



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD
BAJO EL ENFOQUE DE CALIDAD DE SERVICIO EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO_RUBRO TRANSPORTE DE PASAJEROS A
COMBI EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2016**

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

AUTORA

**CHAVEZ COLONIA LIZET ROXANA
ORCID: 0000-0001-7663-7057**

ASESOR

**CHUNGA ANTÓN, CARLOS HUMBERTO
ORCID: 0000-0002-8131-6685**

**HUARAZ – PERÚ
2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD
BAJO EL ENFOQUE DE CALIDAD DE SERVICIO EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO_RUBRO TRANSPORTE DE PASAJEROS A
COMBI EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2016**

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

AUTORA

**CHAVEZ COLONIA LIZET ROXANA
ORCID: 0000-0001-7663-7057**

ASESOR

**CHUNGA ANTÓN, CARLOS HUMBERTO
ORCID: 0000-0002-8131-6685**

**HUARAZ – PERÚ
2019**

1. Título de la tesis

Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en las Micro y Pequeña Empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz, 2016

2. Equipo de trabajo

AUTORA

Chavez Colonia Lizet Roxana

ORCID: 0000-0001-7663-7057

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

ASESOR

Chunga Antón, Carlos Humberto

ORCID: 0000-0002-8131-6685

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

JURADO

Figuroa Quito, Silvia Isabel

ORCID: 0000-0003-2986-4809

Norabuena Mendoza, César Hernán

ORCID: 0000-0001-9832-5126

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. Figueroa Quito, Silvia Isabel

Presidente.

Mgtr. César Hernán Norabuena Mendoza

Secretario

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio

Miembro

Mgtr. Carlos Humberto Chunga Antón

Asesor

4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria

Primeramente, agradezco a Dios por haberme guiado por buen camino y darme la dicha de estar junto con mis padres y recibir sus apoyos incondicionales, grandes lecciones que me han inculcado durante la vida.

También agradezco a mis tres hermanos y mis hermanas que han estado apoyándome en las buenas y malas para seguir cumpliendo mis sueños de esa manera agradezco a todos los docentes por brindarme sus confianzas gracias a ellos adquirí nuevos conocimientos para poner en práctica en la vida personal y en campo laboral

A la universidad católica los ángeles de Chimbote “ULADECH”- por haberme recibido con manos abiertos para poder educarme profesionalmente en la carrera de administración y ser uno más de la familia católica con valores y ética.

Dedicatoria

Dedico esta investigación de tesis a Dios por darme la vida y amor de mi familia, el que me ha dado fortaleza para seguir adelante y seguir cumpliendo mis metas.

También dedico a mis padres porque depositan su confianza en las buenas y malas momentos que se me presenta y a mis hermanos por sus apoyos incondicionales, por las grandes enseñanzas y lecciones de vida que me brindan en cada paso que doy.

Y a la UNIVERSIDAD ULADECH - CATÓLICA por permitirme desarrollarme como profesional para afrontar los retos en el Futuro.

5. Resumen

El objetivo de esta investigación consistió en describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en el micro y pequeña empresa del sector servicios_ rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz, 2016. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental y trasversal para lo cual se aplicó un cuestionario a 57,600 población de transporte con un total de 368 clientes, a quien se aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, los cuales fueron procesadas en el SPSS v24 obteniendo resultados: el 40,91% oscilan de 28 a 32 años y género femenino, con una grado de instrucción nivel secundario, el 31,79% están en desacuerdo de las instalaciones físicas de las mypes no son visualmente atractivas, el 32,88% están en desacuerdo respecto al personal que no tiene apariencia pulcra, el 27,21% están en desacuerdo de los elementos y materiales (folletos, reportes y similares) no son visualmente atractivas, el 60,05% están en desacuerdo del personal no tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas, el 29,62% están en desacuerdo del comportamiento del personal no le inspira confianza, el 58,69% están en desacuerdo con el servicio brindado al momento de viajar. De estos resultados obtenidos concluimos que los Mypes no aplican la calidad de servido para que la organización logre una mejora continua, ventaja competitiva y se recomienda el uso de las estrategias como posicionamiento en el mercado y diferenciación y el colaborador tiene que transmitir empatía, buen trato hacia los usuarios y ganar confianza.

Palabras clave: Calidad de Servicio, Micro y Pequeñas Empresas, Gestión de Calidad, Transporte.

Abstract

The objective of this research was to describe the main characteristics of quality management under the service quality approach in the micro and small business of the service sector_ passenger transport to combi in the city of Huaraz, 2016. The investigation was of quantitative type, descriptive level and non-experimental and transversal design for which a questionnaire was applied to 57,600 transport population with a total of 368 clients, here is a questionnaire of 22 closed questions applied, which were processed in the SPSS v23 obtaining results: 40.91% range from 28 to 32 years and female gender, with a secondary level of instruction, 31.79% disagree with the physical facilities of MPs are not visually attractive, 32.88% they disagree about the personnel that do not have neat appearance, 27.21% disagree with the elements and materials (brochures, reports and similar) On visually appealing, 60.05% disagree the staff does not have enough knowledge to answer their questions, 29.62% disagree with the behavior of the staff does not inspire confidence, 58.69% disagree with the service that you provide at the time of travel. From these results we conclude that Mypes do not apply the quality of service so that the organization achieves a continuous improvement, competitive advantage and it is recommended the use of strategies such as positioning in the market and differentiation and the collaborator have to convey empathy, good I treat users and gain confidence.

Keywords: Quality of Service, Micro and Small Business, Quality Management, Transportation

6. Contenido

1.Título de la tesis.....	ii
2.Equipo de Trabajo.....	iii
3.Hoja de firma del jurado y asesor.....	iv
4.Agradecimiento y dedicatoria.....	v
5.Resumen y abstract.....	vii
6.Contenido.....	ix
7. Índice de gráficos y tablas.....	xi
I.Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	9
2.2.1. Gestión de calidad.....	9
2.2.2.Calidad de servicio.....	11
2.2.3. Micro y Pequeña Empresa.....	13
2.2.4.Sector servicio,rubro transporte de pasajeros.....	16
2.3. Marco conceptual de la investigación.....	17
III. Metodología.....	19
3.1. Diseño de la investigación.....	19
3.2. Población y muestra.....	19
3.3. Definición y operacionalización de variables.....	20
3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.5. Plan de análisis.....	21
3.6. Matriz de consistencia.....	22
3.7. Principios éticos.....	23
IV.Resultados.....	24
4.1. Resultados.....	24

4.2. Análisis de resultados.....	28
V.Conclusiones.....	33
VI. Recomendaciones.....	34.
Referencias Bibliográficas	
Anexos	

7. Índice de tablas, figuras y gráficos

1. <i>Tabla 1: Características de los clientes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio- rubro transporte de pasajeros a combi de ciudad de Huaraz, 2016.....</i>	24
2. <i>Tabla 2: Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las 5S en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio- rubro restaurantes, del distrito de Huaraz, 2016.....</i>	36

I. Introducción

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) de diversos países enfrentan grandes desafíos para asegurar su crecimiento como organización económica, en Latinoamérica existen cerca de 10 millones de MYPES, que generan el 48% de empleo, lo que sin duda es importante para el desarrollo de un país no solo por dotar de fuentes de trabajo sino también por permitir aumentar la productividad sobre todo en épocas de recesión (Milano, 2016).

La mayoría de las MYPES de Europa tienen infracciones graves en la atención a los clientes por los trabajadores no brindan el servicio adecuado, no hay atención preferencial a las personas discapacitadas, adultos mayores, mujeres embarazadas, niños menores de edad. También se observa infracciones leves donde el vehículo no está en buenas condiciones adecuadas de limpieza por lo tanto, deben aplicar la propuesta por el consejo municipal del control de infracciones del transporte de Pasajeros, para ofrecer al cliente una infraestructura adecuada y cumplir con los estándares de calidad (Tapia, 2016).

La gestión de calidad es un tema de interés para todas las organizaciones ya que permite adquirir una posición ventajosa hacia las demás empresas logrando posicionarse estratégicamente en el sector que labora. El economista Walter Ramírez jefe de la oficina de estudios económicos del instituto nacional de calidad (INACAL) expresa que el 1% de micro y pequeñas empresas formales en el Perú cuentan con sistema de gestión de calidad, Además, precisó que actualmente se tiene un total de 1329 empresas con certificación de calidad ISO (ISO 9001 e ISO 14001 (El instituto nacional de calidad, 2016)

Así mismo la municipalidad Provincial de Arequipa manifestó que en el sector transporte público existe deficiente calidad de servicio, hay 256 denuncias por parte de los usuarios, la mayoría de las acusaciones refieren maltrato a los pasajeros, falta de cortesía a mujeres y población en general. Al respecto el gerente de Transportes de la comuna provincial Marcos Hinojosa Requena informa del total de denuncias se han logrado sancionar a 150 transportistas con multas del 5% y 2% de una Unidad Impositiva Tributaria (UIT) (República, 2017). Hacia esta expectativa la universidad ULADECH-CATOLICA ha impulsado a través de su carrera profesional de administración establecer como su línea de investigación la Gestión de la Calidad, dentro del cual se enmarca el presente trabajo con el tema de calidad del servicio.

El 82% de la ciudad de Lima de menos recursos económicos utilizan el transporte público Bus, Combi, Colectivo, Tren metro, metropolitano, el 24,3% servicio de taxi, el 14.7% movilidad particular, el 25% son otras personas que se trasladan más de 2 horas de viaje ya se trabajó o estudio y el 10% las personas que se trasladan más de 3 horas de viaje según sus actividades que realizan. (Marquet ,2017).

El sector de transporte público es de suma importancia porque satisface la necesidad humana u objetos ya que el transporte sirve diferentes fines como traslado de equipamiento, mudanzas, cargueros de productos o animales, taxi colectivo, taxi particular y el servicio urbano como toda actividad económica en el Perú. En el año 2018 el sector transporte tuvo un crecimiento de 2.3% impulsada de las principales ramas de actividad económica. (Clavijo, 2018).

El interés en el tema sobre la calidad del servicio se debe a que en el distrito de Huaraz reflejan las insatisfacciones por parte de los clientes sobre el servicio ofrecido por MYPES del rubro transporte de pasajeros a combi, el 80% de los pasajeros que abordan en el transporte público como buses, combis y colectivos se quejan del mal comportamiento de los conductores, la velocidad , tarifas elevadas por estas razones llegan al extremo de pelear y agredirse físicamente, lo cual da un

triste espectáculo y evidencia la falta de valores y de mecanismos para resolver conflictos (Nelf, 2016).

Así mismo tienen una denuncia por la señora Sandy Romero Arrieta, en la municipalidad provincial de Huaraz por haber recibido golpes por el ayudante y el conductor donde les trasladaba junto a sus hijos, uno de ellos discapacitado. Todo se originó cuando la madre le solicitó al conductor que disminuyera la velocidad y el conductor no le gustó dicho pedido y decidió agredirla. (Espinoza 2015).

Con esta investigación se quiere lograr que los choferes deben tener prudencia y actuar con moderación y cautela con las personas que abordan sus unidades móviles, brindar a los pasajeros trato amable y cortés, atenderlo cuando requiere de apoyo. Ellos son los primeros en demostrar el respeto a los pasajeros y no deben caer en provocaciones cuando surge un conflicto (Cuella 2016).

El Ministerio de Transportes, Comunicaciones con el Decreto Supremo aprueban la Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre N° 27181 donde establecen la satisfacción de las necesidades de los usuarios y regula las condiciones de seguridad y salud, así como a la protección del ambiente y la comunidad en su conjunto según las autoridades competentes, como las Municipalidades Provinciales las Municipalidades Distritales la Policía Nacional del Perú, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual-INDECOPI (Ramírez, 2013).

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz ,2016?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz ,2016. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: (a) determinar las principales características de los clientes del micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz.; (b) Determinar las características de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz.

El sustento teórico del presente trabajo se basará en el modelo SERVQUAL respecto al rubro de transporte de pasajeros a combi prevaleciendo las siguientes dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, donde la calidad de servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones y así disminuir errores y buscar soluciones y evitar los problemas antes los clientes.

La presente investigación se justifica, porque es importante el desarrollando de manera eficiente la calidad de servicio en las MYPES rubro transporte de pasajeros a través de sus aspectos ,características, las mismas que permitirán a los gerentes utilizar mejores estrategias para maximizar su rentabilidad, aprovechar las oportunidades de la gestión de calidad y conocer su entorno competitivo y centrarse en la competencia que presentan obteniendo mejores resultados, por lo tanto involucra todo los procesos y métodos de trabajo para poder satisfacer las expectativas de los clientes y de esa manera generan múltiples beneficios para la empresa como también para los colaboradores, ya que en la actualidad las mypes no son beneficiados por la falta de conocimientos del gestión empresarial como calidad de servicio por lo cual muchas empresa fracasan en campo empresarial y otros son

vehículos informales que ocasionan las incomodidades, accidentes, infracciones muy graves, graves, leves por falta de supervisión por la empresa.

El presente trabajo de investigación servirá como referencia a los futuros investigadores que busquen profundizar el tema de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio puesto que los hallazgos se presentan en un contexto en que las MYPES son los protagonistas del actual desarrollo económico del País.

La investigación fue de diseño no experimental-transversal, nivel descriptivo y de tipo cuantitativo, se desarrolló como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, toda la información recopilada se procesó en el programa estadístico SPSS 24, para poder analizar e interpretar los datos obtenidos. Se obtuvo los principales resultados, el 28,53% de los clientes están en desacuerdo respecto al personal de la empresa no siempre está dispuesto ayudarle, el 28,53% expresaron que medianamente desacuerdo al respecto al personal de la empresa no siempre son amable con los clientes, el 29,35% manifiestan están en desacuerdo al respecto al personal de la empresa no siempre son amable con los clientes, el 60,05% manifiesta estar en desacuerdo del personal que no tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas a los clientes, el 71,26% manifiesta estar en desacuerdo de la empresa en la atención individualizada, el 81,89% manifiesta estar en desacuerdo si la empresa tiene personal que le ofrecen una atención personalizada. En conclusión la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte de pasajeros a combi, hay deficiencia en calidad de servicio lo cual no permite satisfacer las expectativas del cliente, también los transportistas no cumplen con los reglamentos del ministerio de transporte y comunicaciones, los choferes conducen ebrios, no respetan las señalizaciones y no realizan el mantenimiento del vehículo en fechas indicados por esos incumplimientos ocasionan tragedias y para lograr una ventaja competitiva se recomienda el uso de las estrategias tales como posicionamiento en el mercado y diferenciación, los trabajadores de la empresa tienen que transmitir empatía, buen trato y respeto hacia los usuarios y conocer sus necesidades para ganar la confianza de ellos.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

Roman (2016) en su tesis la *caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz*. Describió la calidad de servicio que poseen las empresas, mediante una investigación descriptivo realizada a una población de n 368 clientes aplicando las encuesta a los gerentes de los 5 hospedajes de la ciudad de Huaraz, donde vemos los siguientes resultados, el 37,77% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que la empresa no cuenta con personal competente y profesional, del total de los clientes encuestados, el 78,53% manifestaron estar en total de acuerdo, en que todas las instalaciones de la empresa se deben de encontrar en buenas condiciones (Organización) del total de los clientes encuestados ,el 35,60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que los trabajadores no resuelven problemas sin la ayuda de sus superiores. Finalmente, como conclusión: Los clientes encuestados perciben que existe una deficiente gestión de calidad en los servicios, porque consideran que no hay un interés por parte de los hoteles para mejorar la calidad del mismo en los distintos aspectos evaluados.

Sánchez (2014) en su tesis *la caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en las MYPES del sector servicio, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz* , describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio mediante una investigación de diseño no experimental- descriptivo y de nivel cuantitativo utilizo para el recojo de la información, donde identifico 8760 pobladores con una muestra 368 clientes donde se aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, de lo cual se obtuvo los siguientes. El 32,88% de clientes están encuestados, cuanto a la modernidad del mobiliario, equipos y herramientas, el 26,09% estar en desacuerdo respecto a la entrega del servicio con la menor cantidad de errores, el 22,28% estar en desacuerdo al comportamiento de los empleados ya

que no les inspira confianza y el 24,18% considera que los empleados no tienen conocimientos suficientes para responder preguntas.

Cruzado (2014) en su tesis la *caracterización de la calidad de servicio y caracterización en la fidelización de los clientes en las MYPE del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de Moche*. Describió las principales características en la fidelización de los clientes en las MYPE del sector servicio para lo cual se realizó una investigación de diseño no experimental, descriptivo nivel cuantitativo realizada a una población maestra de 20 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas por lo tanto: el 65 % de los representantes son del sexo femenino, el 55 % de los usuarios no consumen en los restaurantes, el 60% de los usuarios tienen 36 y 43 años de Edad, el 75% de los empresarios tienen el grado de instrucción Superior no Universitaria, el 100% de las empresas son formales, el 60 % de las empresas tienen entre 15 y 20 años de funcionamiento y el 60 % de empresas tienen 2 y 5 trabajadores, el 62,5% de clientes prefieren instalaciones atractivas y cómodas, el 62,5 % de clientes aportan que los restaurantes tengan equipamiento exclusivo, el 75 % de clientes mencionan los usuarios del restaurantes deben solucionar sus problemas en forma rápida, el 70 % de clientes mencionan que deben ser muy cuidadosos, el 80 % de clientes requieren que los restaurantes tener un equipamiento de calidad, el 87,50 % de clientes mencionan que la atención debe realizarse en el tiempo esperado, el 85 % de clientes informan que los representantes solucionan sus problemas, el 82,50 % de clientes informan la atención debe ser más rápido, el 87,50 % de clientes se sienten incómodos al consumir en estos restaurantes y el 62,50 % de clientes si notaran algún cambio en la calidad de atención por lo tanto la disminución de la calidad de servicio no vendrían a hacer sus consumos.

Palomino (2017) en su investigación *valorización de la calidad de servicio rubro comercio en la MYPE en la gestión de calidad* para lo cual se realizó una investigación de diseño no experimental- descriptivo nivel cuantitativo realizada a una población maestra de 203 clientes de las empresas en relación a los elementos

tangibles, el 38,9% de los clientes señalan que la Empresa ROMIS EIRL, no cuenta con los equipos modernos en la área de ventas, el 57,6% de clientes señalaron que la empresa no cuenta con infraestructura adecuada para la venta de productos; en relación a los aspectos de fiabilidad y capacidad de respuesta, el 66,5% de los clientes manifestaron que los empleados de la empresa no tienen una actitud amable y el 67,0% señala que no cumplen con el horarios de atención a las necesidades de los clientes; en relación a los aspectos de seguridad y empatía, el 56,7% manifestaron que la empresa les no transmite confianza y un 47,8% señaló que la empresa no les brinda una atención oportuna y eficiente. Por lo tanto, la empresa ROMIS EIRL, no es aceptable por la población en general según los indicadores o atributos de la calidad de servicio.

Ríos (2016) en su tesis Caracterización de la Calidad del Servicio bajo el Modelo Servqual en la Micro y Pequeñas Empresas Rubro Restaurantes Campestres en el Distrito de Huaraz. Para lo cual se realizó una investigación de diseño no experimental- descriptivo por lo cual se identificó una población de 1200 con una muestra de 291 usuarios quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas donde se obtuvo los siguientes resultados .El 55,6% de los clientes manifiestan estar en desacuerdo al respecto de los empleados que no cuentan con el conocimiento suficiente para que puedan responder sus presuntas y el 58,3% manifiesta estar en desacuerdo respecto a los empleados que no les brindan una atención personalizada. Los clientes encuestados perciben que existe una deficiente calidad de servicio porque consideran que no hay un interés por parte de la comunidad empresarial de mejorar la calidad del mismo en aspectos como empatía del personal.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. la Gestión de Calidad

La gestión de calidad es una herramienta en la cual se aplica la planificación de los sistemas considerando que la gestión es el inicio para satisfacer las exigencias de los usuarios y permite que los objetivos que se realizarán para mejorar la calidad y lograr las metas propuestas a futuro desarrollando las actividades de la organización para cumplir con la mejora continua (Zeithaml, Parasuraman y Berry ,1993).

Principios de la gestión de calidad.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) recalcan que los principios de la gestión son elemento importante que se desarrolla dentro de una empresa, con un direccionamiento y operación dentro de la organización, esto realiza la mejora continua a lograr objetivos propuestos, direccionándose hacia los clientes resolviendo las necesidades de cada una de ellos los principios básicos de la gestión de calidad, en este sentido presentan los siguientes principios

- a) **Enfoque al cliente:** las organizaciones necesitan a los clientes es así que ellos aprecian las carencias reales y posteriores de los clientes, de esa manera ellos compensan sus exigencias de los clientes y esforzarse en aumentar los intereses de sus clientes Por ello, la organización no sólo se debe esforzar en conocer las carencias e indagaciones de sus clientes.

- b) **Liderazgo:** las funciones de los líderes es implantar elementos con la intención y la orientación de las organizaciones. También quienes deberían establecer y conservar un ambiente amplio para que pueda esperar la atención requerida, de esa manera el cliente lograra alcanzar completamente sus logros y objetivos de la empresa. El liderazgo es una consecuencia que conmueve el

presidente de la empresa, que poseen los pasos a seguir el personal en su cargo.

- c) **Participación del personal:** Los empleados son la parte fundamental de una empresa y su entrega total facilita que sus destrezas sean consumidas a favor de la propia empresa. La estimulación a los personales es esencial, así como una red de información para que todos conozcan los objetivos e intervención en el resultado de los propios
- d) **Enfoque basado en procesos:** Un producto deseado se logra eficientemente cuando las actividades y los recursos son relativos se tramita como un proceso.
- e) **Mejora continua:** la mejora continua se plantea para poder lograr metas de calidad, evaluando cada tarea que se realiza continuamente, con el propósito de reducir los errores que se presenten y lograr el buen manejo adecuado en todo aspecto para su total control, de ese modo el logro será de manera eficiente mejorando la calidad dentro de la organización
- f) **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** la toma decisiones se realizan de una manera eficaz con la finalidad de tomar el control y evaluar todas las informaciones para un manejo adecuado del sistema direccionada en la toma de decisión así evitar las falencias dentro de la organización.
- g) **Gestión de las relaciones:** la gestión de las relaciones que la empresa posee con la sociedad, los accionistas estratégicos y los clientes favorecen en el éxito sostenido de la organización ya que es importante saber, oír y fomentar el progreso de las partes interesadas, tendiendo alianzas indispensables.

2.2.2. Calidad de servicio

Zeithaml, Parasuraman, y Berry (1993) mencionan que la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales y las expectativas previas, por parte de los clientes del servicio de esta forma un cliente valorará negativamente o positivamente la calidad de servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que la calidad de servicio se concentra en el cliente que anhela de los servicios que reciben de calidad donde se resultara sobre los efectos de la organización

Calidad: La calidad se base a la fidelidad del cliente, en el servicio es delicado dar una definición de las necesidades o expectativas del cliente, también la calidad en general significa llegar a un estándar más alto en lugar de estar satisfecho con alguno que se encuentre por debajo de lo que se espera que cumpla con las expectativas (Camisón Cesar C.S, 2006).

Según Ramos (2008), define que la calidad es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guarda relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas de los clientes (pág. 86)

Servicio: El servicio es un intermedio para otorgar un valor a los usuarios, proporcionando los resultados que los usuarios pretenden lograr sin asumir precios o peligros determinados. (Camisón Cesar C. S., 2006).

La evaluación de la satisfacción del cliente

Camisón Cesar C.S.(2006) recalcan sobre la satisfacción de los clientes en las organizaciones por lo cual utilizan diferentes técnicas y prácticas como los formularios de quejas y reclamos, sugerencias, etc. Ya que la más utilizada es el cuestionario de satisfacción que admite lograr todas las informaciones acerca de los clientes (p.36).

Las dimensiones de la calidad de servicio

Parasuraman Zeithaml y Berry (1985) mencionan sobre la calidad de servicio se determina en cinco aspectos para determinar la calidad de servicio que se presenta ya sea en la prestación de servicio o producto por lo tanto se requiere un fuerte liderazgo y compromiso por parte de la alta dirección, por lo tanto para aplicar la calidad de servicio contactar con los clientes y ejecutivos de mandos donde tiene que existir un fuerte liderazgo. Ya que están vinculados los siguientes principios para obtener la calidad de servicio (p 903)

- a) **Elementos tangibles:** son los aspectos de los servicios que cuenta la organización como los materiales, y dispositivos propios de comunicación.
- b) **Capacidad de respuesta:** Se describe las condiciones que brinda las pautas para ayudar a los comensales proporcionando una prestación inmediata.
- c) **Fiabilidad:** Es el desplazamiento para ejecutar el servicio ofrecido con familiaridad y fidelidad.
- d) **Seguridad:** Es tener confianza y conoce el conocimiento y la educación de los empleados y sus capacidades nos muestran su amistad
- e) **Empatía:** Es cuando el personal se esmera especialmente a los clientes; incluye cordialidad, comprensión y esfuerzo por entender las necesidades del cliente.

2.2.3. Micro y Pequeña Empresa

Obregón (2015) expresa que las MYPES están constituida por personas naturales y jurídicas con una finalidad lucrativa, bajo cualquier forma societaria contemplada en la ley general de sociedades dedicada en diferentes actividades como extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios

Todas las juntas o asociaciones de vecinos, propietarios, inquilinos se podrán acogerse al régimen laboral de micro empresa siempre en cuando no exceden los diez trabajadores

Se identificó en el diagnóstico de las organizaciones dedicadas a la fabricación de muebles 25% las actividades son formales, seguido el 27% las organizaciones son informales del universo empresarial, por lo tanto los principales actividades del sector comercio se basa a la venta al por menor de bebidas y otros que corresponden al 30% de las organizaciones formales y el 55% son informales; por ello las principales actividades del sector servicio es realizada en Restaurantes, bares, que corresponde a 27% de las organizaciones formales y 47% de informales (Alonzo,2005)

Tanta (2010) menciona que en la región Ancash las MYPES muestran una defectuosa organización a nivel empresarial se encuentra aspectos que involucra (económicos, financieros y administrativos). Así mismo, las organizaciones no cumplen con los reglamentos establecidos por el gobierno regional que las empresas que no cumplen con brindar un servicio de calidad no serán empresas competitivas competidores, porque los mismos microempresarios tienen poca valoración en el servicio. También en la región Ancash, las MYPES son infórmales como en todo Perú que existe altos índices de informalidad, donde los usuarios no realizan dichos trámites previos con la finalidad de cumplir con los requisitos exigidos por ley, ya que debe existir una celeridad oportuna en los procedimientos de los tramites por

parte de los empresarios con la participación de sus miembros integrantes, han llegado en un acuerdo sobre la elaboración del documento de la gestión con la finalidad de promover y desarrollar las actividades de las MYPES para la competitividad en nuestra región.

Tipos de micro y pequeña empresa

(a) *Micro y pequeña empresa de Acumulación.* Tiene la capacidad de generar utilidades y manera el capital e invertir en el crecimiento de la empresa. Tiene cantidad de activos y es generador de empleo remunerado; (b) *Micro y pequeña empresa de subsistencia.* Son aquellas unidades económicas que no genera utilidades, se dedica a actividades que no requieren transformación de materiales o deben realizar con tecnología rudimentaria dicha transformación. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital” no inciden en la creación de un empleo remunerado; (c) *Nuevos emprendimientos.* Son iniciativas empresariales concebidas desde una oportunidad que determina la autorrealización y generar ingresos tiene visión, pasión, determinación, persistencia, saben lo que quieren y van en busca de ello. La formalización de micro y pequeñas empresas es fundamental para obtener todos los beneficios que determina la ley MYPES.

Importancia de la Micro y Pequeña Empresa

Sánchez (2008) menciona que las micro y pequeña empresa es el elemento principal de nuestra economía a nivel nacional, donde dichas mypes brindan empleos , el 80% de la población económicamente activa y generan el 40% del producto bruto de nuestro país, donde la dicha economía es beneficioso para nuestro país si bien es cierto muchas veces no genera en condiciones adecuadas por falta de ejecución de los trabajadores que no contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país ,como vemos los siguientes alternativos

- Es uno de los principios genéricos del empleo.
- Admite un cambio inicial pequeño y permite bajos recursos.

- Potencialmente forma un apoyo trascendental a la sociedad.

Crecimiento de Micro y Pequeña Empresa (MYPE)

Un 90% de las MYPES han incrementado de su totalidad y tienen baja productividad es decir, el trabajo se mantiene autónomo con la finalidad de la subsistencia familiar, donde las empresas tienen escasos viables de crecimiento por la falta de apoyo del sistema financiero donde los empresarios se truncan porque no pueden pagar los préstamos ya que no genera rentabilidad la empresa; una de las maneras que puedan crecer sería buscando alianza estratégica con los micro empresarios así pueden lograr competitividad ,productividad , formalidad de esa manera tomar retos y cumplir los objetivos, beneficios y ampliación de mercados (Vigil, 2012)

Jorge Panizo el presidente de la sociedad peruana de MYPES menciona que hay 1,200 micros y pequeñas empresas exportadoras, también en el mercado internacional hay 2,500 MYPES donde lograron integrarse al mercado exportación, ya que estas MYPES tuvieron oportunidades de conseguir nicho de mercado especialmente en el sector transporte , comercial, pesquería para ello los empresarios consideran que en la actualidad hay menos del 1% de las microempresas y alrededor del 5% de las pequeñas realizan operaciones directas de exportación. (Andina, 2013).

2.2.4. Rubro transporte

Transporte

El transporte público en general es uno de los ejes eficientes que mantiene en constante movimiento ya que cumple las necesidades de las personas de trasladarse de su origen a su destino, ya que es parte de la actividad económica, donde permite destacar las dificultades originadas por la distancia (Nicaragua, 2005).

Función del transporte

- **Función general:** influencia de la zona y lapso de una determinada actividad.
- **Función específica:** Interacción de las zonas y compañías donde satisfacer las necesidades de arrinconamiento de una actividad financiera que forma la capital de trabajo.

Clasificación de transportes

Según Julián (2010) concurren diferentes ejemplos de transporte según las diligencias y objetivos que tienen cada empresa de transporte terrestre, por ferrocarril

a) Transporte terrestre. Son aquellos transportes que cumplen diferentes actividades como por ejemplos son los que transitan por las autopistas, vías, avenidas o cualquier otro sendero que puedan llegar a transitar por peatones, como las bicicletas, autos u otros vehículos; *b) Transporte por ferrocarril.* Según los transportes ferrocarriles pueden transitar solo por vías férreas con el fin de trasladar pasajeros o simplemente cargas lo cual distingue a los dos transportes por las vías que pueden trasladar según los reglamentos del ministerio de transporte y comunicación porque las rutas están señaladas para cada tipo de transporte, en la cual es de suma importancia porque es uno de los medios más práctico en cuando al proporción según los precios y beneficios para la sociedad.

2.3.Marco conceptual

Calidad

La calidad es la base de la fidelidad del cliente, en el servicio es delicado dar una definición de acuerdo a las necesidades o expectativas del cliente también la calidad en general significa llegar a un estándar más alto en lugar de estar satisfecho con alguno que se encuentre por debajo de lo que se espera que cumpla con las expectativas (Camisión Cesar C.S., 2006).

Calidad de servicio

La calidad de servicio es un punto de vista de los clientes a la organización donde la presentación interna involucra en la productividad y valides cumpliendo las normas internas de la organización y encaminando los recursos hacia el beneficio de los objetivos de forma económica y financiera, también la calidad de servicio se concentra en el cliente que anhela de los servicios que reciben de calidad donde se resultara sobre los efectos de la organización (Camisión ,2006).

Gestión de Calidad

La gestión de calidad es una herramienta que aplica la planificación de los sistemas, donde se observa que la gestión es el inicio para satisfacer las exigencias de los usuarios, es así que permite planificar los objetivos que se realizará para mejorar la calidad y lograr las metas propuestas a futuro, desarrollando las actividades de la organización para la mejora continua (Duran, 1992).

Gestión

Permite establecer y asignar un buen resultado, desarrollando los procesos adecuados para obtener un buen resultado aplicando los factores de gestión calidad dentro de la empresa (Alhama Belamaric, 2004).

Micro y Pequeñas Empresas

Gonzales (2005) es un factor generador de la economía dentro un país. Está formado por apersonas natural y jurídica, creada para desarrollar cualquier tipo de actividades con miras al éxito, está creada de acuerdo a la norma vigente de la legislación, que se enfoca a la evaluación, transformación, y comercialización de bienes y servicios.

Servicio

Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos un intermedio para otorgar un valor a los usuarios, proporcionando los resultados que los usuarios pretenden lograr sin asumir precios o peligros determinados (Camisón Cesar & Tomás, 2006).

III. Metodología

3.1. Diseño de la investigación

La investigación es de tipo cuantitativo porque se realizó la recolección de información basada en la medición de variables y conceptos los cuales serán representados en números a través de métodos estadísticos. La investigación es de nivel descriptivo ya que permitió describir las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque Calidad de Servicio _rubro Transporte de pasajeros a combi de la ciudad de Huaraz

La investigación es no experimental - transversal, porque se recolecto los datos a través de la encuesta en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio.

3.2. Población y muestra

La población para este estudio de la investigación está conformada por 14 establecimientos que tienen la denominación transporte público a los cuales se les consulto sobre la cantidad de pasajeros que reciben ,acto seguido se totalizo con una población de 57,600 usuarios de las MYPES del rubro transporte de pasajeros de la ciudad de Huaraz; de la cantidad mencionada se determinó una muestra de 368 clientes a través del muestreo aleatorio estratificado del sector servicio del rubro transporte de pasajeros a combi de la ciudad de Huaraz. Para la determinación de la muestra, fue obtenida mediante la relación percibida por la SUNAT de 14 comensales de transporte de pasajeros Fuente: SUNAT Superintendencia Nacional de Tributos - Huaraz (2016).

3.3. Definición y operacionalización de variables

Variable		Denominación Operacional			Escala de medición
		Dimensión		Indicador	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de calidad bajo el enfoque calidad de servicio	La Gestión de calidad es “el sistema de gestión para dirigir y Controlar una organización con respecto a la calidad.	Elementos tangibles	Tangible es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación	Instalaciones Físicas	Likert
				Equipo y Herramientas	
	Personal				
	Materiales de comunicación				
	La calidad de servicio se concentra en el cliente que anhela de los servicios que reciben de calidad donde se resultara sobre los efectos de la organización	Fiabilidad	Es la capacidad para realizar el servicio prometido con confianza y precisión	Respeto del tiempo prometido	
				Precisión	
				Solución de reclamos.	
				Mínimización de errores	
		Capacidad de respuesta	Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar un servicio rápido	Disposición de Ayuda	
				Rapidez	
				Disposición para responder preguntas	
		Seguridad	Seguridad trata sobre el conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad de transmitir confianza	Conocimiento	
				Competencia	
				Credibilidad	
				Integridad	
	Empatía	Es la atención individualizada a los clientes; incluye accesibilidad, sensibilidad y esfuerzo por entender las necesidades del cliente.	Escuchar		
			Sincero interés		
			Accesibilidad		
			Comprensión de necesidades		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta con el fin de recopilar información adecuada y como instrumento un cuestionario validado por 22 preguntas con respuestas cerradas relacionadas a los aspectos generales de los representantes y a la variable del estudio los cuales fueron respondidas por los clientes de las MYPES del rubro transporte de pasajeros a combi de la ciudad de Huaraz.

3.5. Plan de análisis

Se utilizó el programa estadístico “SPSS 24” para el procesamiento de datos y la elaboración de tablas, figuras que nos permitió analizar la información recolectada a través de técnica de encuestas e instrumento de cuestionario, también se utilizó Word, Excel para incorporar información de la investigación.

3.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología y Diseño De La Investigación	Técnicas e Instrumento
<p>General: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el proceso de la selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro actividades de agencias de viaje del distrito de Huaraz, 2016?</p>	<p>General: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro actividades de agencias de viaje del distrito de Huaraz, 2016?</p> <p>Específicos: - Determinar las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz, 2016 - Determinar las características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz, 2016</p>	<p>Calidad de servicio</p>	<p>Población: Está conformado por 14 establecimientos con una población de 57,600 usuarios MYPES del rubro transporte de pasajeros de la ciudad de Huaraz. (Fuente: SUNAT de Huaraz / Mesa de partes -2016).</p> <p>Muestra: Acuerdo la población se sacó una muestra aleatoria de estratificado de 368 clientes del rubro transporte de pasajeros a combi de la ciudad de Huaraz. .</p>	<p>Tipo: El tipo de investigación es cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: El diseño de la investigación es no experimental- transversal porque se trabajó en un tiempo único y determinado</p>	<p>Técnica: . Encuesta Instrumento: . Cuestionario</p>

3.7. Principios éticos

El trabajo es confidencial porque se delimitará la información por parte de los usuarios que reciben el servicio de las MYPES del rubro transporte de pasajeros a combi, respeto a la dignidad de la persona y a la propiedad intelectual; así mismo, se reconoce que toda información utilizada en el presente trabajo ha sido para fines académicos exclusivamente.

IV. Resultados

4.1. Resultados

Tabla 1: Características de los clientes del micro y pequeñas empresas del rubro transporte de pasajeros de la ciudad de Huaraz 2016

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad		
Menos de 18 años	41	40.91
De 18 a 22 años	115	13.64
De 23 a 32 años	128	36.36
De 32 a 37 más	84	9.09
Total	368	100
Género		
Masculino	164	44.57
Femenino	204	55.43
Total	368	100
Grado de instrucción		
Primaria (completa) (incompleta)	64	17,39
Secundaria (completa) (incompleta)	111	30,16
Sup no Univ. (completa) (incompleta)	104	28,26
Sup Univ. (completa) (incompleta)	89	24,19
Total	368	100

Fuente: Cuestionaría aplicado a los clientes del micro y pequeña empresa de rubro transporte de pasajero a combi de la ciudad de Huaraz, 2016

Tabla 2: *Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio_ rubro transporte de pasajero a combi, de la ciudad de Huaraz, 2016*

Gestión de la calidad con calidad de servicio	Numero de los clientes	Porcentaje
Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas		
Fuertemente en desacuerdo	28	7,06
Medianamente en desacuerdo	78	21,2
En desacuerdo	127	34,5
Ni desacuerdo ni acuerdo	64	17,4
De acuerdo	54	14,7
Medianamente de acuerdo	16	4,3
Fuertemente de acuerdo	1	0,3
Total	368	100,0
El personal de la empresa tiene apariencia pulcra		
Fuertemente en desacuerdo	32	6,52
Medianamente desacuerdo	67	22,55
En desacuerdo	100	32,88
Ni desacuerdo ni acuerdo	96	19,57
De acuerdo	54	11,14
Medianamente de acuerdo	23	6,52
Fuertemente de acuerdo	5	0,82
Total	368	100,0
Los elementos y materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivas		
Fuertemente en desacuerdo	24	6,25
Medianamente desacuerdo	83	18,21
En desacuerdo	121	27,17
Ni desacuerdo ni acuerdo	72	26,09
De acuerdo	41	14,64
Medianamente de acuerdo	24	6,25
Fuertemente de acuerdo	3	1,38
Total	368	100,0

**El comportamiento del personal de la empresa
le inspira confianza**

Fuertemente en acuerdo	36	9,78
Medianamente acuerdo	79	21,47
En desacuerdo	109	29,63
Ni desacuerdo ni acuerdo	79	21,47
De acuerdo	49	13,32
Medianamente de acuerdo	15	4,08
Fuertemente de acuerdo	1	0,27
Total	368	100,0

**Usted se siente seguro con el servicio que le
brinda al momento de viajar**

Fuertemente en desacuerdo	29	7,88
Medianamente desacuerdo	82	22,28
En desacuerdo	111	30,16
Ni desacuerdo ni acuerdo	75	20,38
De acuerdo	41	11,14
Medianamente de acuerdo	23	6,25
Fuertemente de acuerdo	7	1,90
Total	368	100,0

**El personal de la empresa es siempre amable
con usted**

Fuertemente en desacuerdo	26	7,07
Medianamente desacuerdo	91	31,8
En desacuerdo	108	61,15
Ni desacuerdo ni acuerdo	72	80,71
De acuerdo	35	90,22
Medianamente de acuerdo	33	99,2
Fuertemente de acuerdo	3	0,83
Total	368	100,0

El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas

Fuertemente en acuerdo	30	8,15
Medianamente acuerdo	91	32,88
En desacuerdo	105	61,41
Ni desacuerdo ni acuerdo	84	84,24
De acuerdo	25	91,03
Medianamente de acuerdo	27	98,37
Fuertemente de acuerdo	6	1,63
Total	368	100,0

El personal de la empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todo sus clientes

Fuertemente en desacuerdo	31	8,42
Medianamente desacuerdo	107	37,5
En desacuerdo	103	65,49
Ni desacuerdo ni acuerdo	75	85,87
De acuerdo	32	94,57
Medianamente de acuerdo	15	98,67
Fuertemente de acuerdo	5	1,36
Total	368	100,0

El personal de la empresa comprende sus necesidades específicas de sus clientes

Fuertemente en desacuerdo	85	23,10
Medianamente desacuerdo	74	43,21
En desacuerdo	101	70,66
Ni desacuerdo ni acuerdo	54	85,33
De acuerdo	29	93,21
Medianamente de acuerdo	18	98,11
Fuertemente de acuerdo	7	1,90
Total	368	100,0

Fuente: *Cuestionaría aplicado a los clientes del micro y pequeña empresa de rubro transporte de pasajero a combi de la ciudad de Huaraz, 2016.*

4.2. Análisis de resultados

4.2.1. Referente a las características de los clientes de las Micro y Pequeña Empresa

Con respecto a la edad de los clientes: El 40,91 % de clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte de pasajeros tienen de 28 a 32 años (Tabla 1), este resultado coincide con el resultado encontrado por Claudio (2017) quien expresa que el 49% clientes tienen de 30 a 45 años, así mismo coincide con los resultados obtenidos por Muñoz (2015) quien menciona que el 30,6% de los clientes tienen entre 30 a 39 años. Esto demuestra que la mayoría de MYPES del sector servicio rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz están dirigidos por personas adultas promedio 28 a 32 años; ya que estas personas tienen experiencias como es el servicio brindado por los transportistas.

El 55,43% de los clientes de las MYPES del rubro transporte de pasajeros son mujeres (Tabla 1), este resultado coincide con los resultados obtenidos por Claudio (2017) quien expresa que el 51% son mujeres así mismo coincide con los resultados encontrados por Muñoz (2015) quien menciona que el 61 % son mujeres y la siguiente investigación contrasta por Liñán (2017) el 53.81% son varones. Dónde estos resultados obtenidos demuestran que en el rubro de transportes de pasajeros la mayoría de los clientes son se generó femenino que reciben el servicio.

El 30,16% de los clientes encuestados de las MYPES del rubro transporte de pasajeros cuentan con estudio de nivel secundario, el siguiente resultado contrasta con los resultados encontrados por Claudio (2017) quien menciona que el 61% de los usuarios cuentan con estudio nivel superior, también contrasta con la investigación de Michael (2016) quien expresa que el 57% manifestaron tener un grado de instrucción de nivel superior. Esto demuestra que en la mayoría de MYPES del sector servicio del rubro transporte de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz son los clientes que cuentan con grado de nivel secundario.

El 31.79% de los clientes encuestados expresaron que en el rubro transporte de pasajeros a combi están en desacuerdo sobre las instalaciones físicas de la empresa no son visualmente atractivas (Tabla 2) este resultado coincide con el resultado obtenido por Modesto (2017) quien expresa que el 44% indican que no tienen las instalaciones físicas visualmente atractivos, el siguiente resultado contrasta por Silva (2019) quien menciona que el 2,9% están en desacuerdo que las MYPES no cuentan con las instalaciones físicas actualizadas así mismo Gomes (2009) expresa que las instalaciones físicas ocupan un espacio muy pequeño por lo tanto no son visualmente atractivos. A base de los resultados podemos observar que las instalaciones físicas tienen el mayor riesgo de accidentes, en caso de presentarse un siniestro la probabilidad de pérdida de vida de muchos cliente por lo tanto todo lo que sea innecesario se debe eliminar del área del trabajo.

El 32,88% de los clientes encuestados del sector servicio de rubro transportes de pasajeros a combi están en desacuerdo con el personal de la empresa porque no tiene apariencia pulcra (Tabla 2) este resultado contrasta con el resultado obtenido por Silva (2019) quien menciona que el 1,5% están en desacuerdo de los empleados no tienen la apariencia pulcra. Donde Espinoza (2006) menciona sobre apariencias del colaborador como las características del producto o servicio que representan para que sea calificado por el gerente de las MYPES ya sea positivo o negativo donde visualizan los clientes respecto al producto o servicios en base de estos resultados los colaboradores no toman de mucha importancia el imagen que llevan físicamente y corporalmente ante sus clientes donde ellos valoran mucho la apariencia de los colaboradores y personal operativo es el imagen de los comensales, por lo tanto los colaboradores deben estar bien presentables y uniformado e identificado correctamente ante los clientes.

El 27,21% de los clientes encuestados de sector servicio del rubro transporte de pasajeros a combi, manifestaron que los elementos y materiales, tales como los folletos, reportes, entre otros) no son visualmente atractivos (Tabla 2) este resultado contrasta con el resultado obtenido por Silva (2018) quien menciona que el 1.5% los clientes están en desacuerdo de los elementos y materiales del transporte de pasajeros “*Jorge Chavez*” que utiliza la MYPE son de última generación y permiten brindar un servicio de calidad. Así mismo Alvares (2006) quien menciona que el instrumento se constituye con el fin de identificar los elementos que genera valor para el cliente y a partir de esta información revisa los procesos con el objeto que realizan las actividades de mejora. En base a los resultados podemos observar que los elementos y materiales son de suma importancia para el sustento del usuario al momento de cualquier reclamo que se presentan en la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte de pasajeros por lo tanto los empleadores no tienen el interés de darles las boletas o tarifas a los clientes al momento de cobrar el pasaje acuerdo a sus destinos.

El 29,62% de los clientes encuestados de sector servicio del rubro transportes de pasajeros a combi mencionan que el comportamiento del personal de la empresa no le inspira confianza. Este resultado contrasta con el resultado obtenido por Silva (2018) quien menciona que el 2,9% de los clientes están en desacuerdo con el comportamiento de los colaboradores no tienen confianza al momento de viajar, así mismo este resultado contrasta con el resultado obtenido por Modesto (2017) quien menciona que el 54% de los encuestados expresan que no inspiran confianza porque los clientes vienen estresados renegando. Así que Ávila (2016) menciona que los conductores tienen que circular con la relativa certeza y confianza, por lo tanto respetar las normas establecidas para la circulación del transporte y conocer la reacción de nuestro entorno y dar la tranquilidad suficiente para anticiparse y prevenir situaciones de riesgo y así poder actuar adecuadamente en cada caso. En base de estos resultados indican que el gerente de la empresa tiene que capacitar al personal sobre confianza con los trabajadores y clientes para que brindar un servicio de calidad y evitar las molestias observadas que los conductores.

El 30,16% de los clientes encuestados de sector servicio del rubro transporte de pasajeros a combi mencionan si usted se siente seguro con el servicio que le brinda al momento de viajar (Tabla 2) según estos resultados los clientes nos confiesan que al momento de viajar se sienten incómodos tienen dificultades por la falta de infracciones establecidos por el ministerio de transporte y comunicaciones. Este resultado coincide con el resultado obtenido por Modesto (2017) quien menciona que el 36% dice que no cumple con nuevas expectativas por lo tanto muestran inseguridad ante los clientes al momento de viajar. En base de estos resultados indican los clientes del transporte de pasajeros el gerente de la empresa tiene que inspeccionar al personal sobre seguridad con los trabajadores y clientes para que brindar un servicio de calidad y evitar las molestias observadas por los clientes, por lo tanto cuando el cliente piensa en contratar, adquirir un servicio espera ciertas cosas. En palabras llanas, esas cosas son las expectativas de los clientes en el servicio.

El 29,35% de los clientes encuestados de sector servicio del rubro transporte de pasajeros a combi están en desacuerdo si el personal de la empresa es siempre amable con usted (Tabla 2), según los resultados vemos que el comportamiento del personal de la empresa es bien riguroso acuerdo al impacto que sucede ante los clientes por lo tanto este comportamiento para los clientes es falta de respeto al momento de recibir el servicio. Este resultado contrasta con el resultado obtenido por Silva (2018) quien menciona que el 5,9% están medianamente desacuerdo del personal de la empresa no siempre son amables con los clientes del transporte de pasajeros Jorge Chavez, seguido este resultado contrasta por Hermes (2018) quien menciona que el 2% están en desacuerdo del personal de la empresa no esmeran en dar un buen trato amable, puntual y servicial a sus usuarios.

El 60,05% de los clientes encuestados de sector servicio del rubro transporte de pasajeros a combi, señalan el personal no tienen conocimiento suficiente para responder las preguntas que realizan los clientes claros y precisos. Este resultado contrasta con el resultado obtenido por Silva (2018) quien menciona que el 10,3% están medianamente desacuerdo del personal que no tienen conocimiento suficiente

para responder las preguntas que realizan los clientes claros y precisos, por lo tanto vemos que en la actualidad no toman en importancia las inquietudes de los clientes y por otra parte el usuario no tiene confianza para que realice las inquietudes o consultas al momento de viajar. En base de los resultados obtenidos el personal de transporte de pasajeros no cuenta con el conocimiento sobre el trabajo que está realizando no pueden responder las preguntas a los pasajeros.

El 98,67% de los clientes encuestados del sector servicio de rubro transportes de pasajeros a combi, están medianamente desacuerdo en si el personal de la empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todo sus clientes (Tabla 2) este resultado contrasta con el resultado obtenido por Silva (2018) quien menciona que el 10,3% están en desacuerdo de los MYPES no tienen horario de trabajo convenientes para todo los clientes. Donde Rios (2004) menciona sobre el cumplimiento de horarios que son establecidas acuerdo a las normas y autorizado por la empresa. En base de estos resultados vemos que el personal de la empresa no cuenta con los horarios de trabajo porque ellos trabajan de ciertas horas establecidas acuerdo a la empresa donde tienen controlador de las horas en cierto tiempo.

El 27,45% de los clientes encuestados de sector servicio del rubro transporte de pasajeros señalan que están en desacuerdo con el personal de la empresa porque no comprende sus necesidades específicas (Tabla 4) según este resultado contrasta con el resultado obtenido por Silva (2018) quien menciona que el 8,8% están en desacuerdo sobre las necesidades específicas de los usuarios donde ellos expresan que los trabajadores de la empresa no toman en importancia las necesidades específicas de los clientes porque no disponen de tiempo suficiente para solucionar sus inquietudes personales. En base de estos resultados el personal de la empresa no brinda atenciones personalizadas porque ellos realizan servicio público, por lo cual si requieren un servicio personalizado deben anticipar por al transporte para reservar su turnos para poder brindar un servicio adecuado a los clientes.

V. CONCLUSIÓN

5.1. Conclusiones

En la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte de pasajeros a combi, de haber analizado hay deficiencia de la gestión de calidad lo cual no permite satisfacer las expectativas del cliente, porque los colaboradores no están considerando la importancia del desplazamiento del servicio ofrecido con familiaridad y fidelidad, capacidad de respuesta, tener confianza conocimiento y educación es de suma importancia para los clientes donde deben esmerar cordialmente y tener comprensión ante sus necesidades en el centro de trabajo, Y implementar un sistema de control para tener claro los objetivos y metas

La mayoría de los clientes que reciben el servicio de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte de pasajeros a combi de la ciudad de Huaraz, 2016 de haber analizado los resultados obtenidos a través de las encuestas realizados a los clientes la mayoría tienen de 28 a 32 años de edad con grado de instrucción nivel secundario, así mismo la mayoría de los clientes son de género femenino.

Respecto a las características de la calidad de servicio la mayoría de los clientes de rubro de transporte pasajeros a combi de la ciudad de Huaraz, 2016, de acuerdo a los análisis obtenidos podemos mencionar que los trabajadores no brindan calidad de servicio ya que el comportamiento de los trabajadores de la empresa no le inspira confianza no son amables con los clientes y no tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas, es por ello cabe recalcar a los trabajadores que brin buen servicio cumpliendo con las políticas de las Mypes y ayudar a mejorar constantemente logrando la competitividad en el rubro.

5.2.Recomendaciones

Se recomienda a la Mypes del rubro transporte tienen que certificarse a la norma ISO 90001 (gestión de calidad) y cumplir con la estandarización que le permite administrar y mejorar calidad de servicio así mismo asistir en las charlas capacitaciones, seminarios para dar un buen servicio a los clientes, y obligar a sus representantes que cumplan las normas y policiaacas de las empresas.

Se recomienda a los micro y pequeñas del sector servicio contar con un buen sistema de control de la calidad, tener clara los objetivos y las metas, reconocer y recompensar el desempeño del colaborador, crear una encuesta sobre servicio al cliente y proponer acciones de mejora que puedan ayudar el crecimiento de la empresa, por lo tanto involucra los aspectos generales de los clientes para brindar un buen servicio y trabajar juntos con los trabajadores y ser competitivo en el mercado.

También se recomienda a los Mypes del rubro trasporte de pasajeros, que apliquen la calidad de servicio y así para lograr una ventaja competitiva y el uso de las estrategias tales como posicionamiento en el mercado y diferenciación, por lo tanto, los trabajadores de la empresa tienen que transmitir empatía, confianza buen trato y respeto hacia los usuarios y conocer sus necesidades para ganar la confianza.

VI. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Álvarez, G. (30 de SEPT de 2006). *Introducción de la calidad*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
- Ambrocio. (2017). *la calidad de servicio y los resultados económicos en los recreos turísticos del distrito de pillco marca – huánuco, 2017*. Recuperado el 5 de mayo de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4146/CALIDAD%20DE%20servicio_ambrocio_magarino_yobana.pdf?sequence=1&isAllowed=1
- ANDINA. (2013). *Mypes conocen nuevo rol de acompañamiento del Estado para crecimiento empresarial*. Obtenido de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-mypes-conocen-nuevo-rol>
- berry, z. p. (2007). *calidad de servicio*. Recuperado el 15 de 5 de 2019, de https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/download/4052/3027
- Camisón. (2006). En *gestion-de-la-calidad.pdf, gestion-de-la-calidad.pdf* (pág. 902). Obtenido de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>: <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Congreso de la Republica Ley N° 30056. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Peru: Congreso de la República. Obtenido de http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf
- Daniel. (2015). <http://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>.
- Duran. (1992). *principios de la gestión de calidad*. Recuperado el 14 de 5 de 2019, de <https://www.iberlibro.com/servlet/BookDetailsPL?bi=6352896502>
- El Instituto Nacional de Calidad. (6 de 6 de 2016). Solo el 1% de empresas en Perú cuenta con sistemas de gestión de calidad. Recuperado el 15 de 5 de 28
- Gestión, .. (2014). *gestion*. Obtenido de <http://gestion.pe/noticias-de-mypes-peruanas-3713>.
- Isabel, I. L. (2016). “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Supermercado Metro de la avenida canto Rey San Juan de Lurigancho, 2016*”. Recuperado el 17 de 05 de 2019
- Justicia, M. d. (2015). (*Artículo N° 24 del Reglamento Nacional de Transporte Turístico Terrestre*). Obtenido de http://transparencia.mtc.gob.pe/idm_docs/normas_legales/1_0_2789.pdf.
- La Republica. (02 de Septiembre de 2013). *Técnicas para la venta. La Republica*. Obtenido de <http://larepublica.pe/columnistas/futuro-emprendedor/tecnicas-para-venta-02-09-2013>
- Luna. (9 de agosto de 2017). *Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en*

- Perú. Recuperado el 2 de octubre de 2017, de PeruReatil: <http://www.peru-retail.com/pymes-empresas-peru/>
- Mendoza. (2011). *proyecto-mypes*.
- Miguel, U. D. (1992). *gestion de calidad*. Diaz de santos. Recuperado el 14 de 5 de 2019
- Milano. (20 de Junio de 2016). *La Importancia de las PYMES en la generación de trabajo en América Latina*. Recuperado el 6 de diciembre de 2017, de PORTALPIME: <http://pyme.emol.com/3632/importancia-pymes-en-el-trabajo-latam/>
- Andina. (2017). agencia peruana de noticias. Recuperado el 16 de 5 de 2018, de <https://andina.pe/agencia/noticia-clausuran-5-locales-empresas-transporte-terrestre-de-victoria-751692.aspx>
- Nicuesa, M. (21 de Julio de 2014). *Técnicas para aumentar las ventas en una tienda de ropa*. Obtenido de empresariados: <http://empresariados.com/tecnicas-para-aumentar-las-ventas-en-una-tienda-de-ropa/>
- Noticias. (16 de 07 de 2012). /pasajeros-podran-denunciar-maltratos-en-transporte-publico.
- PalominoBellido, N. (2017). *tesis para optar el título profesional de licenciado en administración*. recuperado el 17 de 05 de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2819/calidad_de_servicio_elementos_tangibles_palomino_bellido_nilda.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- RAMÍREZ, E. C. (2013). Aprueban Texto Único Ordenado del Reglamento Nacional de Tránsito – Código de Tránsito. Recuperado el 17 de 6 de 2019, de http://www.sutran.gob.pe/wp-content/uploads/2015/08/ds_016-2009-mtc.pdf
- Rev.Andina. (6 de Octubre de 2018). Economía peruana creció 3.77% entre enero y agosto de 2018. Recuperado el 6 de Abril de 18, de <https://andina.pe/agencia/noticia-economia-peruana-crecio-377-entre-enero-y-agosto-2018-728481.aspx>
- Sánchez, Ó. (2010). *Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros*. mexico. Recuperado el 11 de mayo de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405
- SUTRAN. (junio de 2015). *implementando la segunda fase del Servicio de Transporte públicos (SETRAM)*. Obtenido de <http://www.trabajopolis.bo/empresa-con-ofertas-de-trabajo-y-empleo-en-bolivia/73511/EMPRESA-DE-LOGISTICA-Y-TRANSPORTE-SETRAM-S.R.L.>
- Sunat. (2014). *formalizacion de pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>.
- SUNAT. (2015). Características de la micro y pequeñas empresas, recuperado de: *SUNAT*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>
- SUTRAN. (11 de sep de 2016). *segun el diario comercio arequipa*. obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Superintendencia_de_Transporte_Terrestre_de_Personas,_Carga_y_Mercanc%C3%ADAs.
- Thompson. (2005). El Valor de un Producto: ¿Cómo lo Percibe el Cliente? 1. Recuperado el 03 de julio de 2018, de

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/valor.htm>

- Trujillo. (2014). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro venta minorista de productos textiles (Bazar) del distrito de Huaraz, 2014*. Huaraz: Universidad Católica los Angeles Chimbote. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/#>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de servicio*. Madrid: Diaz Santos.

Anexos

Anexo N° 01: Directorio de micro y pequeñas empresas del sector construcción- rubro construcción de edificios del distrito de Huaraz.

ITEM	Nombre comercial	RUC	Vía	N°.via	N°	Tamaño	Clients
1	EMP TRANSP CORAZÓN DE JESUS,S.R.L	20364878011		TRECE DICIEMBRE	704	Micro	6852
2	EMP TRANSP CORPORACIÓN TRANSCONS E.I.R.L.	20407800177	JR.	JOSÉ DE SAN MARTÍN	726	Micro	7833
3	EMP TRANSP CORPORACIÓN WAYNA S.A.C.	20407992220	AV	RAIMONDI	310	Micro	5943
4	EMP TRANSP NUEVA ESPERANZA S RL	20488302931	AV	TUPAC AMARU	S/n	Micro	4665
5	EMP TRANSP SEÑOR	20205425196	AV	ANTONIO RAIMONDI	s/n	Micro	3536
6	EMP TRANSPOR TURISMO ATUSPARIA SRL	20115494466		28 DE JULIO	815	Micro	2567
7	EMP TRANSP 14 SRL TDA.	20115482450		SIMÓN BOLÍVAR	407	Micro	4578
8	EMP TRANSP ESHTUARD E.I.R.L.	20530580602	JR	27 DE NOVIEMBRE	963	Micro	5568
9	EMP TRANSP TURISMO 10 S.A.	20530961070		A SOC. MORADORES PUMACAY	s/n	Micro	1255
10	EMP TRANSP TURISMO 15 S.A.	20530932991	JR	PRIMAVERA	s/n	Micro	2359
11	EMP TRANSP TURISMO 18 S.A.	20530928960	PJ	ARN CHAVEZALDO		Micro	2576
12	EMP TRANSP TURISMO PENTAGONO S.R.L.	20530961070	AV	CONF.INTER.ESTE	386	Micro	3871
13	EMP TRANSP 12 S.A.	2053096806	AV	ANTONIO RAIMONDI	s/n	Micro	1672
14	EMP TRANSP TURISMO S.R.L.	10327391084		FRACSCO BOLOGNES	173	Micro	4325
TOTAL							57,600

Población: 57,600 clientes transportes de pasajeros a combi en la ciudad de Huaraz, categoría micro empresa.

Encuestados: 368 clientes transportes de pasajeros a combi elegidos de acuerdo a un Rankin de las más reconocidas en la ciudad de Huaraz

Fuente: SUNAT Huaraz, 2016.

Anexo N° 02: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIOS_ RUBRO TRANSPORTE DE PASAJEROS A COMBI EN LA CIUDAD DE HUARAZ ,2016.

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPE del sector y rubro indicado anteriormente, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado.

CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE CALIDAD DE SERVICIO EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS_ RUBRO TRANSPORTE DE PASAJEROS A COMBI EN LA CIUDAD DE HUARAZ ,2016.

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Marque con una (x) la respuesta que considere correcta, según la siguiente escala:

Fuertemente en desacuerdo (1)	Medianamente en desacuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Ni en desacuerdo ni en acuerdo (4)	De acuerdo (5)	Medianamente de acuerdo (6)	Fuertemente de acuerdo (7)
----------------------------------	-----------------------------------	----------------------	---------------------------------------	-------------------	--------------------------------	-------------------------------

I. DATOS GENERALES							
1. Edad a) -15_16 b) 16_30 c) 31_40 d) 41 a más.	2. Genero a) Masculino b) Femenino	4. Grado de Instrucción a. Primaria (completa)(incompleta) b. Secundaria (completa)(incompleta) c. Sup. No Univ. (completa)(incompleta) d. Sup. Univ. (completa)(incompleta)					
II. DE LA CALIDAD DE SERVICIO							
1	La empresa cuenta con máquinas y equipos modernos y atractivos	1	2	3	4	5	6 7
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas	1	2	3	4	5	6 7
3	El personal de la empresa tiene apariencia pulcra	1	2	3	4	5	6 7
4	Los elementos y materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos	1	2	3	4	5	6 7
5	Cuándo el personal de la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace	1	2	3	4	5	6 7
6	Cuando tienes un problema, el conductor o el ayudante muestran un	1	2	3	4	5	6 7

	sincero interés en solucionario							
7	El personal de la empresa realiza bien el servicio la primera vez	1	2	3	4	5	6	7
8	Los personales de la empresa insisten en mantener registros exactos de errores	1	2	3	4	5	6	7
9	El personal de la empresa le comunica cuando concluirá la realización de servicio	1	2	3	4	5	6	7
10	El personal de la empresa siempre está dispuesto a ayudarle	1	2	3	4	5	6	7
11	El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado para atenderle de cualquier inquietud que tenga	1	2	3	4	5	6	7
12	El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza	1	2	3	4	5	6	7
13	Usted se siente seguro con el servicio que le brinda al momento de viajar	1	2	3	4	5	6	7
14	El personal de la empresa es siempre amable con usted	1	2	3	4	5	6	7
15	El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas	1	2	3	4	5	6	7
16	La empresa da una atención individualizada	1	2	3	4	5	6	7
17	El personal de la empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todo sus clientes	1	2	3	4	5	6	7
18	La empresa tiene personal que le ofrecen una atención personalizada	1	2	3	4	5	6	7
19	El personal de la empresa comprende sus necesidades específicas de sus clientes	1	2	3	4	5	6	7