Las Mypes tienen la opción de acogerse al régimen único simplificado (RUS) o al régimen especial del impuesto a la renta (RER).

Magaly B. (2013). En caso del RUS debe ser una persona natural con negocio por ejemplo alguien que tiene una bodega farmacia o ferretería y que cuyos ingresos del año anterior no superen S/. 360,000.00 y cuando el valor de sus activos fijos afectados a su actividad (sin considerar los predios vehículos que se requieran para el desarrollo del negocio) no superen los 70,000.00 soles. Y por último siempre que realice sus actividades económicas en una sola unidad de explotación.

El impuesto que se paga tiene 5 categorías (de S/. 20 a S/. 600 al mes) y reemplaza al impuesto a la renta y al IGV. Página Pequeña empresa: de uno (1) hasta diez (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT). Magaly B. (2013).

### **2.3.Marco conceptual o referencial**

#### **Régimen tributario en las Mypes.**

Las Mypes tienen la opción de acogerse al régimen único simplificado (RUS) o al régimen especial del impuesto a la renta (RER).

#### **Empatía**

“La empatía es una capacidad fundamental para desenvolvemos de forma adecuada en sociedad”.

#### **Tiempo de Entrega**

Nos quiere decir que el tiempo que se espera tiene un valor la cual no se puede recuperar por lo tanto debemos ser más eficientes en menos tiempo posible para atender a nuestros consumidores y así se vayan contentos en poco tiempo de espera.

#### **Cordialidad**

Es muy importante la cordialidad ya que ello ayuda bastante en la eficacia de una organización o empresa, cuando ponemos en práctica la cordialidad dentro de la organización hace que los consumidores se familiaricen con dicha organización.

**calidad de servicio:**

Resulta apenas obvio, que la opinión de los usuarios sobre la calidad del servicio, es fundamental para dichas organizaciones; en este sentido, cobra gran importancia la perspectiva del usuario en relación a las dimensiones percepción y expectativas.

### **III. Hipótesis**

FRANCO, (2014) Menciona que no todas las investigaciones plantean hipótesis, eso depende de dos factores importantes: son el enfoque de estudio y el alcance inicial. Y también como lo menciona Fidias en el año 2012 Confirma lo mismo que no todas las investigaciones tienen hipótesis por lo que se van describir ciertas variables que no se establece hipótesis.

## **IV. Metodología**

### **4.1. El tipo de Investigación**

En la presente investigación vamos a determinar las características de la calidad de servicio, es por ello esta investigación esta enmarca en tipo descriptivo, donde precisaremos que la investigación descriptiva y explicativo, lo cual se utiliza, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, lo más importante es que nos permite plantear lo relevante y la explicativa buscara explicar las causas originaron la situación analizada.

**Según Tamayo (2014).** En su libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente” (Pág. 35).

### **4.2. Diseño de la investigación.**

El diseño de la investigación/es transversal/ no experimental

**Transversal** (Collado, 2014) menciona que recolectan datos en un solo momento en un tiempo único Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (pag.154).

**No experimental** (sampie, 2014) menciona que es investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (pág. 152)

### 4.3. Nivel de la Investigación

La investigación descriptiva está a nivel correlacional se encarga fundamentalmente de analizar la relación de ambas variables, como las características de la población que se investiga, este nivel de investigación suele ser muy utilizado, porque permite describir la realidad de las situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades lo cual se pretende investigar su problemática. Así mismo el investigador debe definir sus análisis y los procesos de acuerdo a las principales etapas a seguir, como son: definir el tema de investigación y examinar sus características, técnica de recolección de información.

Descriptivo porque buscará medir la variable de estudio, para describir en los términos deseados (Hernández, R. y Baptista, (2006:326).

### 4.4. Población y muestra

**Población:** La población de la presente investigación estará dirigida a los representantes de la frutería Falcón, por ello nuestra población queda definida de la siguiente manera:

Mi población estuvo conformada de la MYPE Falcón considerando la población  $N=1$ . (Sampiere, 2014) define que el universo debe ser lo más exhaustivo posible. Después, se consulta a investigadores familiarizados con la variable para ver si el universo es verdaderamente exhaustivo. Se seleccionan los ítems bajo una cuidadosa evaluación, uno por uno. Y si la variable está compuesta por diversas dimensiones o facetas, se extrae una muestra probabilística de reactivos, ya sea al azar o estratificada (cada dimensión constituiría un estrato). (pag.208)

Por otro lado, (RONAL BALTAZAR, 2011) define que son. Conjunto de todos los elementos que forman parte del espacio territorial al que pertenece el problema de investigación y poseen características mucho más concretas que el universo.

**Muestra:** La muestra es un subconjunto de componentes de estudios específicos, que el investigador escoge con el propósito de alcanzar una información precisa que determina al colectivo según (silva,2006). Por lo tanto, se va a aplicó la investigación a una muestra total dada por  $n=5$  encuestados.

La muestra fue **No probabilística** ya que estuvo compuesta por el estudio de caso de una micro empresa y fue aplicada a los representantes de la Mype frutería Falcón.

(sampie, 2014) En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (pág. 176)

#### 4.5. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición	Dimensiones	Definición	indicadores	Ítems	Escala de medición
<b>Calidad de servicio</b>	Juran (1973) define a la calidad como la adecuación al uso, además considera que la opinión del usuario es la que indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio. Juran aplicó a la calidad dos significados diferentes: característica y ausencia de defectos.	<b>Cordialidad</b>	Higuera, (2002) menciona que la cordialidad, el calor humano, la amabilidad, la cercanía, la familiaridad, esas cualidades por todos deseadas cuando somos usuarios de la atención sanitaria o social,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buen trato</li> <li>- Respeto</li> <li>- Amabilidad</li> </ul>	1. ¿usted recibe un buen trato de parte de los clientes en la mype frutería Falcón?	Nominal
					2. ¿usted como colaborador trata con respeto a los consumidores en la mype frutería Falcón?	Nominal
					3. ¿cree usted que la amabilidad es fundamental en la mype frutería Falcón?	Nominal
		<b>Empatía</b>	Bermejo, (2011) define la empatía es la actitud que regula el grado de implicación emocional con la persona a la que queremos comprender	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena atención</li> <li>- Generosidad</li> <li>- servicial</li> </ul>	4. ¿Esta se acuerdo con la calidad de atención que se brinda en la mype Falcón?	Nominal
					5. ¿Usted como colaborador demuestra su generosidad con las personas consumidores de la mype frutería Falcón?	Nominal
					6. ¿usted como trabajador es servicial con los clientes cuando realiza sus compras en la mype frutería Falcón?	Nominal
		<b>Tiempo de entrega</b>	Vermorel, (2014) define uno de los factores claves a tener en cuenta para lograr optimizar el inventario. Esta perspectiva generalmente resulta ser muy útil para minoristas y mayoristas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad</li> <li>- Puntualidad</li> </ul>	7. ¿usted cómo representante del negocio le atiende con responsabilidad a sus consumidores en la mype frutería Falcón?	Nominal
					8. ¿usted como parte de la mype frutería Falcón brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores?	Nominal

Fuente: elaboración propia

#### 4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

##### **Técnica**

Esta técnica es muy utilizada en todo campo de la investigación para la recolección de datos, para ello emplearemos diferentes estrategias para obtener la información, como son la observación en el lugar, análisis documental y análisis de contenido. Esta técnica nos permitirá verificar el problema planteado en nuestra investigación.

Es un procedimiento dentro de los diseños de investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario, en la investigación aplicamos una encuesta a 5 representantes de la MYPE Falcón, respecto a la Calidad del Servicio en la ciudad de Huánuco.

(Sampieri, 2014) menciona que se utiliza en este trabajo de investigación aplicando el enfoque cuantitativo a los resultados de la investigación, también es un cuestionario, pero la intención del resultado es diferente. Esta investigación pretende mediante la encuesta medir las actitudes de las personas entrevistadas; en este caso concreto.

**Instrumentos:** Recolección de datos e informaciones de la investigación para poder realizar el cuestionario de la cual constara de 8 preguntas relevantes de la calidad de servicio en la frutería Falcón de la ciudad de Huánuco del 2019.

Esta información se recopila entre una muestra representativa de la población objeto de evaluación. El cuestionario abarca preguntas sobre la Calidad del Servicio con el objetivo de obtener la información correspondiente para aplicar en los resultados

(urbina, s.f.) define los instrumentos son las diferentes formas en que una investigación puede llevarse a cabo.

#### 4.7. Plan de análisis

Para dicho análisis de los datos que han sido recolectados de esta investigación se usó la técnica descriptiva para poder analizar las frecuencias absolutas, relativas y porcentajes a través de los gráficos estadísticas de los variables que se utilizó en los variables de estudio el SPSS versión 25.

- **Ordenamiento y clasificación:** Esta es una técnica que se aplica para conocer la información cualitativa y descriptiva en forma ordenadamente.
- **Registro Manual:** Esta técnica se aplica para digitar la información de fuentes diferentes.
- **Proceso computarizado Excel:** esta herramienta se utiliza para establecer diversos cálculos estadísticos de provecho para la investigación.

**Proceso computarizado SPSS:** para digitar, procesar y analizar los datos obtenidos para la investigación.

## 4.8.MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>Tema: “CARACTERIZACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE FRUTERIA FALCON, EN LA CIUDAD DE HUANUCO, 2019”</b>						
<b>Enunciado del problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Metodología</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
¿Qué características tiene la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020?	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las características de la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020.</p> <p><b>OE.1</b> Determinar la cordialidad en la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020.</p> <p><b>OE.2.</b> Determinar la empatía en la calidad de servicio en la MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020.</p> <p><b>OE.3.</b> Definir el tiempo de entrega en la calidad de servicio en el MYPE frutería falcón en la ciudad de Huánuco, 2020</p>	<b>Variable 1</b> calidad de servicio	FRANCO, (2014) Menciona que no todas las investigaciones plantean hipótesis, eso depende de dos factores importantes: son el enfoque de estudio y el alcance inicial. Y también como lo menciona Fidias en el año 2012 Confirma lo mismo que no todas las investigaciones tienen hipótesis por lo que se van describir ciertas variables que no se establece hipótesis.	<p><b>Tipo de investigación</b> El tipo de investigación es cuantitativo</p> <p><b>Nivel de investigación</b> El nivel de la investigación es descriptivo</p> <p><b>Diseño de la investigación</b> El diseño de la investigación/es transversal / no experimental</p>	<p><b>población</b> La población está conformada de mype frutería Falcón N=1.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra está conformado por los trabajadores de la Mype Frutería Falcón n=5.</p>	<p><b>Técnica</b> Cuestionario</p> <p><b>Instrumento</b> Encuesta</p>

Fuente: elaboración propia

#### **4.9.Principios éticos**

Aprobado por el acuerdo del consejo universitario con resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH católica, de fecha 16 de agosto del 2019

**Protección a las personas:** Los individuos en toda la investigación es el fin y no es el medio, por ello necesita ser protegido un cierto grado, por lo tanto, se determina de acuerdo al riesgo en que incidan y la posibilidad de que alcancen un beneficio.

**Cuidado con el medio ambiente y la biodiversidad:** Todas las investigaciones que se involucran el medio ambiente, como las plantas y animales, tienen el deber de tomar medidas para evitar daños, por lo tanto, las investigaciones deben de respetar la dignidad de los animales y cuidar el medio ambiente por encima de los fines científicos.

**Libre participación y derecho a estar informado:** todas las personas que realicen una investigación tienen el derecho de estar bien instruidos sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan o en la que participan.

**Beneficencia no maleficencia:** es cuando se debe de asegurar el bienestar de los individuos que participan en las investigaciones, por lo tanto, el comportamiento del investigador tiene que responder a las siguientes reglas generalizadas: no causar ningún daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

**Justicia:** El que investiga tiene que ejercer un juicio razonable, y debe de tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus limitaciones de su capacidad y su conocimiento, no den lugar a las practicas injustas.

**Integridad científica:** la rectitud se debe regir no solo la actividad científica del investigador, sino debe de ampliar a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional, la integridad del investigador es relevante en función de las normas deontológicas, la cual se evalúan los daños, los riesgos y beneficios que pueden afectar el curso de un estudio.

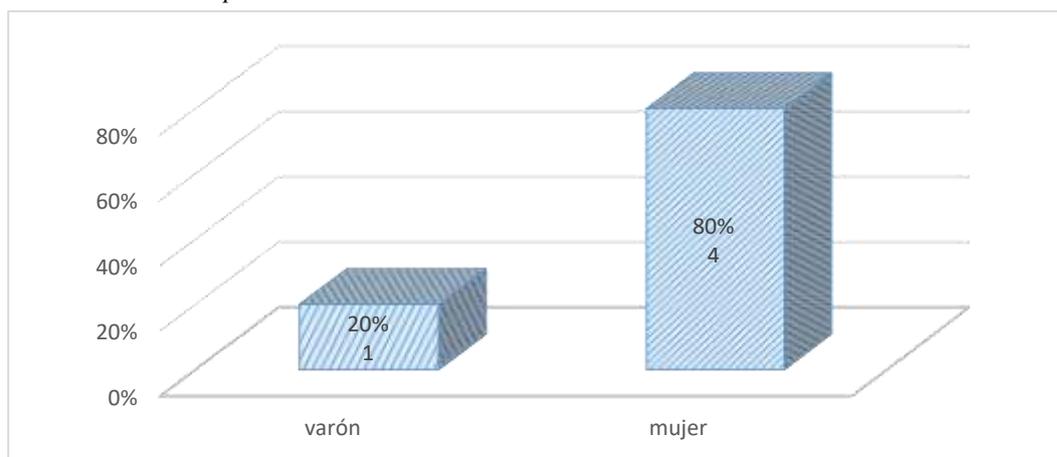
## 5. RESULTADOS

### 5.2.Resultados

**Tabla 1:genero**

	N	%
varón	1	20,0
mujer	4	80,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura: 1 genero**

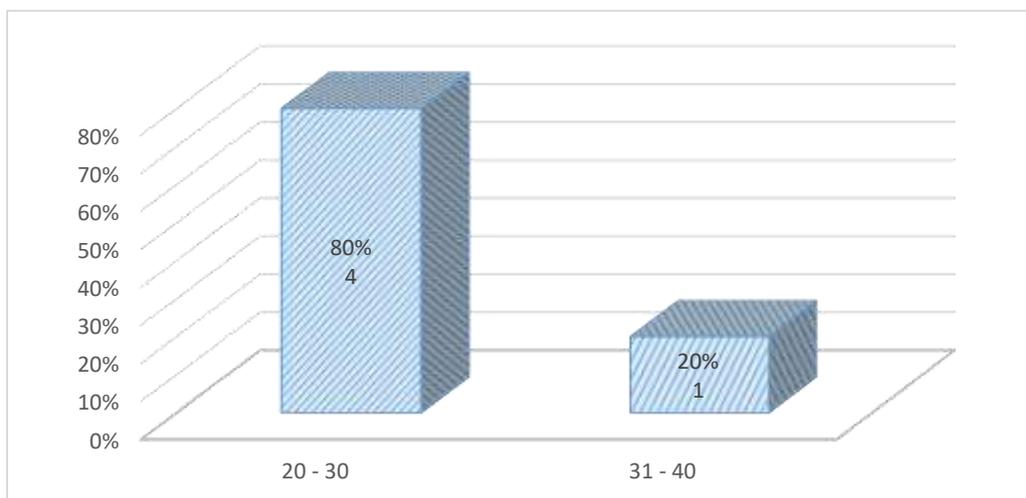
*Elaboración: propia*

Se observa en la Tabla N° 001 y Grafico N° 001, para nuestra realización de nuestro cuestionario fueron 5 trabajadores de la MYPE falcón, de las cuales el 80% fueron mujeres, y el 20% de varones haciendo un total del 100% de encuetados.

**Tabla 2:edades**

	N	%
20 - 30	4	80,0
31 - 40	1	20,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE "Frutería Falcón"



*figura: 2 edades*

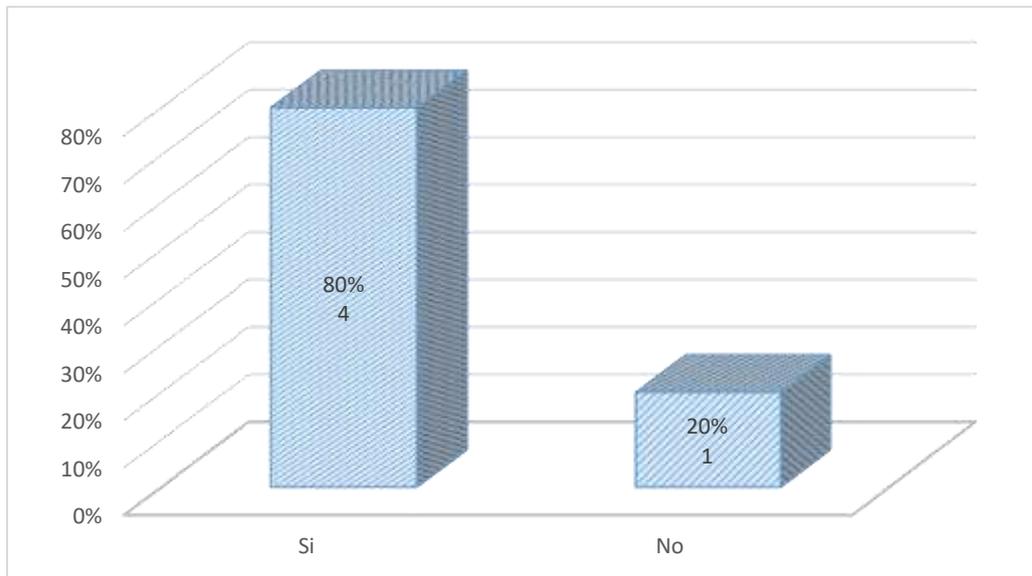
*Elaboración: propia*

Se observa en la Tabla N° 002 y Grafico N° 002, los encuestados fueron de las edades (31 – 40) haciendo un 20%, y la mayoría es de la edad de (20 – 30) haciendo un 80%, para nuestra encuesta.

**Tabla 3:** ¿usted recibe un buen trato de parte de los clientes en la mype frutería Falcón?

	N	%
Si	4	80,0
No	1	20,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura:** 3 buen trato

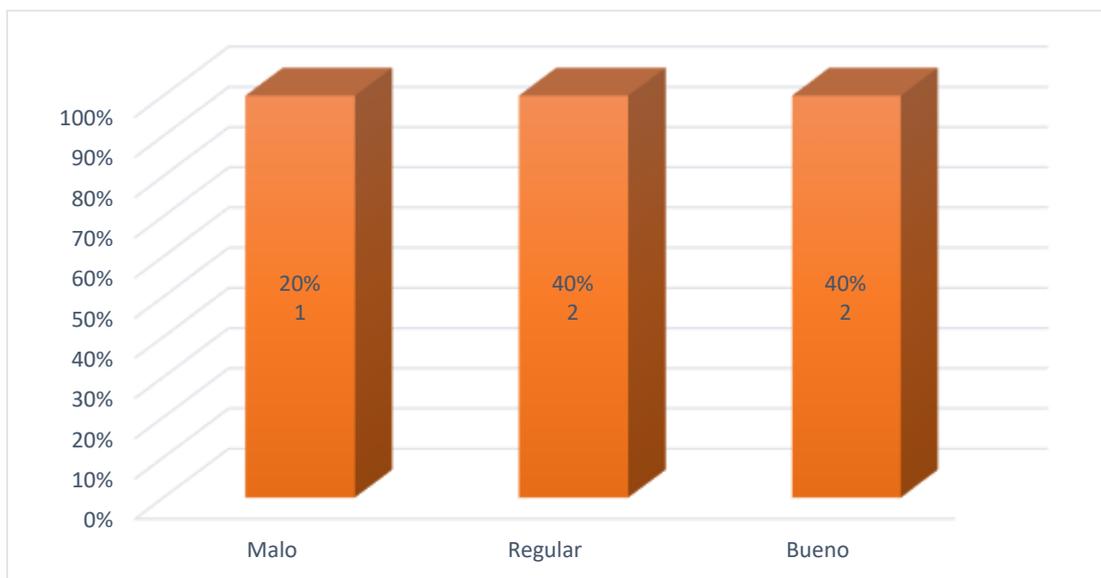
*Elaboración: propia*

Se observa en la Tabla N° 003 y Grafico N° 003, Se observa que el 20% no recibe un buen trato de parte de los clientes, mientras que el 80% si recibe un buen trato de parte de los clientes.

**Tabla 4:** ¿usted como colaborador trata con respeto a los consumidores en la mype frutería Falcón?

	N	%
Malo	1	20,0
Regular	2	40,0
Bueno	2	40,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



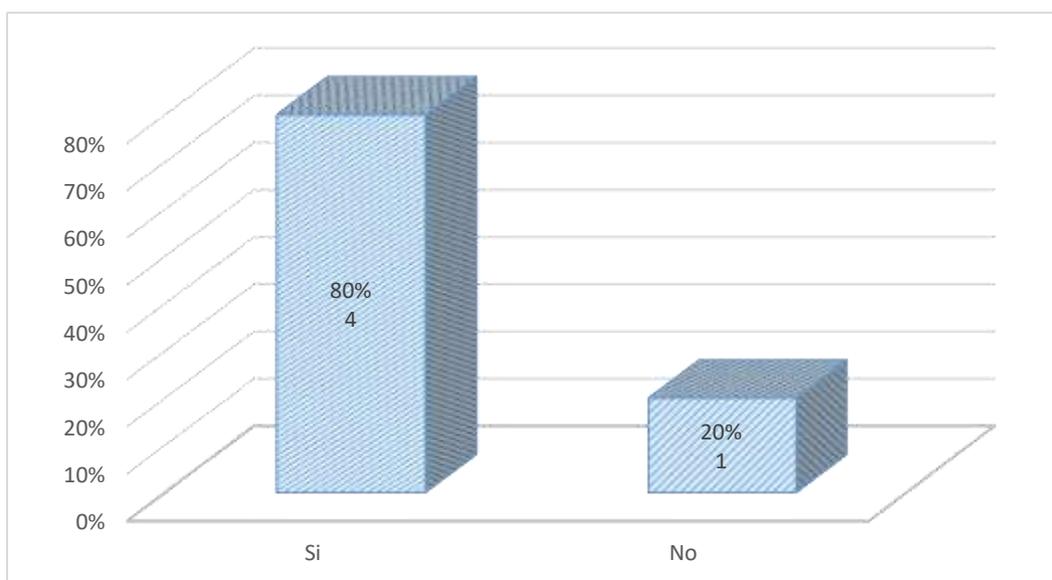
**figura:** 4 respeto a los consumidores  
Elaboración: propia

Se observa en la Tabla N° 004 y Grafico N° 004, bueno 40% manifiestan como colaborador trata con respeto a los consumidores el 20% considera regular, como colaborador trata con respeto a los consumidores, para 20% tiene un trato Malo, como colaborador con respeto a los consumidores.

**Tabla 5:** ¿cree usted que la amabilidad es fundamental en la mype frutería Falcón?

	N	%
Si	4	80,0
No	1	20,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura:** 5 la amabilidad es fundamental

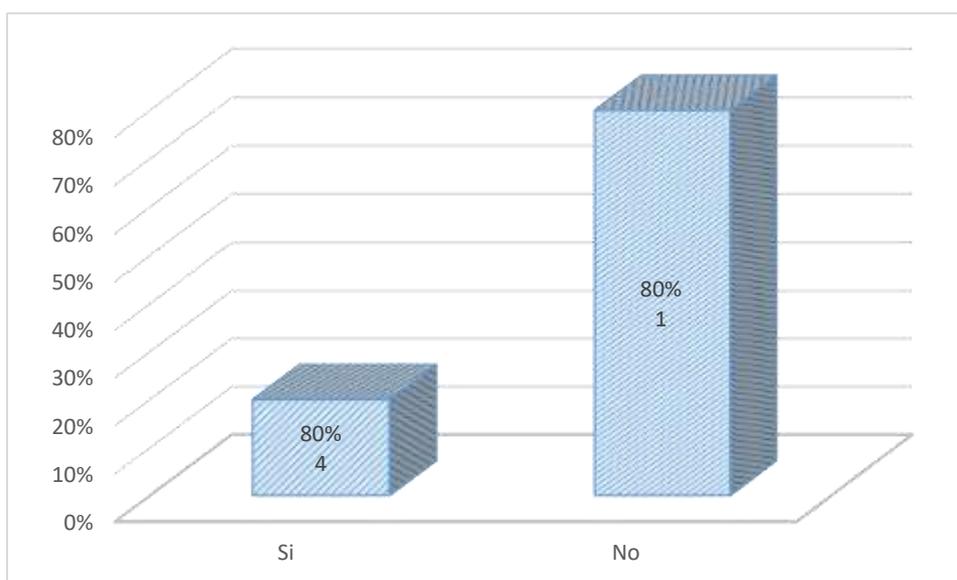
Elaboración propia

Se observa en la Tabla N° 005 y Grafico N° 005, Se observa que el 20% no es importante la amabilidad, mientras que el 80% si es fundamental la amabilidad para la frutería falcón.

**Tabla 6:** ¿Esta se acuerdo con la calidad de atención que se brinda en la mype Falcón?

	N	%
Si	1	20,0
No	4	80,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura: 6** calidad de atención

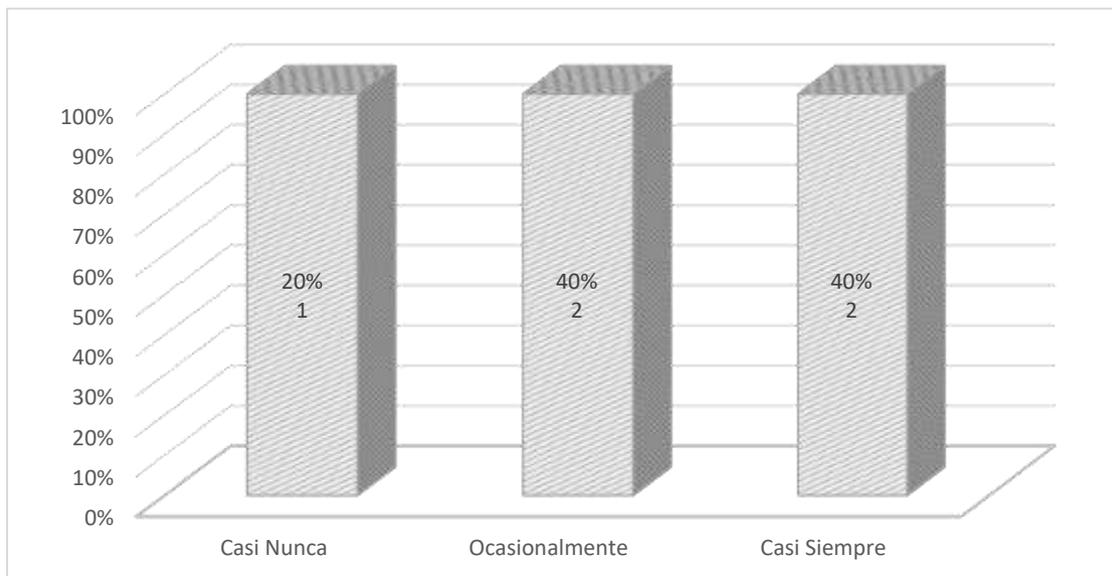
*Elaboración propia*

Se observa en la Tabla N° 006 y Grafico N° 006, Se observa que el 80% no están de acuerdo con la calidad de atención que se brinda, mientras que el 20% si están de acuerdo con la calidad de atención que se brinda, aquí observamos que existe una falencia por parte de la frutería falcón.

**Tabla 7:** ¿Usted como colaborador demuestra su generosidad con las personas consumidores de la mype frutería Falcón?

	N	%
Casi Nunca	1	20,0
Ocasionalmente	2	40,0
Casi Siempre	2	40,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura:** 7 demuestra generosidad

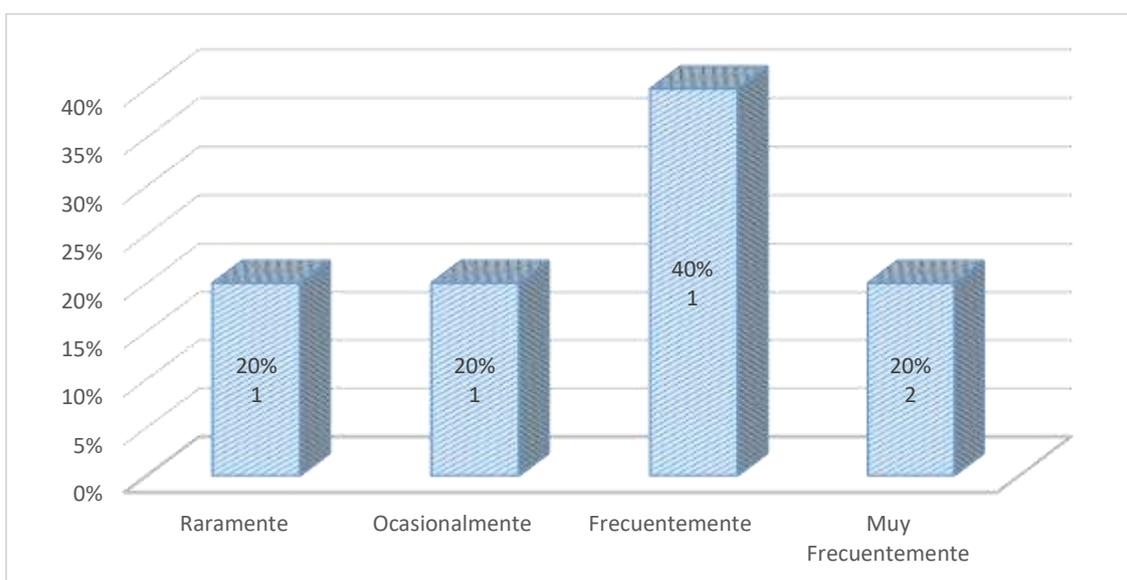
*Elaboración: propia*

Se observa en la Tabla N° 007 y Grafico N° 007, casi siempre 40% manifiestan como colaborador demuestra su generosidad con las personas consumidores el 20% considera ocasionalmente, como colaborador demuestra su generosidad con las personas consumidores, para 20% casi nunca, como colaborador demuestra su generosidad con las personas consumidores.

**Tabla 8:** ¿usted como trabajador es servicial con los clientes cuando realiza sus compras en la mype frutería Falcón?

	N	%
Raramente	1	20,0
Ocasionalmente	1	20,0
Frecuentemente	2	40,0
Muy Frecuentemente	1	20,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura:** 8 servicial con los clientes

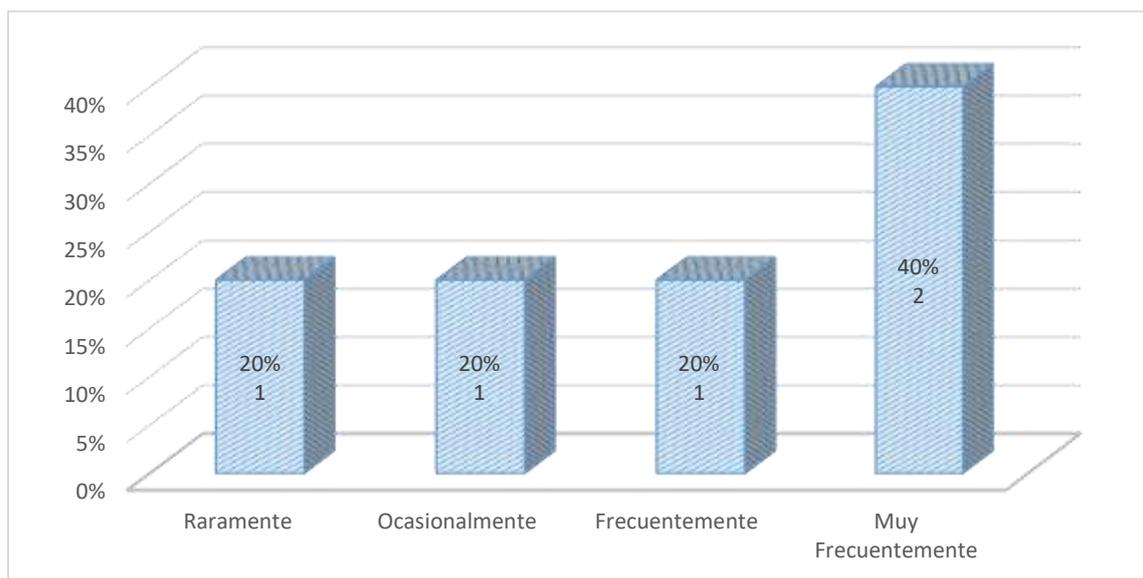
*Elaboración: propia*

Se observa en la Tabla N.º 008 y Gráfico N.º 008, muy frecuentemente 20% manifiestan como trabajador es servicial con los clientes cuando realiza sus compras el 40% considera frecuentemente como trabajador es servicial con los clientes cuando realiza sus compras para 20% ocasionalmente es importante, para 20% raramente es servicial con los clientes cuando realiza sus compras.

**Tabla 9:** ¿usted cómo dueña del negocio comprende las necesidades específicas de sus consumidores en la mype frutería Falcón?

	N	%
Raramente	1	20,0
Ocasionalmente	1	20,0
Frecuentemente	1	20,0
Muy Frecuentemente	2	40,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura: 9** como dueña

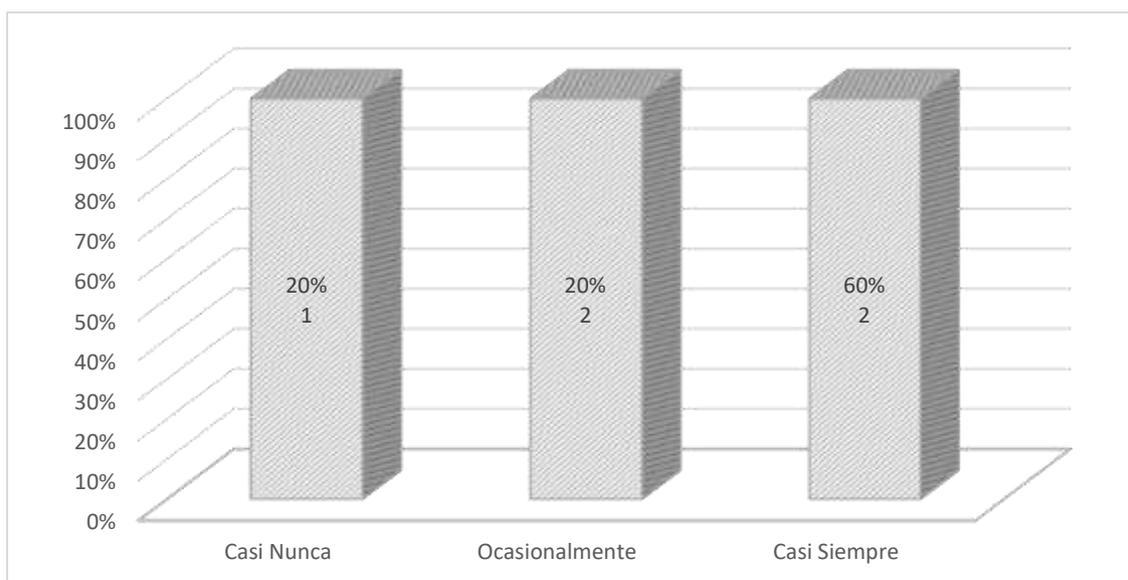
*Elaboración: propia*

Se observa en la Tabla N° 09 y Grafico N° 09, muy frecuentemente 40% manifiestan cómo dueña del negocio comprende las necesidades específicas de sus consumidores el 20% considera frecuentemente, cómo dueña del negocio comprende las necesidades específicas de sus consumidores, para 20% ocasionalmente importante, para 20% raramente cómo dueña del negocio comprende las necesidades específicas de sus consumidores.

**Tabla 10:** ¿usted como parte de la mype frutería Falcón brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores?

	N	%
Casi Nunca	1	20,0
Ocasionalmente	1	20,0
Casi Siempre	3	60,0
Total	5	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Frutería Falcón”



**figura: 10** servicio rápido

*Elaboración: propia*

Se observa en la Tabla N.º 010 y Grafico N° 010, casi siempre 60% manifiestan que brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores el 20% considera ocasionalmente, brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores, para 20% casi nunca, brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores.

### 5.3. Análisis de resultados

Respecto al objetivo general qué características tiene la calidad de servicio en la mype frutería falcón de la ciudad de Huánuco, este resultado coincide con (Peña Morán, 2019) se concluyó que los clientes consideran que existe un involucramiento por parte de los trabajadores en este caso sus miembros de la familia quienes atienden, sea en el servicio que los clientes soliciten, proporcionalmente medio es el nivel de calidad de servicio frente a el cumplimiento de los objetivos empresariales, el ambiente se torna en ocasiones negativo, en donde los clientes perciben muchas veces discusiones entre los trabajadores, es por ello que su nivel de calidad es mediano, ofrecen un buen servicio en fotocopiado y tipos pero cabe indicar que si se logra la satisfacción de cliente pero, al realizar las conclusiones respecto a las características se puede concluir que se aprecia limitada orientación respecto a los servicios ofrecidos en la empresa, frente a ellos por ser la única empresa en la localidad próxima, los clientes por necesidad acuden a ella.

Como bien menciona la autora que el clima laboral es muy importante para la empresa porque a falta de eso clientes se llevan una mala experiencia y eso hace que ya vuelva, pero si existe armonía entre los colaboradores habrá una excelente calidad de servicio hacia los consumidores.

Respecto al objetivo específico 1 la cual es determinar la cordialidad que se encuentra como indicador el buen trato, respeto y la amabilidad en la mype frutería Falcón según nuestros resultados En el gráfico y tabla 4 y 6 se llegó al resultado: usted como colaborador trata con respeto a los consumidores y la calidad de atención en la mype frutería Falcón, el sí 80% y el no 20%, este resultado coincide con en Blanca García (2013). El estudio concluye en que la empresa, aun siendo nueva presenta algunas

estrategias relacionadas a las 7P s, como el servicio, los precios competitivos, colocación de productos de calidad y funcionalidad a sus clientes. Sin embargo, requiere de la aplicación de nuevas estrategias para mejorar la calidad de sus servicios y lograr introducirse en otras regiones.

Respecto al objetivo específico 2 determinar la empatía que, como sus indicadores esta la buena atención, generosidad y el ser servicial en la mype frutería falcón, en tabla y gráfico 8 y 9 podemos afirmar trabajador es servicial con los clientes cuando realiza sus compras en la mype frutería Falcón, casi siempre 40% y el 20% frecuentemente, esto coincide con lo que dice (MEDINA, 2019), El cliente, encargado de juzgar a la compañía, se ha vuelto vital en el momento de aprobar o rechazar un servicio. En el sector de los servicios, la calidad depende de la percepción que el cliente tenga de la compañía. En la Cooperativa de caficultores del norte del Cauca (Cafinorte), el caficultor, como asociado, es el encargado de juzgar el servicio recibido. Es importante la opinión del consumidor ya que el da el punto crítico valorativo o en casos destructivos para ello la organización tiene que ganársela la confianza del cliente y así tenga una buena percepción.

Respecto al objetivo específico 3 la cual es definir el tiempo de entrega en la calidad de servicio que como indicador se encuentra la responsabilidad y la puntualidad tabla y gráfico 10 podemos afirmar en la frutería Falcón brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores, muy frecuentemente 40% frecuentemente el 20%, ocasionalmente 20% y raramente el 20% esto coincide con lo que dice el Hernao y Sierra (2013), El estudio concluye en que el sector gastronómico se encuentra en todo su apogeo y que el servicio al cliente es el principal objetivo en la búsqueda del éxito en este sector ya que permite crear “barreras de salida” las cuales están basadas en la satisfacción y la

superación de las expectativas, por ende, establece que se elevará los niveles de fidelización y retención de los clientes.

## 6. Conclusiones

### **Respecto a la dimensión Características Generales de Calidad de Servicio:**

- Se identificó que las características generales que los clientes consideran que existe cumplimiento de los objetivos por parte del personal, estando dispuestos a servir mediante el adecuado uso de los servicios que brinda la frutería, además el personal está presto a solucionar todo tipo de problema y conflictos, es por ello que siempre existe participación, orientación adecuada y por ende los resultados son positivos.

### **Respecto a la dimensión Características Específicas de Calidad de Servicio:**

- Se identificó que las características específicas que los clientes consideran que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad generando formalidad en el servicio de atención, además existe colaboración y trabajo en equipo por parte de cada uno de los integrantes del personal, con optimismo y de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal.

## **7. Recomendaciones**

Incentivar a los colaboradores con palabras motivadoras como por ejemplo” yo espero de ti muchos de lo que crees” y reconocerlo por su buen trabajo y así crear un buen clima laboral e incrementar su empatía hacia los consumidores.

Del mismo modo como incentivamos a los colaboradores también se puede incentivar a los clientes, implementando estrategias promociones y técnicas para poder conservar captar más consumidores por ejemplo brindándole un valor agregado por sus compras y parcialmente crear un vínculo de confianza.

Impulsar a los dueños del negocio a conocer sus competencias e efectuar estrategias del como el tiempo de entrega y tener cordialidad lo que las demás empresas no consideran del mismo modo se les recomienda que cuenten con una misión y visión hacia sus planes del futuro ya sea de medio o largo plazo como emprendedor para que así puedan generar ganancias y poder confrontar a las dificultades y adversidades o a los nuevos cambios del mercado.

Perfeccionar y capacitar a los colaboradores acerca de la importancia que tiene la calidad de servicio en el negocio ya que este tipo de sistema cumple un papel muy fundamental y demanda mucho compromiso tanto para los colaboradores y los dueños del negocio, a su vez tiene una finalidad de conceder un mejor servicio al cliente, incluso se les sugiere a los dueños tener más conocimiento sobre los términos calidad y marketing particularmente no solo se trata en promocionar o producir más ventas, del mismo modo también es necesario realizar un estudio de mercado cada cierto tiempo con una única intención de recopilar las necesidades o corregir los defectos que se pueda tener tanto en el producto y la atención.

Del mismo modo se le sugiere mantenerse en constante innovación tanto con la tecnología y diversificación con los productos y la infraestructura y en las necesidades del mercado

y del cliente del negocio realizando publicidad por las redes sociales ya que hoy en día la gran mayoría de La población tienen más acceso a la tecnología que es el internet para que los consumidores se sientan cómodos y seguros y obtengan una satisfacción al consumir en dicho negocio.

## Bibliografía

Albiol, L. M. (2013). *LA EMPATIA: ENTENDERLA PARA ENTENDER A LOS DEMAS.* BARCELONA: plataforma.

ANDER. (1992). *BLOGSPOT*. Obtenido de <http://devnside.blogspot.com/2017/10/tipos-y-niveles-de-investigacion.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20se%20bas,a,contrastadas%20a%20partir%20de%20hip%C3%B3tesis>.

ANIORTE. (2017). *CARACTERISTICAS DEL SERVICIO DE CALIDAD*. blogspot.

aviolo, b. (s.f.). *Factores que Limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el peru (MYPES)*. CENTRUM CATOLICA.

bermejo, j. c. (2011).

Calzada Espinoza, M. d. (2017). *LA ÉTICA PROFESIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "SEÑOR DE LOS MILAGROS" – HUÁNUCO 2017*. Huanuco, Peru. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/418>

Collado, C. F. (2014). *metodologia de la investigacion*. mexico: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

CROSBY, P. B. (1961).

CROSBY, P. B. (1979). Obtenido de <http://200.23.113.51/pdf/24787.pdf>

Faustor Montoya, K. A. (2019). *NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN DISCOTECAS Y KARAOQUES EN LOS DISTRITOS DE HUÁNUCO Y AMARILIS – 2016*. huanuco, peru. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/205>

FEIGENBAUM. (s.f.). Obtenido de <http://200.23.113.51/pdf/24787.pdf>

FRANCO, Y. (1 de JULIO de 2014). *blogspot*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/07/como-se-debe-citar-un-blog-como.html>

Giraldo, K. (s.f.). Obtenido de <https://www.kathegiraldo.com/cordialidad/>

GOLEMAN, D. (s.f.). INTELIGENCIA EMOCIONAL.

Higuera, J. C. (2002).

Higuera, J. C. (2002). *cordialidad*. Obtenido de <https://www.josecarlosbermejo.es/cordialidad/#:~:text=Cordialidad%2C%20como%20es%20obvio%2C%20viene,%2C%20cari%C3%Bloso%2C%20puro%2C%20franco.>

HOWARD, E. J. (s.f.). TIEMPO DE ESPERA .

ILIMITADO, D. (01 de SETIEMBRE de 2014). *blogspo*. Obtenido de <http://mypeyss.blogspot.com/2014/08/concepto-titulo-valor.html>

ISHIKAWA, K. (1949).

Joannès Vermorel. (noviembre de 2014). *lokand*. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/lead-time-definicion-y-formula>

Juran, D. J. (s.f.). *HERRAMIENTA DE ANLISIS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD*. Obtenido de <https://mejoradelacalidad-victortorcuato.weebly.com/124-joseph-moses-juran.html#:~:text=Juran%20define%20a%20la%20calidad,caracter%C3%ADstica%20y%20ausencia%20de%20defectos.>

JURAN, J. (1920). *WIKIPEDIA*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Juran#cite\\_note-Selden\\_1997-6](https://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Juran#cite_note-Selden_1997-6)

JURAN, J. M. (1935).

Malpartida Pujais, R. A. (2017). *Satisfacción de los clientes y calidad de servicio bancario percibido en la Agencia Scotiabank Huánuco – 2017*. huanuco, peru. Obtenido de <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/1962>

MARTÍN, A. C. (2018). *“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CHIMBOTE.*

MEDINA, R. E. (2019). *CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO POR LA COOPERATIVA DE CAFICULTORES.* santiago de cali. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10893/16674>

Paredes, C. (10 de septiembre de 2010). Obtenido de <http://cordialidadvalorhumano.blogspot.com/>

Peláez Ramírez, C. B. (2020). *Caracterización de la calidad del servicio en la atención al cliente de la Mype, rubro restaurante, caso: “Los Balcones de Asia”, distrito de Asia, año 2019.* asia. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17735>

Peña Morán, L. L. (2019). *Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro multiservicios: “caso servicios múltiples GALNEY” –en el distrito deTumbes, año 2019.* tumbes. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14821>

Pillco Onilla, J. R. (2018). *Sistema de gestión y la calidad de servicios públicos básicos en la municipalidad distrital de Pillco Marca - Huánuco, periodo 2017.* Huanuco, peru. Obtenido de <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/4255>

pomrica, m. r. (25 de abril de 2016). Obtenido de <https://es.slideshare.net/marcoruizpomrica/trabajo-de-tesis-servicio-al-cliente>

Ponce Mamani, M. D. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017.* tacna, peru. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4059>

RONAL BALTAZAR, P. M. (2011). *POBLACION Y. PUNO.*

Rosas Herrera, M. Y. (2017). *LA EVALUACION DEL DESEMPEÑO Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA FINANCIERA EFECTIVA S.A. SEDE HUANUCO 2017.* huanuco, peru. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/887>

Salinas Erazo, E. V. (2015). *La calidad de la gestión pedagógica y su relación con la práctica docente en el nivel secundaria de la Institución Educativa Policía Nacional del Perú "Juan Linares Rojas", Oquendo, Callao-2013*. Lima, peru. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/4240>

sampiere, r. h. (2014). *metodologia de la investigacion*. mexico. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/descargas/perfeccionamiento/PLAN%20LECTOR>

Sampieri. (30 de junio de 2014). *blogspot*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-e-instrumentos-de.html>

Sampieri, R. H. (s.f.). *METODOLOGÍA de la investigacion*. bogota.

Sánchez, A. L. (2013). *CALIDAD DE SERVICIO ELECTRÓNICA*. cartagena .  
doi:10.31428/10317/4150

urbina, a. (s.f.). *monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos106/tecnicas-e-instrumentos-investigacion/tecnicas-e-instrum>

Uribe Godoy, D. S. (2018). *Calidad de servicio electrónico en un Puesto de Control Migratorio de Lima, 2018*. lima, peru. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/21307>

Vergara, S. (2018). *TIEMPO DE ESPERA*. <https://litnet.com/es/book/tiempo-de-espera-b62789>.

## Anexo 1



La información obtenida en el presente cuestionario tiene como objetivo ser utilizada en la realización de la investigación sobre “Caracterización de la calidad de servicio”, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

### Características de los trabajadores:

**Edad** : \_\_\_\_\_

**Sexo** : \_\_\_\_\_

Ítems	Escala de medición				
1. ¿usted recibe un buen trato de parte de los clientes en la mype frutería Falcón?	Nominal	Si	No		
2. ¿usted como colaborador trata con respeto a los consumidores en la mype frutería Falcón?	Likert	Malo	Regular	Bueno	
3. ¿cree usted que la amabilidad es fundamental en la mype frutería Falcón?	Nominal	Si	No		
4. ¿Esta se acuerdo con la calidad de atención que se brinda en la mype Falcón?	Nominal	Si	No		
5. ¿Usted como colaborador demuestra su generosidad con las personas consumidores de la mype frutería Falcón?	Likert	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	
6. ¿usted como trabajador es servicial con los clientes cuando realiza sus compras en la mype frutería Falcón?	Likert	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
7. ¿usted cómo dueña del negocio comprende las necesidades específicas de sus consumidores en la mype frutería Falcón?	Likert	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
8. ¿usted como parte de la mype frutería Falcón brinda un servicio rápido y con puntualidad a sus consumidores?	Likert	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	

## Anexo 2



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MVPE FRUTERÍA FALCON, EN LA CIUDAD DE HUANUCO, 2019**

y es dirigido por **FALCON ROMERO LILLIANA**, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: **MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO**. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará **10 minutos** de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través **del INFORME FINAL**. Si desea, también podrá escribir al correo **falconromerolilliana@gmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: **MERCEDES ROMERO REYES**

Fecha: **20/10/2020**

Correo electrónico: **loanzfalconromero@gmail.com**

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

## Anexo 3

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **José Luis Claudio Pérez**, identificado con DNI 22520222 con el grado de Magister en Gestión y Negocios; Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: **“CARACTERIZACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE FRUTERIA FALCON, EN LA CIUDAD DE HUANUCO 2019”**, elaborado por la estudiante **Falcon Romero, Liliana**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE FRUTERIA FALCON, EN LA CIUDAD DE HUANUCO 2019”**, que se encuentra realizando.

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

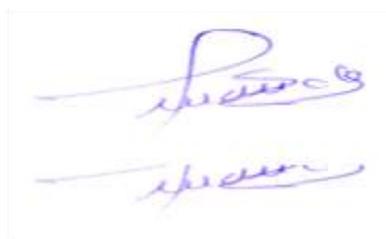
Huánuco, 30 de setiembre 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES - CHIMBOTE  
FACULTAD HUÁNUCO  
Mgtr. José Luis Claudio Pérez

Mg. Claudio Pérez José Luis

CORLAD: 08975



# CALIDAD\_SERVICIO\_FALCON\_ROMERO\_LILIANA.docx

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

12%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

19%

★ repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

---

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo