

---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE  
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO  
CAFETERÍAS DEL DISTRITO DE VILLA RICA,  
OXAPAMPA, PASCO, AÑO 2016**

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

**AUTORA**

**Bach. PÉREZ VELÁSQUEZ LUZ THALÍA**

**ASESOR**

**Dr. CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARIAS**

**CHIMBOTE – PERÚ  
2017**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

Dr. JOSÉ GERMAN SALINAS GAMBOA

**PRESIDENTE**

Mgtr. MIGUEL ANGEL LIMO VÁSQUEZ

**MIEMBRO**

Mgtr. HÉCTOR ASCENCIÓN RIVERA PRIETO

**MIEMBRO**

## **AGRADECIMIENTO**

\*A Dios por llenar mi camino de bendiciones a lo largo de mi vida.

\*Con mucho cariño agradezco a mis padres quienes me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por creer en mí, por apoyarme y brindarme todo su amor.

\*A mis profesores de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Villa Rica), quienes supieron transmitir sus conocimientos y haber contribuido significativamente en nuestra educación y formación profesional.

\*A mi asesor de Tesis el Dr. Reinerio Centurión Medina, gracias por el apoyo constante, por la paciencia, la guía y la ayuda para terminar esta investigación.

## **DEDICATORIA**

A mi madre María Velázquez y a mi padre Abelino Pérez por ser las personas a quien más amo en este mundo, por su amor infinito y apoyo incondicional a lo largo de toda mi formación estudiantil y profesional.

## RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño de investigación No experimental, transversal y descriptiva; recurriendo a información recogida de los propietarios, representantes legales y agentes administrativos de las Mypes, a través de un cuestionario estructurado con 23 preguntas cerradas aplicando la técnica de la encuesta a una población muestral de 10 Micro y pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los propietarios, representantes legales y agentes administrativos: El 60.0 % son propietarios, el 80.0 % tienen de 1 a 5 años ocupando el cargo, el 60.0 % tienen de 18 a 30 años de edad y el 60.0 % tienen un grado de educación de nivel No universitario. Respecto a las Micro y Pequeñas Empresas: El 70.0 % tienen de 4 a 5 años de tiempo en el mercado, el 70.0 % tienen de 1 a 3 trabajadores, el 80.0 % tienen a trabajadores eventuales, y el 90.0 % son empresas en crecimiento. Respecto a la Gestión de Calidad de Servicio al Cliente: El 80.0 % de la población encuestada aseguran que conocen el término gestión de calidad. El 90.0 % consideran que la gestión de calidad genera una mejora continua de la empresa, el 80.0 % se basa en todos los procesos para tener una buena gestión de calidad, el 50.0 % de la población encuestada realizan sus actividades de manera planificada, el 90.0 % capacitan y el 40.0 % considera que contribuye con la economía del distrito mediante la promoción del producto, generando empleo y mediante la compra-venta.

**Palabras Clave:** Mype, Gestión de Calidad, Calidad de Servicio.

## **ABSTRACT**

The main objective of this research study was to determine the main characteristics of Quality Management in the Customer Service of Micro and Small Businesses, Cafes, from the district of Villa Rica, Oxapampa, Pasco, 2016. The Research was developed using a non-experimental, transversal and descriptive research design; using information collected from the owners, legal representatives and administrative agents of the Mypes (peruvian micro enterprises), through a structured questionnaire with 23 closed questions applying the survey techniques to a given population within 10 Micro and Small Businesses, category Cafes of the Villa Rica district, Oxapampa, Pasco. Obtaining the following results: Regarding the owners, legal representatives and administrative agents: 60.0% are owners, 80.0% are from 1 to 5 years in office, 60.0% are from 18 to 30 years of age and 60.0% have a non-university level of education. Regarding the Micro and Small Companies: 70.0% have 4 to 5 years of time in the market, 70.0% have 1 to 3 workers, 80.0% have casual workers, and 90.0% are growing companies. Regarding Customer Service Quality Management: 80.0% of the surveyed population assure that they know the term quality management. 90.0% consider that quality management generates a continuous improvement of the company, 80.0% are based on all processes due to have a good quality management, 50.0% of the surveyed population performed their activities in a planned manner, 90.0% do some training and 40.0% consider that it contributes to the economy of the district by promoting the product, generating employment by buying and selling their products.

**Keywords:** Mype, Quality Management, Quality of Service.

## CONTENIDO

	Pág.
<b>TÍTULO</b> .....	<b>i</b>
<b>FIRMA DEL JURADO EVALUADOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iv</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>CONTENIDO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>ix</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>II. REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	<b>6</b>
2.1. Antecedentes.....	<b>6</b>
2.2. Marco Teórico y Conceptual.....	<b>13</b>
<b>III. HIPÓTESIS</b> .....	<b>30</b>
<b>IV. METODOLOGÍA</b> .....	<b>30</b>
4.1. Diseño de la Investigación.....	<b>30</b>
4.2. Población y Muestra.....	<b>31</b>
4.3. Definición y Operacionalización de variables.....	<b>31</b>
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	<b>34</b>
4.5. Plan de Análisis.....	<b>35</b>
4.6. Matriz de consistencia.....	<b>36</b>
4.7. Principios Éticos.....	<b>37</b>
<b>V. RESULTADOS</b> .....	<b>38</b>
5.1. Resultados.....	<b>38</b>
5.2. Análisis de Resultados.....	<b>43</b>
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	<b>50</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍAS</b> .....	<b>51</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>55</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.....	<b>38</b>
<b>Tabla 2.</b> Características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.....	<b>39</b>
<b>Tabla 3.</b> Características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.....	<b>40</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1 (Tabla 1):</b> Cargo que ocupa en la Mype	<b>66</b>
<b>Figura 2 (Tabla 1):</b> Tiempo que ocupa el cargo	<b>66</b>
<b>Figura 3 (Tabla 1):</b> Edad del Representante	<b>67</b>
<b>Figura 4 (Tabla 1):</b> Género del Representante	<b>67</b>
<b>Figura 5 (Tabla 1):</b> Grado de Instrucción	<b>68</b>
<b>Figura 6 (Tabla 2):</b> Tiempo de permanencia en el rubro	<b>68</b>
<b>Figura 7 (Tabla 2):</b> Número de Trabajadores	<b>69</b>
<b>Figura 8 (Tabla 2):</b> Estabilidad Laboral de los Trabajadores	<b>69</b>
<b>Figura 9 (Tabla 2):</b> Personas que laboran	<b>70</b>
<b>Figura 10 (Tabla 2):</b> Clasificación de su empresa	<b>70</b>
<b>Figura 11 (Tabla 3):</b> Conocimiento del termino Gestión de Calidad	<b>71</b>
<b>Figura 12 (Tabla 3):</b> Gestión de Calidad para una mejora continua	<b>71</b>
<b>Figura 13 (Tabla 3):</b> Prioridad para la Gestión de Calidad	<b>72</b>
<b>Figura 14 (Tabla 3):</b> Actividades realizadas	<b>72</b>
<b>Figura 15 (Tabla 3):</b> Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente	<b>73</b>
<b>Figura 16 (Tabla 3):</b> Capacitación al personal	<b>73</b>
<b>Figura 17 (Tabla 3):</b> Motivación para Calidad de Servicio	<b>74</b>
<b>Figura 18 (Tabla 3):</b> Clima Organizacional	<b>74</b>
<b>Figura 19 (Tabla 3):</b> Importancia para la Calidad de Servicio	<b>75</b>
<b>Figura 20 (Tabla 3):</b> Diferenciación ante las demás Mypes	<b>76</b>
<b>Figura 21 (Tabla 3):</b> Plan Estratégico para Gestión de Calidad	<b>77</b>
<b>Figura 22 (Tabla 3):</b> Aspecto de Mejora	<b>77</b>
<b>Figura 23 (Tabla 3):</b> Contribución a la economía	<b>78</b>

## I. INTRODUCCIÓN

A diferencia de décadas pasadas en la actualidad existen miles de oportunidades de negocio, tal y como son las Micro y Pequeñas Empresas que a partir de la segunda mitad del siglo XX, como consecuencia de la pobreza y las migraciones de las zonas rurales hacia las zonas urbanas quienes no contaban con estudio alguno, por lo cual se dedicaban únicamente a realizar trabajos de fuerza, destreza y de limpieza; y que al transcurrir los años estos empezaron a integrarse a otras actividades que incrementen su condición económica como fue la artesanía, comercio entre otros. De esta manera a partir de los años 80 se produjo una tercerización, reemplazando los trabajos de productividad por los trabajos de comercio y servicios.

Las micro y pequeñas empresas no solo han adquirido un papel predominante en la economía de la persona natural o jurídica, sino también en la economía y desarrollo del país, así mismo se han ido desarrollando distintas modalidades de gestión y organización administrativa generando oportunidades de trabajo ya que se concibe la necesidad de generar un auto trabajo o auto empleo, así como también generar trabajo hacia sus familiares o más allegados, reduciendo la pobreza por medio de actividades que no se necesitaba exclusivamente pertenecer a grandes imperios comerciales o al Estado.

Dado a que en la actualidad y en el mundo globalizado, que no solo se ha generado cambios en la economía sino también en los comportamientos de los mercados teniendo como factor irrelevante la Calidad de Servicio.

El problema de la Calidad de Servicio se presenta en las Micro y Pequeñas Empresas, ya que estas son constituidas de forma empírica, es decir sin tener conocimientos de actividades de gestión, administrativas y operacionales, así como también no apuestan por brindar un servicio de calidad, afectando a la economía del propietario, inversionista y del país.

En el presente estudio de investigación se pretende encontrar las principales características de la Calidad de Servicio que existe en las Micro y Pequeñas Empresas, especialmente en el rubro Cafeterías, con la finalidad de detectar áreas de oportunidad basada en la calidad de servicio que ofrecen y de esta manera realizar una mejora

continua, reduciendo cada vez más los problemas mediante el uso de herramientas, métodos e instrumentos de Gestión de Calidad en el servicio al cliente.

Además de ello el propósito de esta investigación también es ayudar y encaminar a los agentes administrativos, propietarios, inversionistas y recurso humano de estas Micro y Pequeñas empresas en la toma de decisiones en cuanto a la Calidad en el Servicio al cliente y en las actitudes que corresponden este criterio, para beneficio de estas personas empresarias del ámbito de estudio, de la sociedad y del país.

La calidad de servicio juega un papel importante dentro de las Micro y Pequeñas empresas y en todo ámbito comercial, ya que todo cliente ocasional o permanente siempre exige su satisfacción total tanto en el producto final, como en el trato, atención o servicio que le ha sido brindada, el contacto directo con el cliente es fundamental, una buena actitud y eficiencia con las que se desarrollen la venta o servicio genera una excelente reputación tanto de la empresa y de sus colaboradores.

Gracias a los continuos cambios producidos en los mercados competitivos se debe lograr ventajas competitivas, lealtad del cliente, oportunidades de negocio y por ende crecimiento económico.

A pesar que existen Micro y Pequeñas empresas que brindan buenos productos al menor precio, los clientes prefieren pagar un precio más alto cuando le brindan una buena calidad de servicio con el producto y sobre todo en el trato y amabilidad con el que se le atiendan; por ello se menciona que: La calidad de servicio es un arma competitiva que puede aplicar cualquier empresa sin importar su tamaño, además en estos tiempos de saturación publicitaria, el comprador es más sensible a un buen trato que a una campaña publicitaria. La calidad en el servicio está en darle al comprador más de lo que necesita en el momento correcto al precio correcto. (Instituto Peruano de Marketing, 2016).

En Europa, muchas empresas tiene como objetivo clave brindar una excelente calidad de servicio y satisfacción de sus clientes, para ser altamente competitivas, como lo explica Jiménez (2016), presidente ejecutivo de Quick Meals y Burgen King en España donde menciona que: “Tenemos un ambicioso plan de desarrollo en España. Queremos

aumentar nuestra participación y seguir poniendo foco en un servicio al cliente excepcional y en productos de gran calidad”.

En el Perú todavía hay deficiencias en cuanto a la calidad de servicio que las Micro y Pequeñas empresas ofrecen a sus clientes, ya que no están completamente capacitados en este tema de alto grado de importancia, es por ello que García (2014), catedrático de la Universidad de Piura en el Diario Gestión explico que: En el Perú, en cuanto a calidad de servicio estamos con el vaso medio lleno, que aún existe la mayor cantidad de experiencias de consumo negativas que positivas. Sin embargo, tenemos ventajas, sobre todo en espíritu emprendedor. Los peruanos tienen un corazón de servicio y son creativos. Esas son características especiales con las que podrían redondear bastante bien las mejoras: introducir un liderazgo, una guía adecuada y esquemas de gestión exitosas, la cual estas permitirán su permanencia en el mercado.

Así mismo en el distrito de Villa Rica, siendo considerado zona Cafetalera y tierra del Café más fino del mundo como en una de sus denominaciones, con alta concurrencia de turistas debido a la excelencia de su producto, lugares turísticos y cuna de forjadores de emprendimiento tal como son las Micro y Pequeñas Empresas, existiendo una gran variedad de estas, como en esta oportunidad y objeto de estudio e investigación que son las Cafeterías. Si bien es cierto que dentro de este distrito en algunas micro y pequeñas empresas tienen como principal característica la calidad de servicio y explotación de su producto y como resultado se observa el cumplimiento de expectativas de los clientes, pero también existe otras micro empresas que incursionan en el mundo del negocio, constituyendo sus Cafeterías careciendo de toda actividad administrativa, operativa y sin tener concepción de Calidad de Servicio; vale mencionar que también carecen de calidad organizativa e interactiva, afectando su desarrollo quedando en la estancada, y por ende su permanencia en el mercado; por lo tanto generando pérdidas económicas y porque no mencionar creando mala imagen al distrito y desarrollo del mismo; es por ello que se presenta el siguiente problema general: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en el servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016?.

Y para dar respuesta al problema en investigación se plantea el siguiente Objetivo General: Analizar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

Para poder llegar y desarrollar el objetivo general es necesario plantear los siguientes objetivos específicos tales y cuales son:

1. Determinar las principales características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.
2. Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.
3. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

Finalmente la justificación formó parte de esta investigación ya que se necesitó esclarecer los principales motivos por el cual se realizó el estudio, que conocimientos se obtuvo con la investigación, así mismo conocer las utilidades y beneficios que trajo consigo, de esta manera así como lo manifiesta el autor Bernal (2010), en la siguiente cita: En una investigación, la justificación se refiere a las razones del porqué y el para qué de la investigación que se va a realizar, es decir, justificar una investigación consiste en exponer los motivos por los cuales es importante llevar a cabo el respectivo estudio.

A nivel teórico la presente investigación se justifica porque cuenta con fundamentos que consolidan las fuentes de información altamente confiables empleadas para el logro de los objetivos tanto específicos como el objetivo general. También se justifica porque contribuirá al conocimiento de la Gestión de Calidad de Servicio en las Micro y Pequeñas Empresas, en el rubro de las Cafeterías y a otros rubros que guarden relación.

Así mismo esta investigación se justifica de manera práctica, ya que va generar información que pueda contribuir o encaminar hacia la toma de decisiones de los

propietarios, inversionistas y agentes administrativos; de manera para la obtención de beneficios propios como también beneficiar a los colaboradores gozando de un trabajo estable y a la sociedad en su conjunto.

Finalmente esta investigación se justifica metodológicamente ya que servirá de base para las futuras investigaciones en cuanto a la Gestión de Calidad de Servicio de este rubro, tanto en el distrito de Villa Rica como también en otros ámbitos geográficos. Además servirá como instrumento para posteriores investigaciones de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote u otras universidades en cuanto antecedente se trate.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1. ANTECEDENTES

Antúnez (2017), en su tesis denominada *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio rubro Restaurantes, en la Ciudad de Huarmey, 2016*; quien tuvo por objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), y los resultados fueron los siguientes:

- Respecto a las características de los representantes de las mypes fueron que el 72,7 % tienen de entre 31 a 50 años de edad, el 63.6 % de los encuestados son de género masculino, el 45.5 % cuentan con estudios superiores.
- Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas, el 63.6 % tienen de 1 a 5 trabajadores, solo el 40.9 % son formales y el 68.2 % tienen hasta 3 años de permanencia en el mercado.
- Respecto a las características de gestión de calidad, los resultados fueron que el 50 % de los propietarios o representantes de las mypes planifican sus actividades para una mejora continua, el 36% de los propietarios encuestados su prioridad ante los clientes es el Buen Trato, seguido del ofrecimiento de Platos de Calidad con un 27.3 %, de esta manera teniendo como resultado el aumento de las ventas en un 59.1 %.

Y las conclusiones de la investigación fueron las siguientes:

- Respecto a las características de los propietarios o representantes legales fueron que la mayoría de estos son personas mayores adultas, con un grado de educación Superior la cual influye en la experiencia reflejada en su negocio.
- Respecto a las características de las micros y pequeñas empresas, se concluye que la mayoría de ellas son informales, contando de entre 0 a 3 años de permanencia, desarrollándose con un personal de 1 a 5 personas por cada establecimiento.

- Respecto a las características de gestión de calidad en atención al cliente se concluye que los representantes están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de la mejora continua, indicando que priorizan la planificación de sus actividades, son negocios familiares y no consideran que la capacitación sea importante. Y en cuanto a la atención la mayoría de las mypes tienen como prioridad el buen trato al cliente contribuyendo así al aumento de ventas.

Goicochea (2016), en su investigación denominada *Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio-rubro Restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015*, tuvo por objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015. Donde tuvo los siguientes resultados:

- En cuanto a las características de los propietarios el 80 % de los empresarios encuestados tienen de 31 a 50 años de edad, el 80 % son dueños y representantes de las mypes, el 40 % de los encuestados tienen como grado de instrucción hasta estudios secundarios completo.
- En cuanto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas el 60 % de las mypes cuentan con una trayectoria de 7 años a más, mientras el 30 % son mypes que recién tienen de 1 a 2 años en el mercado, el 60 % de las mypes cuentan con 1 a 4 trabajadores. El 30 % de las mypes cuentan con 5 a 10 trabajadores, así mismo el 60 % de los trabajadores de estas mypes son empleados permanentes.
- En cuanto a las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes el 90 % afirma que tiene conocimiento acerca de Gestión de Calidad, el 80 % de las mypes encuestadas capacitan a sus empleados, el 60 % de las mypes encuestadas tienen un organigrama y un manual de Funciones, el 90 % de las mypes indican que sus actividades de compra son de manera planificada, pero el

50 % de las mypes indican que la infraestructura del local es un aspecto para su mejora.

Teniendo como conclusiones los siguientes datos:

- En cuanto a los representantes legales se concluye que son personas adultas, con estudios secundarios, y que son tanto representantes legales como dueños de su negocio.
- En cuanto a las Micro y Pequeñas Empresas se concluye que la mayoría de estas mypes vienen funcionando en el mercado por más de 7 años, la mayoría de la mypes brindan empleo hasta cuatro personas en cada uno de estos negocios, siendo personas permanentes.
- En cuanto a la gestión de calidad se concluye que la gran mayoría de los representantes tienen conocimiento sobre gestión de calidad, pero no existe el interés de los propietarios sobre este tema, no desarrollando ninguna política de calidad.

Arenas (2015), en su tesis denominada *Caracterización de la calidad del servicio y del impacto en la fidelización de los clientes, rubro restaurantes del distrito Huanchaco, año 2014*, quien tuvo por objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio y del impacto en la fidelización de los clientes, en el cual tuvo por resultados los siguientes:

- Respecto a las características de los clientes se encuentra que el 38% de los clientes tienen entre 36 a 45 años de edad, el 68 % son de sexo Masculino, el 70 % de los clientes encuestados tienen como grado de estudio Superior.
- Respecto a la calidad de Servicio en las Mypes, se encuentra que el 60 % de los encuestados les agradan el ambiente físico del restaurante, pero tan solo el 14% está satisfecho con el servicio brindado, el 68% de los encuestados afirman que el tiempo de espera para la degustación de los alimentos es demasiado, así como también el 68% de los encuestados perciben que la empresa no se preocupa por brindar una atención de calidad.

- Respecto a la fidelización de los clientes, el 86 % de los encuestados no recomiendan visitar el restaurant, el 84 % no volverán a ese mismo lugar, el 90 % de los clientes encuestados no volverían a visitar este restaurant aun así se vea cambios productivos en la calidad de atención y por último el 84 % de los encuestados no volverían a visitar este restaurant por el precio elevado.

Y las conclusiones de esta investigación fueron:

- Respecto a las características de los clientes, se concluye que los encuestados son personas de edad base 35 lo cual hace que tengan más experiencia critica, contando con estudios Superiores realizados.
- Respecto a la calidad de servicio, los clientes encuestados adujeron que en cuanto al ambiente, decoración del lugar , zona geográfica, limpieza entre otros intangibles habría sido de su agrado, sin embargo más de la mitad de los encuestados se encuentran insatisfechos con la calidad de servicio brindado ya que se demoraron en atenderlos, no acudieron a resolver sus dudas y reclamaciones, de esta manera así los clientes percibieron que la empresa, dueños, agentes administrativos y personal no se preocupaban por brindar una calidad de servicio. Además de ello los clientes encuestados expresaron que el costo del menú era elevado.
- Respecto a la fidelización de los clientes más del 80% de los clientes encuestados no estarían dispuestos a frecuentar el mismo restaurant, ni por el precio, calidad de productos y calidad de atención.

Ríos (2015), en su tesis denominada *Gestión de Calidad, Satisfacción de los Clientes y el Impacto en la Rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes-del distrito de Huanchaco, año 2014*; quien tuvo por objetivo general: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto a la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes- del distrito de huanchaco, año 2014; donde tuvo por resultados los siguientes:

- Con respecto a los datos generales del representante de la empresa, el 65 % de los representantes de las mypes encuestadas son de género Masculino, el 35 % de los representantes tienen entre 35 a 44 años de edad, y en cuanto al grado de instrucción se encuentra que el 60 % de los representantes tienen un grado de Superior Universitaria Completa.
- Con respecto a los datos de las Mypes, se obtiene que el 50 % de las mypes de estudio tienen entre 5 a 7 años dedicados al sector servicio, exclusivamente al rubro de restaurantes, el 90 % de las mypes son formales, el 95 % de los trabajadores dentro de las mypes de estudio son permanentes, y el 45 % de las mypes fueron creados para generar ingreso y solventar gastos familiares.
- Con respecto a la gestión de calidad el 50 % de los encuestados creen que el principal factor para generar calidad en el servicio es la buena atención, el 85 % de los encuestados consideran que si es importante la gestión de calidad, el 80 % de los representantes encuestados consideran que sus clientes si están satisfechos por el servicio que se le brinda.
- Con respecto a la rentabilidad se obtiene como resultado que el 60 % de los encuestados mencionan que su capital social asciende de 11 000.00 a 15 000.00, así mismo el 80 % reinvierten en la empresa, finalmente el 90 % de los encuestados afirman que la rentabilidad de la empresa ha mejorado en los 2 últimos años.

Y se tuvo las siguientes conclusiones:

- En cuanto a los gerentes de las mypes se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro de restaurantes encuestados en el distrito de Huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años, son de sexo masculino, y su grado de instrucción es de superior universitaria completa.
- En cuanto a las principales características de las Mypes, se concluye que tiempo que tienen en el sector servicios es de 5 a 7 años, la mayoría de estas son formales y la principal razón para su creación es para generar ingresos y solventar gastos familiares.

- En cuanto a la gestión de calidad se concluye que más de la mitad de los representantes encuestados afirman que el principal factor para generar calidad es la buena atención, afirmando que sus clientes se encuentran satisfechos con la calidad de atención brindada.
- En lo que se refiere a la rentabilidad la gran mayoría de los representantes encuestados reinvierten en su empresa, haciendo que el capital y rentabilidad mejore.

Campos (2015), en su tesis denominada *Gestión de Calidad y Competitividad de las Mype rubro Restaurantes Cevicherías del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015*. Donde tuvo como objetivo general: Determinar la manera en la cual influye la gestión de Calidad y la competitividad en las Mype rubro Restaurantes Cevicherías del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015. Y tuvo los siguientes resultados: en cuanto a la Gestión de Calidad se encuentra que el 100 % de las mypes encuestadas dicen que están desarrollando correctamente los procesos de elaboración de alimentos, el 67 % no usan información para la toma de decisiones, el 100 % realizan su compra de manera planificada, el 100 % indican que tienen un flujo de comunicación activo, el 100 % se capacitan, el 100 % no cuentan con visión y misión institucional, el 100 % tienen interés por la calidad, pero el 67 % no toman decisiones frecuentemente para la mejora de su empresa. Y tuvo las siguientes conclusiones: Se concluye que la gestión de calidad influye en la competitividad, pero no hay interés por los propietarios o administradores. La falta de conocimiento y la resistencia al cambio trae como consecuencia el bajo nivel de competitividad y disminución de las ventas. Por último se concluye que estas mypes presentan debilidades a la importancia de ajuste a los precios, a las nuevas tendencias de innovación para la satisfacción del cliente.

Hernández (2015), en su tesis denominada *Gestión de Calidad, Marketing y Competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*. Donde tuvo por objetivo general: Determinar y dar a conocer las principales características de la gestión de calidad, marketing y

competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014. Y tuvo los siguientes resultados:

- Respecto a los gerentes y/o administradores se obtuvo como resultado que el 40 % de los gerentes tienen una edad entre los 30 y 40 años, el 66.67 % de los encuestados son de género femenino, el 53.33 % de los gerentes y/o administradores encuestados solo cuentan con un grado de instrucción de secundaria completa y el 13.33 % de los encuestados tienen estudios superiores universitarios.
- Respecto a la gestión de calidad se asegura que el 66.67 % de las Mypes encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio, el 53.33 % de las Mypes encuestadas piensan que la calidad más el precio son el principal criterio al momento de escoger a sus proveedores, el 53.33 % de las Mypes encuestadas no tienen conocimientos sobre la Norma ISO 9001, el 60 % de las Mypes encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo.
- Respecto a la competitividad; el 66.67 % de las Mypes encuestadas aplican la innovación tecnológica, el 60 % de las Mypes encuestadas optan por la estrategia de liderazgo general en costos, el 73.33 de las Mypes indican que el riesgo principal de su establecimiento es la ubicación del restaurante y el 73.33 % de las Mypes encuestadas indican que tienen como amenaza externa el crecimiento acelerado en el número de restaurantes en el distrito.
- Respecto a la satisfacción de los clientes; el 75 % de los clientes encuestados indican que el precio establecido por el restaurante es accesible, el 62.5 % de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera es normal, mientras que el 12.5 % indican que el tiempo de atención es excesivo.

Se obtuvo las siguientes conclusiones:

- En el estudio se concluye que el marketing y la competitividad de las Mypes del rubro restaurantes son puntos que aún están muy lejos de estar

entre los estándares óptimos que permitan realizar una correcta gestión en sus negocios.

- Se concluye que no se lleva una correcta gestión de proveedores y de insumos y que a pesar de que se manifiesta que se exige calidad y precio, la autora de este estudio observó que la manipulación de los productos esta apartada de la calidad.
- Se concluye que las condiciones de higiene en ocasiones los limita a la obtención del carnet de sanidad, y por último se concluye que los gerentes y/o administradores no ponen énfasis en gestionar calidad.

## **2.2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

### **Las Micro y Pequeñas Empresas**

Las Micro y Pequeñas empresas del presente estudio que son las Cafeterías son unidades prestadoras de servicio constituidas por personas naturales y jurídicas que buscan solución a sus problemas económicos en el distrito de Villa Rica, implementando sistemas organizativos de servicio para lograr un empleo propio y empleo para sus familiares, de esta manera y así como lo manifiesta la Ley N° 28015 donde explica que: La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Ley de Promoción y Formalización de las micro y pequeñas empresas, 2003, título I, art. 2).

El 100.0 % de las Micro y pequeñas empresas del rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, son empresas formales, dedicadas al sector servicio y se rigen según la Ley y de acuerdo a la normatividad vigente.

### **Características de las Micro y Pequeñas Empresas**

Las características de las Micro y Pequeñas Empresas deben regirse a la Ley en cuanto al número de los trabajadores y nivel de ventas anuales de

acuerdo a Unidades Impositivas Tributarias (UIT), este último es el más importante. Esta investigación se limitó a estudiar exclusivamente Las Microempresas, por ser el caso de las Cafeterías en el distrito de villa Rica; se puede llamar micro a aquellas empresas que su nivel máximo de UIT sea de 150, es decir esta empresa durante un año deberá tener una venta máxima de S/. 577 500.00 nuevos soles (monto al año 2016, con el valor de la UIT de 3,850.00 cada una) y estar inscrito en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

Según la Ley N° 30056 Las Micro y Pequeña Empresa deben ubicarse en algunas de las categorías empresariales, establecidas en función a sus ventas anuales:

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
- **Pequeña Empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- **Mediana Empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

(Ley de Impulso al desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, 2013, art. 11).

Esta información sirvió para que los microempresarios de este rubro y sector tributen de acuerdo a la Ley, y de esta manera eviten ciertas infracciones y multas que la ley estipula.

### **Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas**

Las Micro y Pequeñas empresas , exclusivamente las Cafeterías del distrito de Villa Rica juegan un papel muy importante dentro de la economía tanto de la persona como del país, ya que esta contribuye al emprendimiento, generando empleos en la zona, dando solución a los problemas de la pobreza, y aumentando el Producto Bruto Interno, así como lo menciona el Ministerio de Trabajo donde manifiesta que Las micro y pequeñas empresas, brindan empleo a más de 80% de la Población Económicamente Activa (PEA) y generan el 40 % del Producto Bruto Interno

(PBI). Constituyendo el principal motor de desarrollo del Perú. Sin lugar a duda las micro y pequeñas empresas son merecedoras de un título de importancia dentro del país, por ser fuente principal de empleo no solo en las zonas urbanas sino también en las zonas rurales como es el caso del distrito de Villa Rica.

Conocer la importancia de las micro y pequeñas empresas permiten a las personas que tienen su capital en mano, o personas con fuentes de financiamiento incursionar en negocios de emprendimiento con altos resultados económicos y de esta manera puedan trabajar de forma independiente. Así mismo el 90.0 % de las mypes del presente estudio son empresas en desarrollo, esto quiere decir que son empresas que tienen la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital, expandirse y a la vez generar empleos a terceras personas.

### **Clasificación de las Micro Empresas**

Las micro y pequeñas empresas, especialmente las Cafeterías del distrito de Villa Rica son constituidas generalmente para tener ingresos económicos, estabilidad económica, generar empleo, entre otros; pero algunas de ellas son constituidas porque observan que el negocio de las cafeterías son rentables y quieren incursionar en ello sin tener conocimiento administrativo y como consecuencia fracasan; por lo expuesto Aguilar (1994), considera tres tipos de Microempresas:

- **Microempresa de sobrevivencia:** Tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos.
- **Microempresa de subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- **Microempresa en crecimiento:** Tienen la capacidad de retener ingreso y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos.

Conocer la clasificación de las micro empresas permite que los empresarios, tomen conciencia y determinen a que grupo pertenecen. Es

esta investigación se obtuvo que el 90.0 % de las empresas estudiadas son microempresas en crecimiento y el 10.0 % son microempresas de sobrevivencia.

## **Gestión de Calidad**

### **Gestión**

Es un conjunto de actos, operaciones y trámites que realiza una persona cual fuere su categoría dentro o fuera de una empresa, negocio o institución para lograr objetivos específicos, de esta manera Pérez & Merino (2008), explican que la gestión es un conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también llamada la dirección o administración de una compañía o un negocio.

Conocer el significado de gestión ha permitido que los involucrados de la empresa amplíen sus conocimientos y tengan un concepto de mayor puntualidad.

### **Calidad**

La calidad es un conjunto de herramientas tanto tangibles como intangibles que debe ser ofrecido desde el inicio de actividades ya sea de comercio, servicios, actividades de producción y otros, hasta el final. Dicho esto se considera que la calidad no solo concierne al producto ofrecido sino también al trato brindado. La calidad ofrecida en las Micro y Pequeñas Empresas en el rubro Cafeterías, es regular ya hay negocios que tienen claro el concepto y en cuanto al producto excelente, pero en cuanto al servicio brindado presentan desventajas. Por ello se dará a conocer los siguientes conceptos:

Para La American Society for Quality Control (1974), la calidad es el conjunto de funciones y características de un producto, proceso o servicio que le confieren la capacidad necesaria para satisfacer las necesidades de un determinado usuario. Según la Norma ISO 9000 (2000), define la calidad como el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (necesidades o expectativas establecidas). Los requisitos deben satisfacer las expectativas del cliente, de esta manera se puede

cuantificar mediante la diferencia que existe entre el servicio recibido y servicio esperado. Y otras de las definiciones es de La Real Academia Española (2002), donde define a la calidad como: Conjunto de cualidades que constituyen la manera de ser de una persona o cosa, a la vez también define que la calidad es la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten juzgar su valor.

Conocer la definición de Calidad a permitido a los propietarios de las Micro y Pequeñas empresas afianzar sus conocimientos con significados 100 % verídicos, y de esta manera ofrecer calidad en todo ámbito, es por ello que en este presente estudio se obtuvo que la mayoría de Mypes tienen conocimiento acerca de calidad.

### **Gestión de Calidad**

La Gestión de Calidad no solo se centra en la presentación del producto sino también en los procesos que estos requieran, por ello la Gestión de Calidad es un conjunto de normas y mecanismos correspondientes a una organización para administrar de manera organizada un proceso, en este caso la Calidad. De tal manera que la gestión de Calidad dentro de una organización de cualquier tamaño en este caso Micro y Pequeña empresa es de vital importancia desde la planificación, hasta el último proceso de venta y post venta. Como lo indica el autor Pola (1988), en su libro titulado Gestión de Calidad, donde explica que “la gestión de calidad es un conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función de la calidad en una empresa” (pág. 23), esta tarea consta con los siguientes aspectos:

- Definir políticas de calidad de la empresa en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.
- Establecer objetivos claramente definidos acordes con las políticas de la empresa.
- Realizar la planificación con base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.

- Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- Seleccionar y tomar al personal para cada puesto de trabajo.
- Motivar a la gente para el logro de objetivos.
- Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias.

Conocer la definición ayudó a los empresarios, inversionistas, propietarios y agentes administrativos a tener pleno conocimiento en cuanto gestión y así evitar pérdida de tiempo con la planificación y control de cada uno de sus procesos del producto o servicio. Así mismo esta investigación ha permitido a los empresarios gestionar y controlar de manera progresiva la calidad en todos los procesos necesarios. En el presente estudio se obtuvo que el 80.0 % de las mypes encuestadas tienen conocimiento de Gestión de Calidad.

### **Beneficios de la Gestión de Calidad**

Las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías son constituidas por personas emprendedoras, de tal manera que la gestión de Calidad en este sector compromete a todo sistema organizativo desde alta gerencia hasta el último que integra la jerarquía en el organigrama. Es por ello que la Norma ISO 9001, expone los siguientes beneficios de la gestión de calidad en una organización:

- Permitirá a la empresa a convertirse en un competidor más consistente en el mercado.
- Las empresas tendrán métodos más eficaces de trabajo que ahorraran tiempo, dinero y recursos.
- La gestión de Calidad Mejora el desempeño productivo, lo cual reduce errores y aumenta beneficios.
- Motiva y aumenta el nivel de compromiso del personal a través de procesos internos más eficientes.
- Aumenta el número de clientes valiosos a través de un mejor servicio al cliente.

El 90.0 % de las Mypes en estudio consideran que la Gestión de Calidad genera una mejora continua en sus empresas, es por ello que tras el conocimiento de los beneficios de la Gestión de Calidad ayudó a las Micro y Pequeñas Empresas a controlar y mejorar su rendimiento, seguir actuando con eficiencia y desempeñando la labor de brindar un servicio de calidad para una mejora continua y desarrollo en sus negocios.

### **Principios de la Gestión de Calidad**

Los principios de la Gestión de Calidad son las herramientas de trabajo con la finalidad de llevar a los directivos de las organizaciones hacia una mejora en el desempeño.

Según la Norma ISO 9000 (2000), estos principios son los siguientes:

- **Enfoque al cliente:** Los clientes son la clave fundamental de toda empresa o negocio, es por ello que las empresas deben conocer sus necesidades, satisfacerlas y superar sus expectativas. De acuerdo con este principio es necesario dar a conocer que las necesidades de los clientes con cambiantes, y esto se debe a que los clientes cada vez están más informados, son más exigentes y van creando barreras en cuanto a su satisfacción.
- **Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización. Los líderes en esta investigación vienen a ser los propietarios o agentes administrativos que deberán poner énfasis al clima organizacional que haya dentro de su negocio.
- **Participación del Personal:** El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización. Como ya se mencionó en el principio anterior un buen clima organizacional se ve reflejado en las acciones de cada uno de los integrantes de la empresa, a esto se debe adicionar la capacitación,

motivación a través de incentivos y reconocimientos para que desde manera el personal se sienta comprometido y sobre todo contento

- **Enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionen como un proceso.
- **Enfoque de sistemas para la gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus actividades objetivos. Esto quiere decir que deberá poner énfasis y cuidado en cada uno de los procesos, ya que si uno de ellos falla el objetivo se verá inconcluso.
- **Mejora continua:** La mejora continua del desempeño global de una organización debería ser un objetivo permanente de esta. Para lograr una mejora continua es necesario aplicar las técnicas de la administración que son planificar, organizar, dirigir y controlar.
- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información. Esto quiere decir que la planificación dentro de una organización es de suma importancia, basarse con datos reales, proyectando hacia el futuro, ya que una vez tomada la decisión no habrá marcha atrás.
- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor, es decir es necesario que la empresa y los proveedores sean uno solo, así de esta manera serán más competitivos, mejorando su productividad y rentabilidad.

El 80.0 % de las Mypes estudiadas se basan en todos los procesos que realizan para tener un buena Gestión de Calidad en el servicio al cliente, además conocer los principios de la Gestión de Calidad a permitido que se obtenga beneficios tanto en el nivel interno de la organización como a nivel externo, y también contribuye a la gestión de costos, procesos y riesgos, minimizando tiempo, costos y recursos.

## **Procesos para la Gestión de Calidad**

En algunas Cafeterías del distrito de Villa Rica, el proceso que se da en las Micro y Pequeñas empresas, son de forma intuitiva, ya que los representantes no realizaron un estudio de mercado en cuanto a las necesidades de los clientes para la formación de sus negocios, además de ello caen en el conformismo y no ambicionan a surgir progresivamente. Es por ello que Juran (2001), plantea que existen tres procesos básicos para la gestión de calidad.

- **Planificación de la calidad:** Es el proceso de preparación para cumplir los objetivos de calidad, identificando en primer lugar a los clientes y sus necesidades para luego diseñar los productos o servicios. Con la planificación estratégica también se determina las metas a cumplir en un plazo determinado.
- **Control de calidad:** Se da durante los procesos, estableciendo unidades de medición para evaluar la información, para medir el desempeño real de cada uno de los procesos de manera que se pueda optimizar los recursos y el tiempo tomado para el procedimiento.
- **Mejora de la calidad:** El proceso de alcanzar niveles de desempeño sin precedentes, es decir el compromiso y la necesidad de mejora con el uso de técnicas fundamentales para el crecimiento de la empresa. Además de ello sirve para que todas las actividades para mantener la calidad en su nivel planificado.

La Gestión de Calidad comprende los requerimientos que debe tomarse por los empresarios, inversionistas y agentes administrativos para lograr con los objetivos propuestos, empezando por la planificación, llevando un control adecuado y objetivo; de esta manera observarán resultados a su favor, en este sentido se obtiene que el 50.0 % de las mypes estudiadas planifican sus actividades, mientras que el 10.0 % realizan actividades de manera improvisada.

## **Sistema de Gestión de Calidad**

El sistema de gestión de calidad son actividades empresariales, planificadas y controladas que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad como lo indica el ISO 9001 (2015), donde afirma que esta norma es la base del Sistema de Gestión de la Calidad, ya que es una norma que se centra en todos los elementos de la gestión de la calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. También se define como las herramientas que permiten dar coherencia a todas las actividades que se realizan para alcanzar el propósito de las organizaciones.

Un adecuado sistema de gestión de calidad en las empresas permite a los empresarios, inversionistas y agentes administrativos tener una secuencia sistematizada en el control de todos sus procesos.

## **Elementos del Sistema de Gestión de Calidad**

Las Micro y Pequeñas empresas del distrito de Villa Rica, especialmente las Cafeterías desconocen en cuanto a los elementos totales del sistema de gestión de calidad; es decir tienen los recursos monetarios, pero carecen de actividades organizacionales y estrategias para el crecimiento de su empresa, es por ello que la Norma ISO 9001 da a conocer los siguientes elementos de la gestión de calidad:

- **Estructura Organizacional:** Es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma. El líder tiene la obligación de delegar funciones, así como también poner a personas encargadas para la supervisión de otros subordinados. De esta manera se optimizara el tiempo.
- **Planificación:** Constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa llegar al logro de los objetivos que se ha planteado.

- **Recursos:** Es todo aquello que se va a necesitar para alcanzar el logro de los objetivos de la organización. Equipos, personas, dinero, infraestructura.
- **Procesos:** Conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades así como sus responsables.
- **Estrategias:** Son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Objetivos y políticas.

Es importante ya que ha permitido a los empresarios, inversionistas o agentes administrativos estructurar y organizar todas sus actividades, para el beneficio de la compañía, colaboradores optimizando costos, tiempo, recursos y reducir riesgos. El 40.0 % de las mypes estudiadas afirman que las actividades que realizan son planificadas y en ocasiones improvisadas.

### **Beneficios del Sistema de Gestión de Calidad**

La norma ISO 9001 de sistemas de gestión de la calidad proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirlos hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto

Los beneficios que aporta la implementación del ISO 9001 a las empresas son:

- Promueven una mayor participación de los empleados, ya que la norma busca que estos estén cada vez más comprometidos con su labor a realizar.
- Permite la mejora en la imagen y credibilidad ante terceros, es decir el ISO brinda una certificación y esto para los clientes en una

garantía y confiabilidad para la adquisición de los productos o servicios.

- Logra maximizar la satisfacción de los clientes y fidelización de los mismos.
- Fomenta una cultura basada en la mejora continua.
- Otorga más evidencia a las organizaciones para la toma de decisiones basándose en hechos reales y no intuitivos.
- Fomenta el compromiso con los socios y accionistas.

Los beneficios que trae consigo la implementación del sistema de gestión de calidad son fundamentales para el progreso de toda empresa, es por ello que los propietarios deben hacer todo lo posible para obtener su certificación.

### **Calidad de Servicio al cliente**

La calidad en el servicio es una estrategia y metodología de las empresas cual sea su tamaño para la captación de clientes, ya que un cliente bien atendido es un cliente que regresará para consumir los productos o para adquirir un servicio, y para lograr y garantizar un servicio eficaz es necesario considerar que los ejecutivos del servicio, administradores y recurso humano cuenten con características adecuadas para el puesto, ser personas confiables, de amplio criterio, proactivos, amables y comprometidos; de esta manera la Norma ISO 9000 (2000), define la calidad de servicio como el aseguramiento de un resultado satisfactorio procedente de una actividad, en la interfaz entre el proveedor y el clientes, siendo el servicio generalmente intangible. Otro concepto es según Grönroos (1984), donde dice que la calidad en los servicios se viene considerando uno de los asuntos más importantes en el mundo de los negocios en la actualidad. Además, ha ido adquiriendo un papel preponderante para las organizaciones, ya que se ha convertido en una estrategia que permite satisfacer al cliente y contar con su lealtad. El siguiente autor Aguilar (2010), conceptualiza a la calidad de servicio y explica que los componentes de una buena calidad de servicio son la

confiabilidad para ofrecer un servicio de una manera exacta, segura y consiente, respuesta para brindar un servicio puntual, conocimiento y cortesía.

La mejor estrategia que adoptan los empresarios, propietarios y agentes administrativos de las micro y pequeñas empresas es la entrega total de una buena calidad de servicio, de esta manera se tiene clientes fidelizados, de consumo frecuente, buena perspectiva y reputación del negocio en marcha.

### **Importancia de la Calidad de Servicio al cliente**

Los clientes, motivo y razón principal de las empresas, negocios e instituciones prestadoras de servicios están cada vez más informados poniendo estándares de satisfacción cada vez más altos, es por ello que las empresas se ven en la necesidad no solo de ofrecer un buen producto sino también poner énfasis en la amabilidad otorgada, como lo indica Núñez (2009), donde indica que la competencia en los mercados del mundo globalizado es cada vez mayor, por ello las empresas además de enfocarse en sus productos ofrecidos también se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento del servicio, de la calidad de servicio.

Conocer la importancia ha permitido que los empresarios tomen conciencia y enfatizen sus procesos en cuanto a calidad de servicio poniendo énfasis en las necesidades de los clientes.

### **Dimensiones de la Calidad de servicio al cliente**

Estas dimensiones permiten a los agentes administrativos, propietarios y recurso humano tener nociones de convivencia con el cliente para su plena satisfacción y de esta manera poder fidelizarlos.

Según Fernández (2011), hay dimensiones de calidad en el servicio:

- **Confiabilidad:** Consiste en respetar lo prometido al cliente, así como los niveles de exactitud requeridos, otorgando el producto o servicio de acuerdo con lo previsto y estipulado. Esta dimensión es muy importante ya que el cliente debe estar 100 % fiado tanto del

producto, del proceso de este y el tiempo de espera para ser atendido.

- **Comprensión:** Implica la realización de esfuerzos serios para proveer atención esmerada e individual. Se entiende por comprensión a la interacción veraz entre el agente vendedor o ejecutivo del servicio con el cliente o comprador.
- **Capacidad de Respuesta:** Es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando y respondiendo operaciones rápidamente a las demandas. Existe clientes con alto grado de demanda, como los clientes ocasionales, todos ellos importantes y razón de la prosperidad de negocio, por ello se debe atender sus pedidos de manera eficaz.
- **Competencia:** Consiste en poseer las habilidades y conocimiento requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal que atiende a los clientes. En el mundo de la competencia es necesario estar a la vanguardia, capacitando al recurso humano para la mayor destreza posible.
- **Accesibilidad:** Se refiere a la facilidad de contacto y acercamiento, a no hacer esperar a los usuarios. Se logra con una atención expedita al cliente, una ubicación conveniente y el establecimiento de horas adecuadas de atención. Esta dimensión hace referencia al horario de atención según el rubro de la empresa, la influyente ubicación geográfica y la atención personalizada al cliente.
- **Credibilidad:** Desempeñarse con veracidad y honestidad, con objeto de lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes. Comprende el producto o servicio, la reputación de la empresa y las características del producto. El cliente debe poseer la seguridad de que su elección realmente fue correcta.
- **Cortesía:** Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. La cortesía sin eficiencia o la eficiencia si cortesía no tienen impacto positivo que puede tener la combinación de estas características. Ser cortés y amable es una de

las dimensiones más importantes de la calidad de servicio y uno de los puntos más relevantes que deben tener en cuenta los agentes administrativos y propietarios.

- **Tangibilidad:** Evidencia de los beneficios que obtuvo el cliente al comprar el producto o servicio. Implica la apariencia de la infraestructura, instalaciones físicas, equipos, personal y otros materiales de comunicación. Es el sentimiento que produce la satisfacción de la percepción de un buen servicio.
- **Empatía:** La empatía va más allá de la cortesía: consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas. Es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender sus necesidades y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía implica servicio esmerado e individualizado.
- **Responsabilidad:** Servir al cliente pronto y eficazmente. Cuando los clientes no pueden comunicarse con la empresa debido a la burocracia, o cuando sus necesidades no son atendidas, perciben escasa responsabilidad.

### **Niveles de la Calidad de Servicio al cliente**

Si bien es cierto en el mundo globalizado y en la actualidad se ha dado un lugar importante a la Calidad en las empresas cual fuere su clasificación (micro, pequeña, mediana o grande). Cabe mencionar que no solo se podrá decir que se ofrece Servicios de Calidad en el momento interactuado sino también antes y después del servicio brindado.

- **Servicio de Preventa:** Provee al consumidor de información y auxilio en el proceso de toma de decisiones. La primera impresión y los elementos que conforman el ambiente del negocio, son pieza clave para el cliente, el orden con el que se ubican los productos, la decoración, la limpieza entre otros.
- **Servicio en la transacción:** Esta directamente asociado con la transacción entre la empresa y sus clientes. Es la interacción que existe entre el agente del servicio con el cliente, esta debe ser de

manera fluida, respetuosa y sobre todo actuar con amabilidad y/o apego.

- **Servicio Postventa:** Tiene lugar después de la venta. La calidad de servicio no es más que cumplir y exceder con las expectativas de los clientes, de tal manera que se logre la fidelización del cliente.

### **Métodos para mejorar la calidad de servicio al Cliente**

La supervivencia de las Micro y Pequeñas Empresas dependen de la capacidad de atraer, retener y fidelizar clientes, para ello estas empresas deben tener en cuenta los métodos que deben utilizar para lograr sus objetivos y de esta manera llegar a una mejora continua.

- **Motivar a los empleados:** El líder, propietario o agente administrativo deberá conocer las aptitudes, habilidades, destrezas como también las debilidades de cada uno de sus colaboradores, de esta manera podrá ayudarlos y encargarles un puesto específico. Este método incluye la inversión en la capacitación, dirigir capacitaciones en base a problemas específicos que se presenten en la empresa y buscar la solución óptima para el logro de objetivos. Motivar a los empleados también incluye el reconocimiento, las recompensas económicas, el buen clima organizacional manteniendo comunicación abierta, es decir que los empleados se sientan seguros y a gusto con su trabajo, a gusto con sus compañeros y líderes; de esta manera realicen sus tareas con vocación hacia el servicio, es decir brindar un servicio de calidad.
- **Medir el desempeño en el servicio al cliente:** Incluye la habilidad para resolver los problemas, consultas y dudas de manera rápida y de manera personal. Otro método para medir el desempeño es pedir retroalimentación a los clientes, es decir pedir detalles como por ejemplo en que le gustaría que el servicio mejore y para ello se deben utilizar herramientas como las encuestas, entrevistas y otros. De esta manera se podrá implementar procesos para prevenir que los problemas vuelvan a ocurrir.

- **Definir las metas de servicio:** En este método se considera la misión de la empresa, y la misión con los clientes. Se toma en cuenta a toda la organización para el correcto funcionamiento y logro de metas y objetivos propuestos.
- **Actualizar herramientas de servicio:** Implementar tecnologías que faciliten al cliente en el momento de pago, como por ejemplo los sistemas pos, ya que se sabe que ahora son pocas las personas que maneja efectivo. Otra herramienta para la comodidad de la empresa y de los clientes es implementando un sistema integrado, y el manejo de las redes sociales ya que permiten la interacción rápida con ellos y de esta manera hacer la empresa cada vez más conocida.

En esta investigación se obtuvo que el 90.0 % de las mypes estudiadas si capacitan a sus colaboradores, así mismo también se obtuvo que el 50.0 % de las mypes estudiadas motivan a sus colaboradores a través de las constantes capacitaciones y el 40.0 % brindan motivación a través de un trato y ambiente familiar.

### **MARCO CONCEPTUAL**

- **Cafeterías:** Son establecimientos o ambientes donde ofertan el producto del café y otros aperitivos como te, chocolate, tortas, empanadas y otros preparativos.
- **Cliente:** Los clientes son aquellas personas por la cual existen los negocios, ya que son agentes demandantes de productos y servicios.
- **Mejora continua:** La mejora continua es el avance progresivo que se da dentro de una organización, se ve reflejado en las utilidades y procesos que se llevan a cabo.
- **Fidelización:** La fidelización indica lealtad de un cliente ya sea a un determinado producto o a un servicio, y que la relación que existe entre el vendedor con el comprador sea estable y duradera.

- **Mypes:** Las Micro y Pequeñas Empresas son unidades conformadas por personas naturales y jurídicas con la finalidad de obtener ganancias económicas, independizarse y generar empleo o autoempleo.
- **Calidad de servicio:** Son las herramientas que se utiliza para poder satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los clientes en un determinado espacio, esto involucra un buen servicio de principio a fin.
- **Rentabilidad:** La rentabilidad son las utilidades y beneficios que trae una acción u operación, como por ejemplo cuando se dice que la inversión hecha da fruto, da resultado por ende es rentable.
- **Motivación:** Es el empuje que se da a otra persona con la finalidad de que esta realice sus tareas eficientemente como motivación económica, con reconocimientos y apoyo constante.

### III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva.

### IV. METODOLOGÍA

#### 4.1. Diseño de la Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño No experimental, transversal y descriptivo.

- No experimental porque no se manipuló las variables o no se modificó el objeto en estudio. Así mismo no se alteró el fenómeno en contexto, solo se observó el desarrollo de funciones de las Micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco; sin ninguna variación.
- Transversal porque se realizó en un tiempo determinado, es decir la investigación tuvo una fecha de inicio y otra de fin.

- Descriptivo, porque se encargó de describir las principales características de los representantes en cuanto a La Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas.

#### 4.2. Población y Muestra

Para el presente estudio de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco en el año 2016 se identificó la población constituida por 10 micro empresas de este rubro.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó una muestra dirigida al total de la población.

#### 4.3. Definición y Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional Indicadores	Escala de Medición
Características de los propietarios o representantes de las Micro y Pequeñas Empresas	Son aquellas personas que están al mando de una empresa, estas mismas pueden ser los propietarios como también administradores según sea la necesidad del caso.	Cargo que ocupa en la Mype	<b>*Nominal</b> -Propietario(a) -Administrador (a)
		Tiempo que ocupa el cargo	<b>*Ordinal</b> -De 1 año a 3 años -De 3 años a 5 años -De 5 años a más años
		Edad del representante	<b>*Ordinal</b> -De 18 a 30 años -De 31 a 45 años -De 46 a más años
		Género del representante	<b>*Nominal</b> -Masculino -Femenino
		Grado de Instrucción	<b>*Ordinal</b> -Nivel Primario -Nivel Secundario -Nivel superior No Universitario

			-Nivel Universitario
Características de las Micro y Pequeñas Empresas	Las Micro y Pequeñas Empresas son unidades económicas constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	<b>*Ordinal</b> -De 1 año a 3 años -De 3 años a 5 años -De 5 años a más años
		Número de Trabajadores	<b>*Ordinal</b> -De 1 a 3 trabajadores -De 4 a 6 trabajadores -De 7 a 10 trabajadores -De 11 a más trabajadores
		Estabilidad Laboral	<b>*Nominal</b> -Eventuales -Permanentes
		¿Las personas que trabajan son?	<b>*Nominal</b> -Familiares -Terceros -Ambos
		Clasificación de la empresa	<b>*Nominal</b> -Sobrevivencia -Subsistencia -En Crecimiento
Características de la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente	Es un conjunto de normas y mecanismos correspondientes a una organización para administrar de manera organizada un proceso de esta manera poder brindar hacia sus clientes una buena	Gestión de Calidad	<b>*Nominal</b> -Sí -No
		¿La Gestión de Calidad genera una mejora continua en la empresa?	<b>*Nominal</b> -Sí -No
		¿Gestión de Calidad basado en?	<b>*Nominal</b> -Proveedores -Trabajadores -Todos los procesos

calidad de servicio en todos los procesos que se realice.	Actividades	<b>*Nominal</b> -Planificadas -Improvisadas -Ambos
	Aplicación de la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente	<b>*Nominal</b> -Sí -No -A veces
	Capacitación al personal	<b>*Nominal</b> -Sí -No -Solo a los trabajadores permanentes
	¿Cómo motiva al personal para que ofrezcan Calidad en Servicio?	<b>*Nominal</b> -Constantes capacitaciones -Trato y ambiente familiar -Reconocimientos económicos -Flexibilidad en permisos
	¿Existe un buen Clima Organizacional?	<b>*Nominal</b> -Sí -No
	¿Qué es lo más importante para brindar Calidad de Servicio?	<b>*Nominal</b> -Producto Final -Amabilidad en el Servicio -Infraestructura -Precio -Todas

		¿Que considera que lo diferencia de las demás empresas?	<b>*Nominal</b> -Buen Trato -Materia Prima y buen sabor del producto -Ambiente de la empresa -Años en el mercado -Precios bajos -Todas
		¿Cuenta con un Plan Estratégico?	<b>*Nominal</b> -Sí -No
		¿Qué considera que debe cambiar o mejorar?	<b>*Nominal</b> -Infraestructura y decoración -Ambiente -Productos -Precio -Trato al cliente -Ninguna
		¿Cómo contribuye con la economía del distrito?	<b>*Nominal</b> -Promoción del producto -Generación de empleo -Compra y Venta -Todas

#### 4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas según como lo explica Rodríguez (2008).

La técnica que se utilizó para la investigación, es la encuesta ya que es un procedimiento que permite obtener datos de diferentes representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías.

Así mismo, el instrumento que se empleó para la investigación es el cuestionario estructurado con preguntas cerradas relacionadas con la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente, con la finalidad de evaluar las respuestas y de esta manera tener una evidencia cercana en cuanto al estudio investigado.

Estructura de la encuesta:

- 05 preguntas con respecto a los representantes de la empresa.
- 05 preguntas con respecto a las Micro y Pequeñas Empresas.
- 13 preguntas con respecto a la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente.

#### **4.5. Plan de Análisis**

Para desarrollar el plan de Análisis de esta investigación se utilizó diversos programas de Microsoft office 2013, tales como:

- Word 2013 ya que es una herramienta Ofimática de mucha utilidad para la redacción y modificación de textos.
- Excel 2013 que sirvió para la elaboración de tablas y gráficos de la investigación.
- Finalmente se utilizó la conversión de la herramienta Word 2013 a un formato de documento portátil (PDF).

#### 4.6. Matriz de Consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	POBLACION Y MUESTRA	MÉTODOLOGIA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<b>GESTION DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO CAFETERIAS DEL DISTRITO DE VILLA RICA, OXAPAMPA, PASCO, AÑO 2016</b>	¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en el servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016?.	Analizar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.	Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente	<b>POBLACION</b> Para el presente estudio de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco en el año 2016 se identificó la población constituida por 10 micro empresas de este rubro.	<b>TIPO:</b> Descriptivo	<b>TECNICA:</b> Encuesta
		<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>			<b>NIVEL:</b> Aplicado con enfoque cuantitativo	
		*Determinar las principales características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.			<b>DISEÑO:</b> *No experimental porque no se manipuló las variables o no se modificó el objeto en estudio  *Transversal porque se realizó en un tiempo determinado.	
		*Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.			*Descriptivo, porque se encargó de describir las principales características de la gestión de calidad en el servicio al cliente.	
		*Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.		<b>MUESTRA</b> Para el desarrollo de la investigación se utilizó una muestra dirigida al total de la población.		<b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario estructurado

#### **4.7. Principios Éticos**

**Derecho de Autor:** Se considera este principio ético, ya que se toma como referencia a los diferentes autores para las bases de esta investigación sin manipular sus afirmaciones, así mismo se respeta el derecho de autor con respecto a los antecedentes que hicieron posible la comparación de resultados con el presente estudio en investigación.

**Participación voluntaria:** Se toma como principio ético porque no se impuso la participación de los encuestados al responder el cuestionario sino voluntariamente con la finalidad de ayudar al autor de esta investigación sin pretensiones económicas.

**Confidencialidad:** En este presente estudio de investigación se respeta la confidencialidad de la información recibida de los encuestados, en ningún momento se revelará los nombres de estos.

**Honestidad:** Se considera este principio ético, ya que las encuestas son aplicadas conscientemente para la viabilidad de los resultados de la investigación.

**Respeto:** Incluye en reconocer los derechos de todos los participantes que hicieron posible el estudio, aceptando y respetando las diferentes formas de actuar y pensar de cada uno de ellos en el momento interactuado y en la aplicación del cuestionario.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1.** Características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

<b>Representantes Legales de las Mypes</b>	<b>N° Mypes</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>1. Cargo que ocupa en la Mype</b>		
a) Propietario (a)	6	60.0
b) Administrador (a)	4	40.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>2. Tiempo que ocupa el cargo</b>		
a) De 1 año a 3 años	4	40.0
b) De 3 años a 5 años	4	40.0
c) De 5 años a más años	2	20.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>3. Edad</b>		
a) De 18 a 30 años	6	60.0
b) De 31 a 45 años	2	20.0
c) De 46 a más años	2	20.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>4. Género</b>		
a) Masculino	5	50.0
b) Femenino	5	50.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>5. Grado de Instrucción</b>		
a) Nivel Primario	-	0.0
b) Nivel Secundario	3	30.0
c) Nivel Superior No Universitario	6	60.0
d) Nivel Universitario	1	10.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro cafeterías en el distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

**Tabla 2.** Características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

<b>De las Mypes</b>	<b>N° Mypes</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
a) De 1 año a 3 años	2	20.0
b) De 3 años a 5 años	7	70.0
c) De 5 años más años	1	10.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>7. Número de Trabajadores</b>		
a) De 1 a 3 trabajadores	7	70.0
b) De 4 a 6 trabajadores	3	30.0
c) De 7 a 10 trabajadores	-	0.0
d) De 11 a más trabajadores	-	0.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>8. Estabilidad Laboral de los Trabajadores</b>		
a) Eventuales	8	80.0
b) Permanentes	2	20.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>9. Personas que laboran son:</b>		
a) Familiares	2	20.0
b) Terceros	3	30.0
c) Ambos	5	50.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>10. Como clasifica su empresa</b>		
a) Empresa de sobrevivencia	1	10.0
b) Empresa de subsistencia	-	0.0
c) Empresa en crecimiento	9	90.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro cafeterías en el distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

**Tabla 3.** Características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

<b>Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente</b>	<b>N° Mypes</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>11. Conoce usted el termino Gestión de Calidad</b>		
a) Si	8	80.0
b) No	2	20.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>12. Considera usted que la Gestión de Calidad genera una mejora continua</b>		
a) Si	9	90.0
b) No	1	10.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>13. Para tener una buena Gestión de Calidad usted se basa en:</b>		
a) En los proveedores	-	0.0
b) En los trabajadores	2	20.0
c) En todos los procesos que se realiza	8	80.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>14. Las actividades que se realiza son:</b>		
a) Planificadas	5	50.0
b) Improvisadas	1	10.0
c) A y B	4	40.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>15. Aplica la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente</b>		
a) Sí	7	70.0
b) No	1	10.0
c) A veces	2	20.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

**Continúa...**

**Tabla 3.** Características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

<b>16. Capacita al personal para un buen Servicio al Cliente</b>		
a) Sí	9	90.0
b) No	1	10.0
c) Solo a los trabajadores permanentes	-	0.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>17. De qué manera usted motiva a sus trabajadores para que ofrezcan una buena Calidad de Servicio al Cliente</b>		
a) Constantes Capacitaciones	5	50.0
b) Trato y ambiente familiar	4	40.0
c) Reconocimientos económicos fuera de su salario mensual	-	0.0
d) Flexibilidad en los permisos	1	10.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>18. Considera que existe un buen Clima Organizacional</b>		
a) Sí	10	100.0
b) No	-	0.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>19. Que considera los más importante dentro de su empresa para brindar una buena Calidad en el Servicio al Cliente</b>		
a) Producto Final	-	0.0
b) Amabilidad en el Servicio	2	20.0
c) Infraestructura de la empresa	1	10.0
d) Limpieza e Higiene	-	0.0
e) Precio	1	10.0
f) Todas las anteriores	6	60.0
Total	<b>10</b>	<b>100.0</b>

**Continúa...**

**Tabla 3.** Características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

**Conclusión**

<b>20. Qué considera usted que lo diferencia de las demás Cafeterías</b>		
a) Buen trato	1	10.0
b) Calidad de materia prima y buen sabor del producto final	2	20.0
c) Ambiente de la empresa	1	10.0
d) Años en el mercado (empresa conocida)	1	10.0
e) Precios más bajos	-	0.0
f) Todas las anteriores	5	50.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>21. Cuenta con un plan estratégico para mejorar la Gestión de Calidad de su empresa</b>		
a) Sí	5	50.0
b) No	5	50.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>22. Qué considera usted que debe mejorar o cambiar en su empresa</b>		
a) Infraestructura y decoración	2	20.0
b) Ambiente	2	20.0
c) Ampliar la variedad de productos	3	30.0
d) Ninguna de las anteriores	3	30.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>23. Cómo contribuye con la economía del distrito</b>		
a) Promoción del producto	4	40.0
b) Generando empleo	2	20.0
c) Mediante la compra y venta	-	0.0
d) Todas las anteriores	4	40.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro cafeterías en el distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

## **5.2. Análisis de Resultados**

**Tabla 1:** Características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

### **Cargo que ocupa en la Mype**

En el presente estudio el 60.0 % de las personas encuestadas dentro de las Micro y Pequeñas Empresas son propietarias de sus empresas, en este caso empresas de Cafeterías, mientras que el 40.0 % de los encuestados son los encargados y/o administradores; esta información coincide con Goicochea (2015), donde el 80.0 % de las personas encuestadas son los dueños de sus negocios.

Este índice indica que en la actualidad existen personas con visión de negocios que buscan la independencia formando sus propias empresas incursionando en el mundo comercial bajo la satisfacción de las necesidades de usuarios y/o clientes.

### **Tiempo que ocupa el cargo**

El 40.0 % de las personas encuestadas tienen de entre 1 año a 3 años de ocupación en el cargo, así mismo el otro 40.0 % de los encuestados tienen de entre 3 años a 5 años de ocupación en el cargo; mientras que el 20.0 % de los encuestados tienen de entre 5 años a más años de ocupación del cargo ya sea de administrador o representante de la empresa.

### **Edad del Representante**

En el presente estudio investigado se obtiene que el 60.0 % de las personas encuestadas ya sean propietarios, agentes administrativos o representantes legales tienen entre 18 años a 30 años de edad, esta información contrasta con los estudios realizados por Goicochea (2015), donde el 80.0 % de los encuestados son personas de entre 31 años a 50 años de edad y con los estudios realizados por Antúnez (2016), donde el 72.7 % de sus encuestados tienen entre 31 años a 50 años de edad.

Estos índices indican que al transcurrir el tiempo, cada vez las personas que tienen sus negocios van siendo cada vez más jóvenes, es así que en la actualidad estas personas van siendo objetos de emprendimiento e innovación.

### **Género del Representante**

El resultado de esta característica es unánime, ya que en el presente estudio investigado se obtiene que el 50.0 % de las personas encuestadas son de género Masculino, mientras que el otro 50.0 % de las personas encuestadas son de género Femenino. Este resultado contrasta con los estudios realizados por Ríos (2014), donde el 65.0 % de sus encuestados son de género masculino; Arenas (2014), donde el 68.0 % son de género masculino; Antúnez (2016), donde el 63.6 % son de género masculino y con los estudios realizados por Goicochea (2016), donde el 70.0 % son personas de género masculino.

Se puede observar que en años anteriores los representantes de las micro y pequeñas empresas eran de género masculino, pero en esta investigación se tuvo la unanimidad de género, es decir que las personas de sexo opuesto van tomando las mismas responsabilidades y se van haciendo cargo de micros y pequeñas empresas o mejor aún van constituyendo sus propias empresas concluyendo su emprendimiento.

### **Grado de Instrucción del Representante**

En el presente estudio investigado se obtiene que el 60.0 % de las personas encuestadas tienen un grado de instrucción de educación Superior No Universitario, esta información contrasta con los resultados de Arenas (2014), donde obtiene que el 70.0 % de las personas encuestadas tienen un grado de instrucción de nivel Superior.

El 30.0 % de las personas encuestadas tienen un grado de instrucción de educación Secundaria; esta información coincide con los estudios realizados por Goicochea (2015), donde expresa que el 40.0 % de las personas encuestadas tienen un grado de educación de nivel Secundaria.

Estos índices muestran que el nivel de educación para la formalización de una empresa consiste únicamente en la buena gestión de recursos, teniendo como base el conocimiento y aplicación de procesos óptimos.

**Tabla 2:** Características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

### **Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado**

En el presente estudio el 70.0 % de las Mypes encuestadas tienen entre 4 años a 5 años de permanencia en el mercado, estos resultados contrastan con Goicochea (2015),

donde indica que 60.0 % de las mypes encuestadas tienen de 7 años a más años de permanencia en el mercado, a la vez también contrasta con los resultados de Antúnez (2016), quien indica que el 68.2 % de las mypes encuestadas tiene de 0 años a 3 años de permanencia en el mercado.

Con estos índices se pueden identificar que estas Mypes son empresas formadas de manera sólida y sostenible con un tiempo considerable de permanencia en el mercado.

### **Número de Trabajadores**

El 70.0 % de las Mypes encuestadas cuentan desde 1 a 3 trabajadores, esta información coincide con los resultados de Goicochea (2015), quien obtuvo que el 60.0 % de las mypes encuestadas tienen de 1 a 4 trabajadores, a la vez coincide con la investigación de Antúnez (2016), donde se encontró que el 63.6 % de las mypes cuentan con 1 a 5 trabajadores.

Estos resultados señalan que por tratarse de una Micro y pequeñas empresas no es necesario contar con demasiado personal colaborador.

### **Estabilidad laboral de los Trabajadores**

En el presente estudio investigado se obtiene que el 80.0 % de las mypes encuestadas cuentan con personas que laboran de forma eventual, esta información contrasta con los estudios de Goicochea (2015), quien obtuvo que el 60.0 % de las mypes encuestadas son colaboradores permanentes; a la vez también contrasta con la información de Ríos (2014), quien obtuvo que el 95.0 % de las mypes encuestadas cuentan con colaboradores permanentes.

Se puede observar que la gran mayoría de las Micro y pequeñas empresas encuestadas no cuentan con personas que trabajen de forma permanente, ya que son empresas generalmente lideradas por el propietario o con una mínima cantidad de colaboradores permanentes.

### **Personas que laboran**

En cuanto a esta característica el 20.0 % de las mypes encuestadas cuentan con personal colaborador familiar, el 30.0 % cuentan con personal colaborador externo y el 50.0 % de las mypes encuestadas cuentan con personal colaborador tanto familiar como colaboradores externos.

### **Clasificación de la empresa**

El 90.0 % de las Mypes encuestadas afirman que sus empresas están constituidas por ser empresas y organizaciones en crecimiento; esto quiere decir que tienen la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital, expandirse y a la vez generar empleos a terceras personas.

Estos índices muestran que en el distrito de Villa Rica, se están constituyendo empresas sólidas con la finalidad de generar ganancias y a la vez brindar empleo a una parte de la población.

**Tabla 3:** Características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.

### **Conocimiento del termino Gestión de Calidad**

De acuerdo con los resultados obtenidos de los representantes y agentes administradores de las Mypes el 80.0 % de la población encuestada afirma que tiene conocimiento con el termino Gestión de Calidad, esta información coincide con los resultados de Antúnez (2016), quien obtuvo que el 59.1 % de los encuestados tienen conocimiento del tema, así mismo también coincide con los resultados de Goicochea (2015), quien obtuvo que el 90.0 % de sus encuestados si tienen conocimiento de Gestión de Calidad.

### **Gestión de Calidad para una mejora Continua**

De acuerdo con los resultados obtenidos de los representantes y agentes administradores de las Mypes el 90.0 % de las personas encuestadas consideran que la Gestión de Calidad genera una mejora continua en la empresa, mientras que el 10.0 % de las personas encuestadas consideran que la gestión de calidad no mejora a la empresa.

Estos índices manifiestan que una buena gestión de calidad contribuye a una mejora continua de la empresa, y de esta manera las micro y pequeñas empresas del distrito de Villa Rica no solo pretenden mejorar su nivel de calidad en atención, sino también en los productos y en los procesos que realizan.

### **Prioridad para la Gestión de Calidad**

En el presente estudio investigado se obtiene que el 80.0 % de las Mypes encuestadas se basan en todos los procesos que realizan para tener una buena gestión de calidad en el servicio al cliente, mientras que el 20.0 % de las mypes encuestadas se basan en los trabajadores.

### **Actividades realizadas**

De acuerdo con los resultados obtenidos de los representantes y agentes administrativos de las Mypes el 50.0 % afirman que sus actividades realizadas son planificadas, el 10.0 % afirman que sus actividades son improvisadas y el 40.0 % afirman que las actividades realizadas son planificadas y en ocasiones improvisadas.

### **Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente**

Se obtiene que el 70.0 % de la población encuestada si aplica la gestión de calidad en el servicio al cliente.

### **Capacitación al personal para Calidad de Servicio**

De acuerdo con los resultados obtenidos de los representantes y agentes administrativos de las Mypes el 90.0 % de la población encuestada afirma brindar capacitaciones a sus colaboradores ya sean personal eventual o permanente, esta información coincide con los resultados de Hernández (2014), quien manifiesta que el 66.67 % de los encuestados si cuentan con algún tipo de capacitación.

### **Motivación para Calidad de Servicio**

En el presente estudio investigado se obtiene que el 50.0 % de las mypes encuestadas motivan a sus colaboradores a través de las constantes capacitaciones, el 40.0 % indican que la motivación que se brindan a sus colaboradores es a través del trato y ambiente familiar y el 10.0 % de la población encuestada indica que motivan a sus empleados a través de la flexibilidad en los permisos.

### **Clima Organizacional**

De acuerdo con esta característica se obtuvo que el 100.0 % de los encuestados consideran que si existe un buen clima organizacional dentro de su empresa, estos resultados coinciden con la investigación de Goicochea (2015), que en sus resultados

obtuvo que el 90.0 % de las mypes encuestadas afirman que existe un buen clima organizacional.

### **Importancia para la Calidad de Servicio**

En el presente estudio investigado se obtiene que el 60.0 % de las mypes encuestadas manifiestan que lo más importante dentro de su empresa para brindar una buena calidad en el servicio al cliente es el producto final, la amabilidad en el servicio, la infraestructura, limpieza e higiene, y precio; mientras que el 20.0 % considera que la amabilidad en el servicio es lo más importante para brindar una buena calidad en el servicio al cliente.

### **Diferenciación ante las demás Mypes**

De acuerdo con esta característica se obtiene que el 50.0 % de las mypes encuestadas consideran que el buen trato, la calidad de la materia prima, el ambiente de la empresa, los años en el mercado y los precios más bajos son factores que los diferencian de las demás mypes investigadas; mientras que el 20.0 % de la población encuestada indica que la calidad de materia prima y el buen sabor del producto final es el factor más importante que lo diferencia de las demás mypes, en este caso de las cafeterías. En tanto el 10.0 % de las mypes encuestadas consideran que los años en el mercado y el ambiente de la empresa son los factores más relevantes para ser diferenciados de las demás mypes.

### **Plan Estratégico para Gestión de Calidad**

De acuerdo con esta característica se obtiene que el 50.0 % de la población encuestada manifiesta que si cuentan con un plan estratégico para mejorar la gestión de calidad, mientras que el otro 50.0 % indican que no cuentan con planes estratégicos.

### **Aspecto de Mejora**

De acuerdo con los resultados obtenidos de los representantes y agentes administradores de las Mypes el 30.0 % de los encuestados indican que se debe ampliar la variedad de productos para mejorar el nivel de calidad de servicio al cliente.

El 20.0 % de las mypes encuestadas consideran que la infraestructura, decoración y ambiente debe ser mejorado o cambiado para que su empresa mejore el nivel de calidad de servicio, esta información coincide con los estudios realizados por Goicochea (2015), quien afirma que la infraestructura de local es un aspecto de mejora.

### **Contribución a la economía**

En el presente estudio investigado se obtiene que el 40.0 % de las mypes encuestadas manifiestan que mediante la promoción del producto contribuyen con la economía del distrito, así mismo el 40.0 % indican que la promoción del producto, la generación de empleo y mediante la compra y venta contribuyen con la economía, mientras que el 20.0 % de las mypes encuestadas indican que generando empleo contribuyen con la economía del distrito.

## VI. CONCLUSIONES

Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas en las Micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica son propietarios de estas empresas, la mayoría de ellos son personas jóvenes ya que sus edades fluctúan entre 18 a 30 años de edad, la mitad de los encuestados son de género masculino, la otra de género femenino y la mayoría de estas cuentan con un grado de instrucción de nivel No Universitario.

Se concluye que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el mercado, es decir estas empresas han posicionado la calidad de sus productos, teniendo como efecto la fidelización de clientes, por lo tanto van forjando empresas con alta calidad de atención al cliente y esto se ve reflejado en las ventas e ingresos económicos. La mayoría de estas mypes cuentan con 1 a 3 colaboradores que generalmente son eventuales, esto hace referencia que estas empresas brindan trabajo a personas ya sea familiares y terceros, haciendo que su empresa se encuentre en la clasificación de empresa en crecimiento.

Se concluye que la gran mayoría de los representantes, propietarios y agentes administrativos de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento acerca del término Gestión de Calidad, de igual manera la gran mayoría de los encuestados consideran que una buena gestión de calidad genera una mejora continua en la empresa. Así mismo indican que desarrollan sus actividades de manera planificada aplicando la gestión de calidad en atención al cliente. La gran mayoría de las mypes encuestadas indican que realizan capacitaciones e incentivan a sus colaboradores con capacitaciones y con un trato y ambiente familiar existiendo un buen clima organizacional. A pesar de todo lo expuesto se concluye que parte de la población investigada no cuenta con planes estratégicos y con herramientas de motivación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### TESIS DIGITALES

- Ríos, C. (2015). *Gestión de Calidad, Satisfacción de los Clientes y el Impacto en la Rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro Restaurantes- del distrito de Huanchaco, año 2014*. (Tesis para título profesional de licenciada en administración). Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo – Perú. Recuperado el 01 de Noviembre de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>.
- Arenas, Z. (2015). *Caracterización de la Calidad del Servicio y del Impacto en la Fidelización de los Clientes de las Mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del distrito de Huanchaco, año 2014*. (Tesis para título profesional de licenciada en Administración). Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo – Perú. Recuperado el 16 de Agosto de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037588>.
- Hernández, G. (2015). *Gestión de calidad, Marketing y Competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*. (Tesis para título profesional de licenciada en Administración). Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo – Perú. Recuperado el 25 de Agosto de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037811>.
- Campos, J. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las Mype rubro restaurantes Cevicherías del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015*. (Tesis para título profesional de licenciado en Administración). Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura – Perú. Recuperado el 16 de Agosto de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039354>.
- Goicochea, F. (2016). *Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio-rubro Restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015*. (Tesis para título profesional de licenciada en administración). Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Cañete - Perú. Recuperado el 14 de Agosto de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=0000004220>.

Antúnez, C. (2017). *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio rubro Restaurantes, en la Ciudad de Huarney, 2016*. (Tesis para título profesional de licenciada en administración). Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Huarney – Perú. Recuperado el 14 de Agosto de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>.

## SITIOS WEB

Fernández, M. (2011). *Nociones de Merchandising [Las 10 dimensiones de calidad en el servicio]*. Recuperado de <http://miguelfernandezp.blogspot.pe/2011/11/las-10-dimensiones-de-la-calidad-en-el.html>

Instituto peruano de marketing. (2016). *Calidad en el servicio*. Recuperado de <http://ipm.com.pe/marketing/calidad-en-el-servicio-2/>

Expansión (2016). *Distribución y consumo*. Burger King crea su propia división para operar en España. Recuperado de <http://www.expansion.com/empresas/distribucion/2016/02/12/56bdcda22601d600a8b4665.html>

Lira, S. (2014). *El Perú reúne las condiciones para ofrecer la mejor atención al cliente de América Latina*. *Diario Gestión*. Recuperado de <http://gestion.pe/tendencias/peru-reune-condiciones-ofrecer-mejor-atencion-al-cliente-america-latina-universidad-piura-luis-garcia-tello-2085162>

Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa*. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de las micro y pequeñas empresas. Disponible en [http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)

Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa*. Disposiciones generales, Artículo 3, características de las MYPE.

[http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)

Ley 30056 (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la Inversión. Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial*. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>

Pérez, J & Merino, M. (2008). *Definición gestión*. Recuperado de <https://definicion.de/gestion/>

La Norma ISO 9000 (2000), *Gestión de Calidad*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos27/implantacion-sistemas/implantacion-sistemas.shtml>

Norma ISO 9001. *Adaptación a la nueva Norma. Sistemas de Gestión de Calidad. Beneficios/ Elementos*. Recuperado de <http://www.lrqqa.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>

Norma ISO 9000. (2000). *Los sistemas de Gestión de Calidad. Fundamentos y vocabulario*. [http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/Norma\\_ISO\\_9000\\_2005.pdf](http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/Norma_ISO_9000_2005.pdf)

Vásquez, J. (2013). *Apoyando a la pequeña y mediana empresa. Pymes Peruanas*. Recuperado de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Aguilar, J. (1994). *Formación, crecimiento y proyección de las MYPES. Clasificación de la microempresa*. <http://www.monografias.com/trabajos58/formacion-mypes/formacion-mypes.shtml>

Blog Calidad Iso, (2015). *Los 8 principios de gestión de Calidad*. Recuperado de <http://blogdecalidadiso.es/los-8-principios-de-gestion-de-la-calidad/>

Wikihow. (2005). *Finanzas y Negocios. Consejos para Emprendedores*. Recuperado de <http://es.wikihow.com/mejorar-la-calidad-del-servicio-en-tu-negocio>

Pola, M. (1988). *Gestión de Calidad*. Recuperado de <https://www.casadellibro.com/libro-gestion-de-la-calidad/9788426707185/375613>

- Juran, J. (2001). *Procesos para la Gestión de Calidad*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-hizo-joseph-m-juran-por-la-gestion-de-la-calidad/>
- Grönroos, C. (1984). *Sistemas de gestión. [Calidad en los servicios]*. Recuperado de <http://abc-calidad.blogspot.pe/2011/05/calidad-de-los-servicios.html>
- Mateo, C. (2009). *Sistemas de Gestión de la Calidad – Un camino hacia la satisfacción del cliente*. [Quality Trends]. ISO 9001. Recuperado de <http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>
- Rodríguez, P. (2008). *Técnicas e instrumentos de Investigación*. Recuperado de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html)

## ANEXOS

### ANEXO 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Introducción al Taller de Tesis	X														
Formulación del Problema	X														
Elaboración del proyecto de Investigación		X	X	X											
Revisión del proyecto de Investigación					X										
Elaboración del informe de Tesis						X	X	X							
Aplicación de las encuestas									X	X					
Elaboración de tablas, figuras y análisis											X	X	X		
Elaboración de conclusiones, resumen y otros														X	
Sustentación del informe final de Tesis															X
Fin del Taller															X

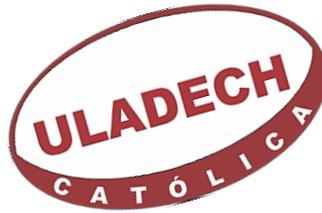
## ANEXO 2: PRESUPUESTO

Ítem	DESCRIPCIÓN	COSTO
1	Matrícula para el Taller de Investigación	300.00
2	Taller de Investigación ( 04 cuotas de s/. 375.00 c/u)	1500.00
3	Pasajes para la asesoría Lima-Chimbote	420.00
4	Pasajes a la facultad para la asesoría	69.00
5	Pasajes para la Aplicación de Encuestas	80.00
6	Útiles (lapicero, cuaderno, impresiones de encuestas)	15.00
7	Internet	150.00
8	Energía Eléctrica	100.00
9	Impresión y Empastado (03 ejemplares)	240.00
10	Pago para el Título ( aproximadamente)	1500.00
11	Otros	150.00
<b>TOTAL</b>		<b>4 524.00</b>

## ANEXO 3: POBLACIÓN Y MUESTRA

Ítem	Razón Social/Nombre Comercial	Ubicación
1	Star café	Av. Leopoldo Krause, 309
2	Pasiones del café	Av. Leopoldo Krause, 399
3	Arte y Café	Av. Leopoldo Krause, 19301
4	Café Machín	Calle Entaz N° 134
5	El Shollet	Jr. Pozuzo y Av. Padre Salas
6	Dolce Pecato	Jr. Antonio Richle y Leopoldo Krause
7	Coffee Palomar	Av. Leopoldo Krause 365
8	Cholo Café	Av. Capitán Soto 850
9	Tostaduria de Kelly	Av. Leopoldo Krause 441
10	Monte Karlo	Av. Leandro Andaluz 596

## ANEXO 4: CUESTIONARIO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Sr. (a) reciba usted un cordial saludo a nombre de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en esta oportunidad se realiza el presente cuestionario que tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. Para obtener el título de licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione y se sugiere la mayor veracidad en las respuestas.

**Marca con una (x) la respuesta que corresponda:**

**I. Referente a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas**

**1. Cargo que ocupa en la Mype**

- a) Propietario (a)
- b) Administrador (a)

**2. Tiempo que ocupa el cargo**

- a) De 1 año a 3 años
- b) De 3 años a 5 años
- c) De 5 años a más años

**3. Edad**

- a) De 18 a 30 años
- b) De 31 a 45 años
- c) De 46 a más años

**4. Género**

- a) Masculino
- b) Femenino

**5. Grado de instrucción**

- a) Nivel Primario
- b) Nivel Secundario
- c) Nivel superior No universitario
- d) Nivel Universitario

**II. Referente a las Micro y Pequeñas Empresas**

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

- a) De 1 año a 3 años
- b) De 3 años a 5 años
- c) De 5 años a más años

**7. Número de Trabajadores**

- a) De 1 a 3 trabajadores
- b) De 4 a 6 trabajadores
- c) De 7 a 10 trabajadores
- d) De 11 a más trabajadores

**8. Estabilidad Laboral de los Trabajadores**

- a) Eventuales
- b) Permanentes

**9. Personas que laboran:**

- a) Familiares
- b) Terceros
- c) Ambos

**10. Como clasifica su empresa**

- a) Empresa de sobrevivencia: creada por urgencia de conseguir ingresos, donde se ofrecen productos que apenas cubren sus costos.
- b) Empresa de subsistencia: logran recuperar la inversión y obtienen ingresos más allá del costo.
- c) Empresa en crecimiento: tienen la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital, expandirse y a la vez generar empleos a terceras personas.

**III. Referente a la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente**

**11. Conoce usted el término Gestión de Calidad**

- a) Si
- b) No

**12. Considera usted que la Gestión de Calidad genera una mejora continua en la empresa**

- a) Si
- b) No

**13. Para tener una buena Gestión de Calidad usted se basa en:**

- a) En los proveedores
- b) En los trabajadores
- c) En todos los procesos que se realiza

**14. Las actividades que se realizan son:**

- a) Planificadas
- b) Improvisadas
- c) A y B

**15. Aplica la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente**

- a) Si
- b) No
- c) A veces

**16. Capacita al personal para un buen Servicio al Cliente**

- a) Si
- b) No
- c) Solo a los trabajadores permanentes

**17. De qué manera usted motiva a sus trabajadores para que ofrezcan una buena Calidad de Servicio al cliente**

- a) Constantes Capacitaciones
- b) Trato y ambiente familiar
- c) Reconocimientos económicos fuera de su salario mensual
- d) Flexibilidad en los permisos

**18. Considera que existe un buen Clima Organizacional**

- a) Si
- b) No

**19. Que considera lo más importante dentro de su empresa para brindar una buena calidad en el servicio al cliente**

- a) Producto Final
- b) Amabilidad en el Servicio
- c) Infraestructura de la empresa
- d) Limpieza e Higiene
- e) Precio
- f) Todas las anteriores

**20. Qué considera usted que lo diferencia de las demás Cafeterías**

- a) Buen trato
- b) Calidad de materia prima y buen sabor del producto final
- c) Ambiente de la empresa
- d) Años en el mercado (empresa conocida)
- e) Precios más bajos
- f) Todas las anteriores

**21. Cuenta con un plan estratégico para mejorar la gestión de Calidad de su empresa**

- a) Si
- b) No

**22. Qué considera usted que debe mejorar o cambiar en su empresa**

- a) Infraestructura y decoración
- b) Ambiente (luces, programas de tv, radio, etc.)
- c) Ampliar la variedad de productos
- d) Precio
- e) Trato al cliente
- f) Ninguna de las anteriores

**23. Cómo contribuye con la economía del distrito**

- a) Promoción del producto
- b) Generando empleo
- c) Mediante la compra y venta
- d) Todas las anteriores

¡Gracias por su participación!

**ANEXO N° 05: CUADRO DE TABULACIÓN**

<b>CUADRO DE TABULACIÓN</b>					
<b>Ítem</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>CONTEO</b>	<b>F.A</b>	<b>F.R %</b>
<b>I. Referente a las características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas</b>					
1	Cargo que ocupa	Propietario	VI	6	60.0
		Administrador	IV	4	40.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
2	Tiempo que ocupa el cargo	De 1 año a 3 años	IV	4	40.0
		De 3 años a 5 años	IV	4	40.0
		De 5 años a más años	II	2	20.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
3	Edad	De 18 a 30 años	VI	6	60.0
		De 31 a 45 años	II	2	20.0
		De 46 a más años	II	2	20.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
4	Género	Masculino	V	5	50.0
		Femenino	V	5	50.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
5	Grado de Instrucción	Nivel Primario	-	-	0.0
		Nivel Secundario	III	3	30.0
		Nivel Superior No Uni.	VI	6	60.0
		Nivel Universitario	I	1	10.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>II. Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas</b>					
6	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	De 1 año a 3 años	II	2	20.0
		De 3 años a 5 años	VII	7	70.0
		De 5 años a más años	I	1	10.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

7	Número de Trabajadores	De 1 a 3 trabajadores	VII	7	70.0
		De 4 a 6 trabajadores	III	3	30.0
		De 7 a 10 trabajadores	-	-	0.0
		De 11 a más trabajadores	-	-	0.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
8	Estabilidad Laboral de los Trabajadores	Eventuales	VIII	8	80.0
		Permanentes	II	2	20.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
9	Personas que laboran	Familiares	II	2	20.0
		Terceros	III	3	30.0
		Ambos	V	5	50.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
10	Como clasifica su empresa	Emp. De Sobrevivencia	I	1	10.0
		Emp. De Subsistencia	-	-	0.0
		Emp. En Crecimiento	IX	9	90.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>III. Referente a las características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas</b>					
11	Conoce usted el termino Gestión de Calidad	Sí	VIII	8	80.0
		No	II	2	20.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
12	Considera usted que la Gestión de Calidad genera una mejora continua	Sí	IX	9	90.0
		No	I	1	10.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
13	Para tener una buena Gestión de Calidad usted se base en:	Proveedores	-	-	0.0
		Trabajadores	II	2	20.0
		Todos los procesos	VIII	8	80.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

14	Las actividades que realizan son	Planificadas	V	5	50.0
		Improvisadas	I	1	10.0
		A y B	IV	4	40.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
15	Aplica la gestión de Calidad en el Servicio al Cliente	Sí	VII	7	70.0
		No	I	1	10.0
		A veces	II	2	20.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
16	Capacita al personal para un buen Servicio al Cliente	Sí	IX	9	90.0
		No	I	1	10.0
		Solo a los trabajadores permanentes	-	-	0.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
17	De qué manera usted motiva a sus trabajadores para que ofrezcan una buena calidad de Servicio al Cliente	Constantes Capacitaciones	V	5	50.0
		Trato y ambiente familiar	IV	4	40.0
		Reconocimientos económicos fuera de su salario mensual	-	-	0.0
		Flexibilidad en los permisos	I	1	10.0
		<b>Total</b>			<b>10</b>
18	Considera que existe un buen clima organizacional	Sí	X	10	10.0
		No	-	-	0.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
19	Qué considera lo más importante dentro de su empresa para brindar una buena calidad en el servicio al cliente	Producto Final	-	-	0.0
		Amabilidad en el Servicio	II	2	20.0
		Infraestructura de la empresa	I	1	10.0
		Limpieza e Higiene	-	-	0.0

		Precio	I	1	10.0
		Todas las anteriores	VI	6	60.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
20	Qué considera usted que lo diferencia de las demás cafeterías	Buen Trato	I	1	10.0
		Calidad de materia prima y buen sabor del producto final	II	2	20.0
		Ambiente de la empresa	I	1	10.0
		Años en el mercado	I	1	10.0
		Precios más bajos	-	-	0.0
		Todas las anteriores	V	5	50.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
21	Cuenta con un plan estratégico para mejorar la gestión de calidad de su empresa	Sí	V	5	50.0
		No	V	5	50.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
22	Que considera usted que debe mejorar o cambiar en su empresa	Infraestructura y decoración	II	2	20.0
		Ambiente	II	2	20.0
		Ampliar la variedad de productos	III	3	30.0
		Precio	-	-	0.0
		Trato al cliente	-	-	0.0
		Ninguna de las anteriores	III	3	30.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
23	Cómo contribuye con la economía de distrito	Promoción del producto	IV	4	40.0
		Generando empleo	II	2	20.0

		Mediante la compra y venta	-	-	0.0
		Todas las anteriores	IV	4	40.0
<b>Total</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

## ANEXO 6: FIGURAS

Referente a las características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas:

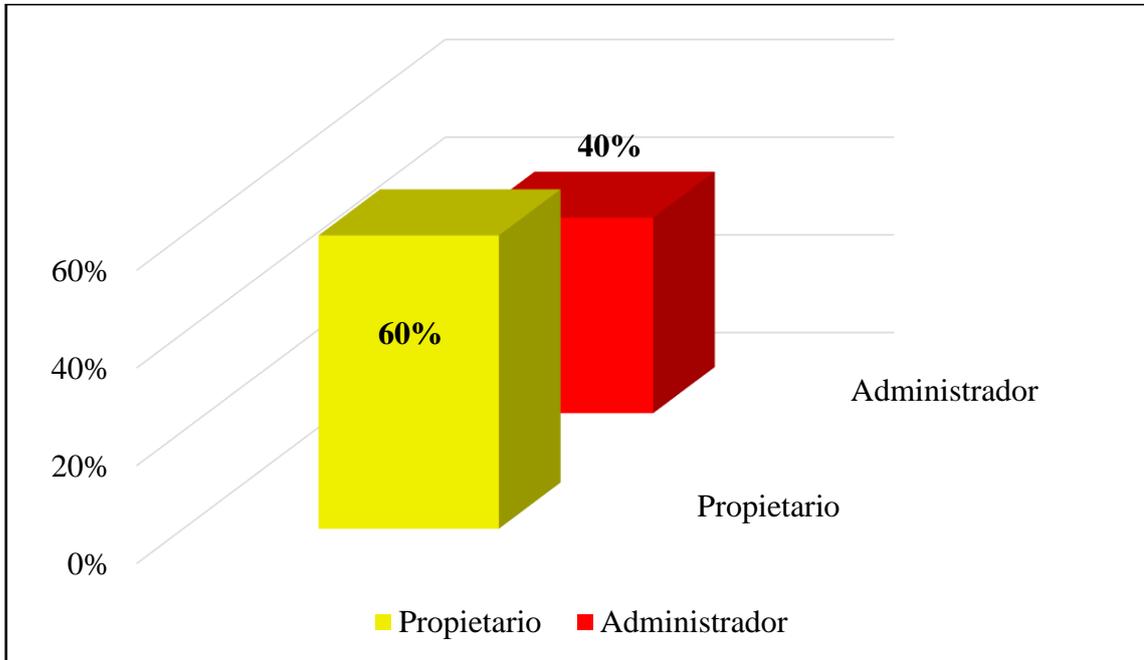


Figura 1: Cargo que ocupa en la Mype  
Fuente: Tabla 1

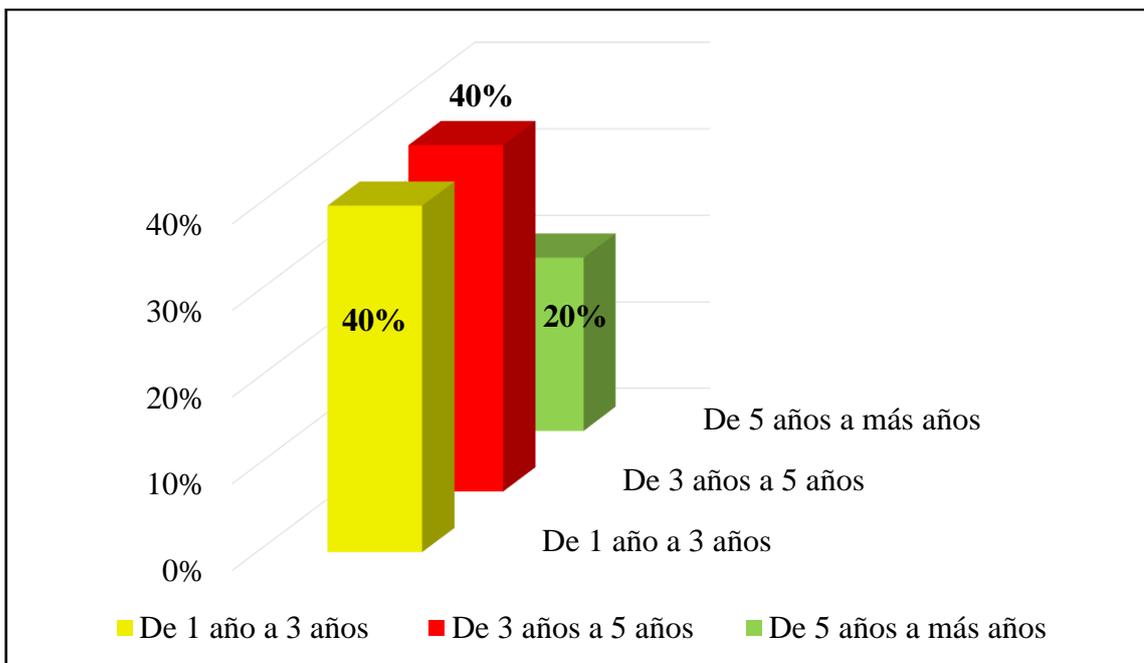
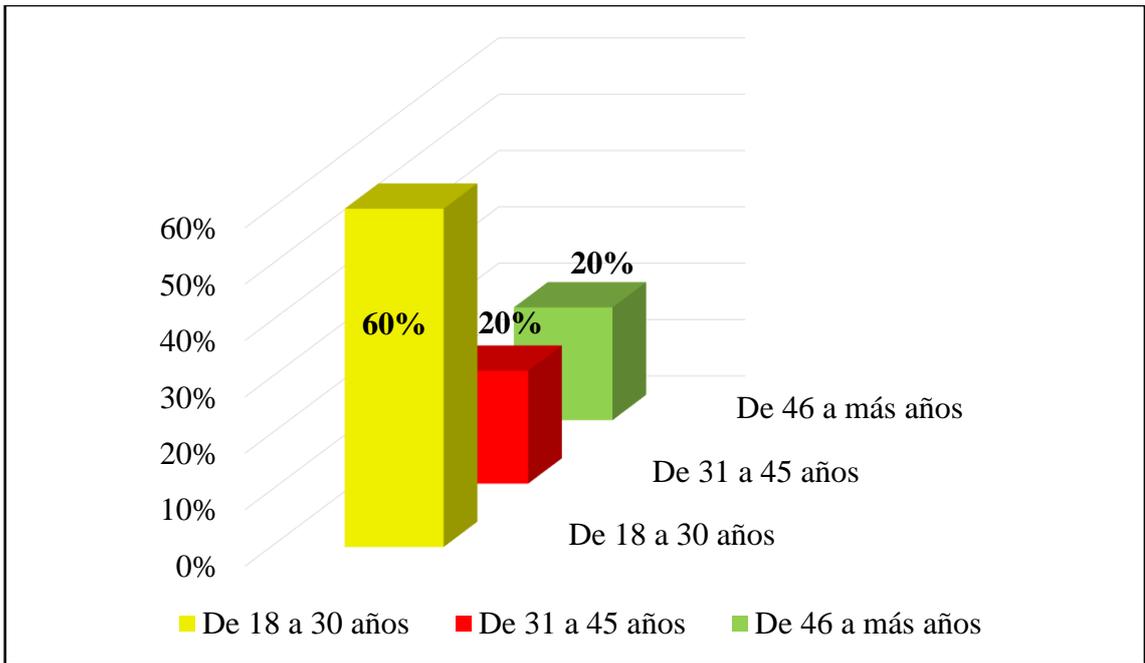
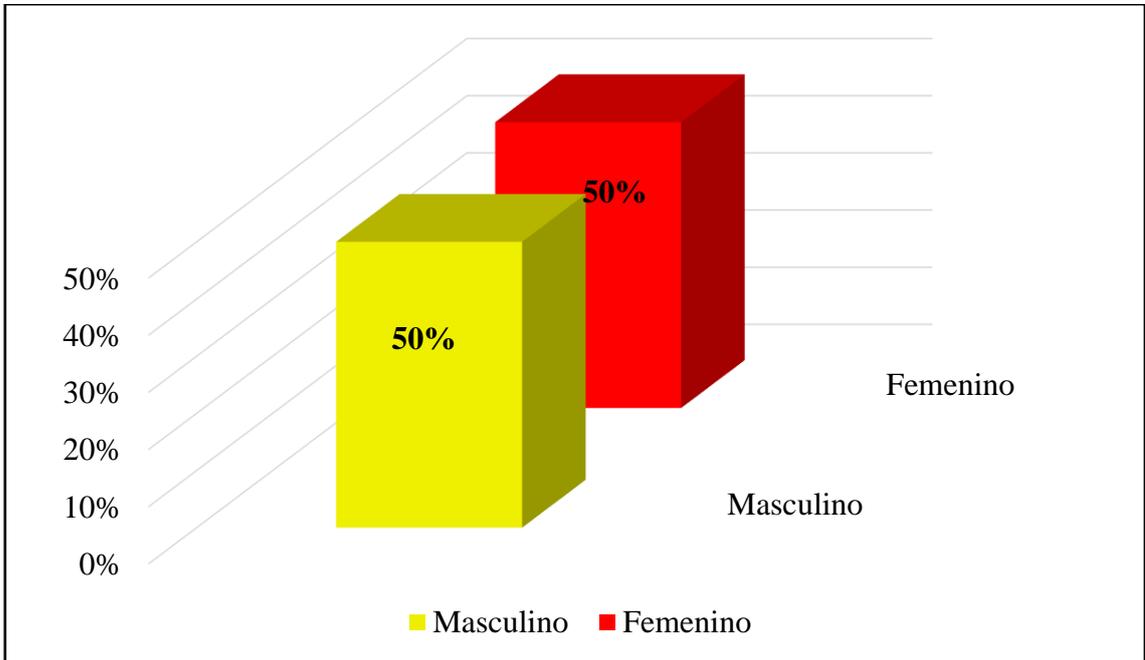


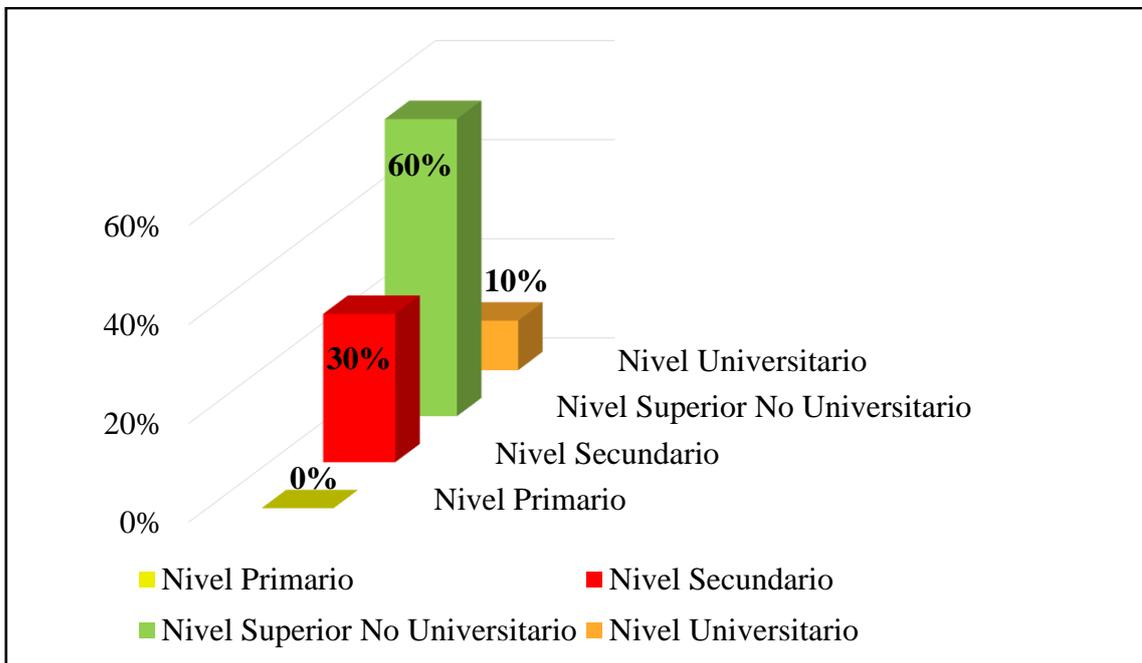
Figura 2: Tiempo que ocupa el cargo  
Fuente: Tabla 1



**Figura 3: Edad del representante**  
**Fuente: Tabla 1**

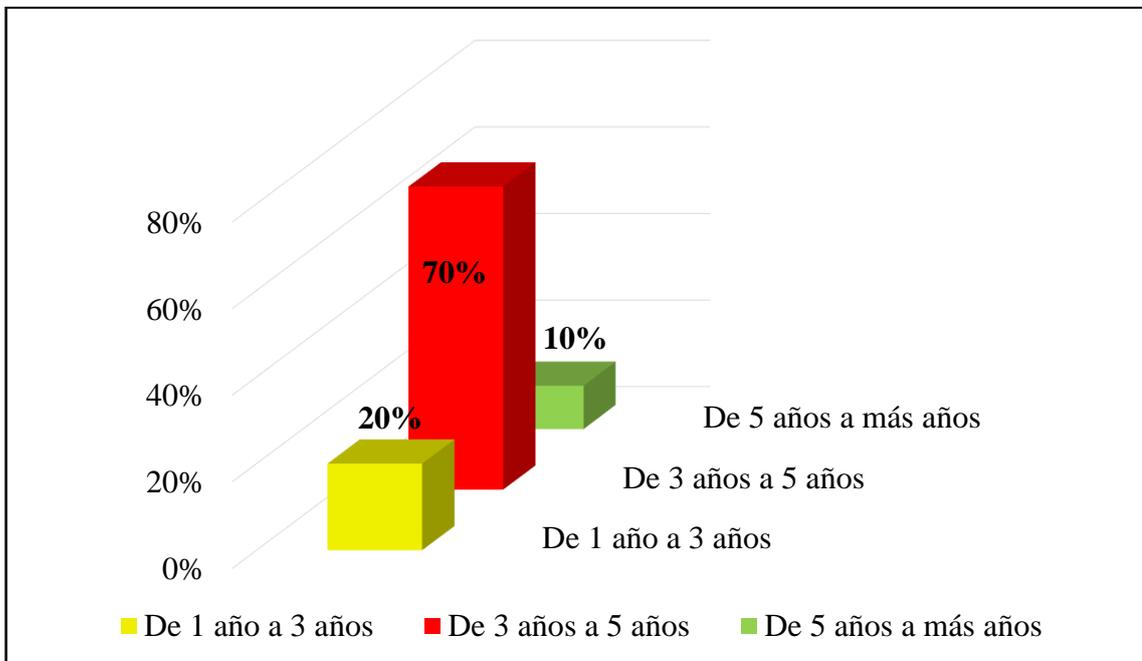


**Figura 4: Género del representante**  
**Fuente: Tabla 1**

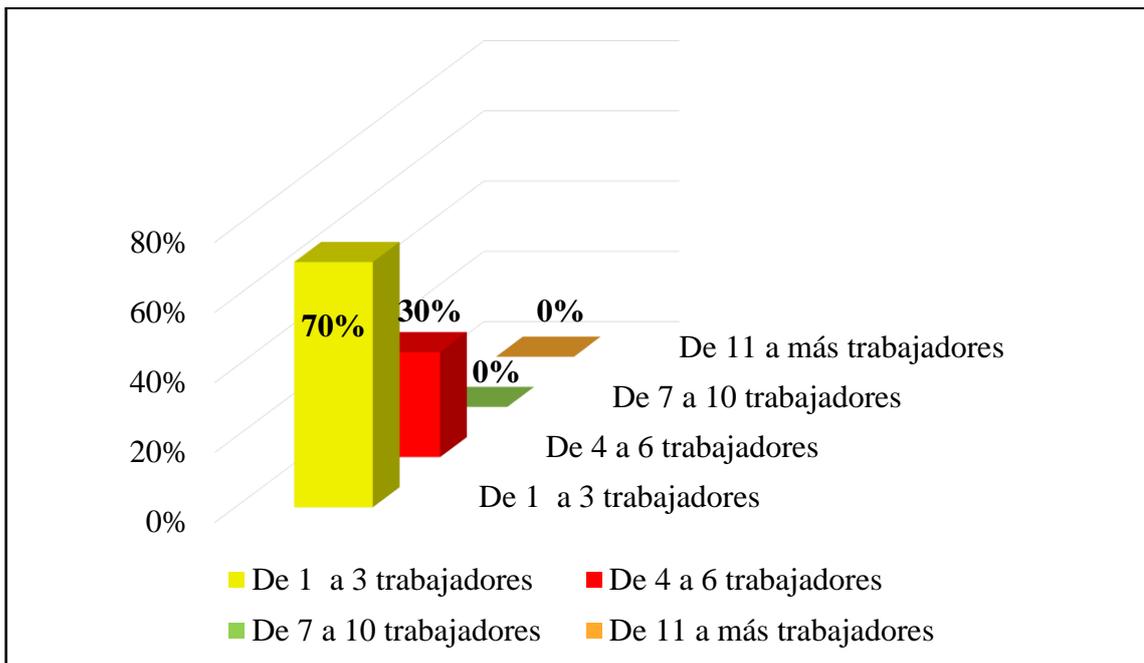


**Figura 5: Grado de Instrucción del Representante**  
**Fuente: Tabla 1**

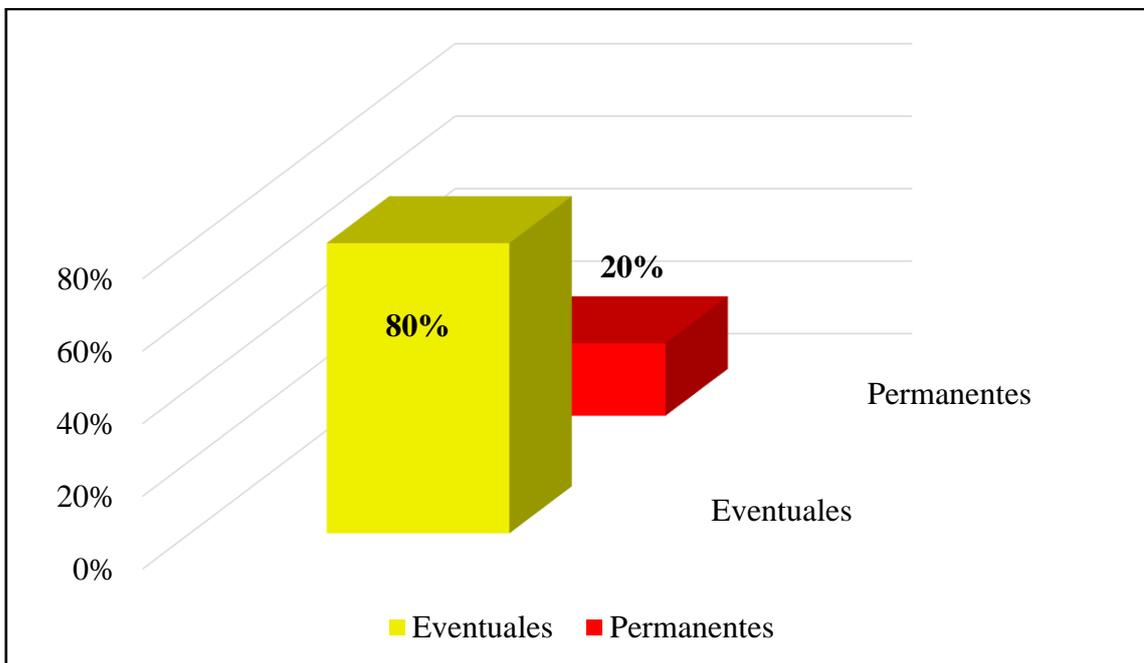
**Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas:**



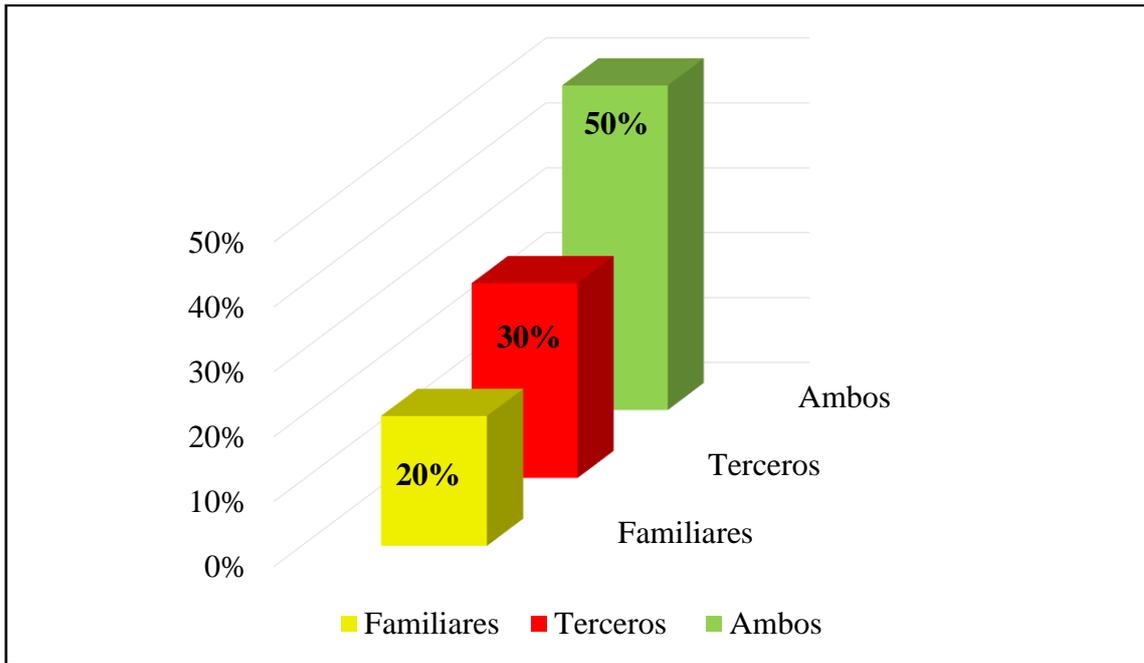
**Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**  
**Fuente: Tabla 2**



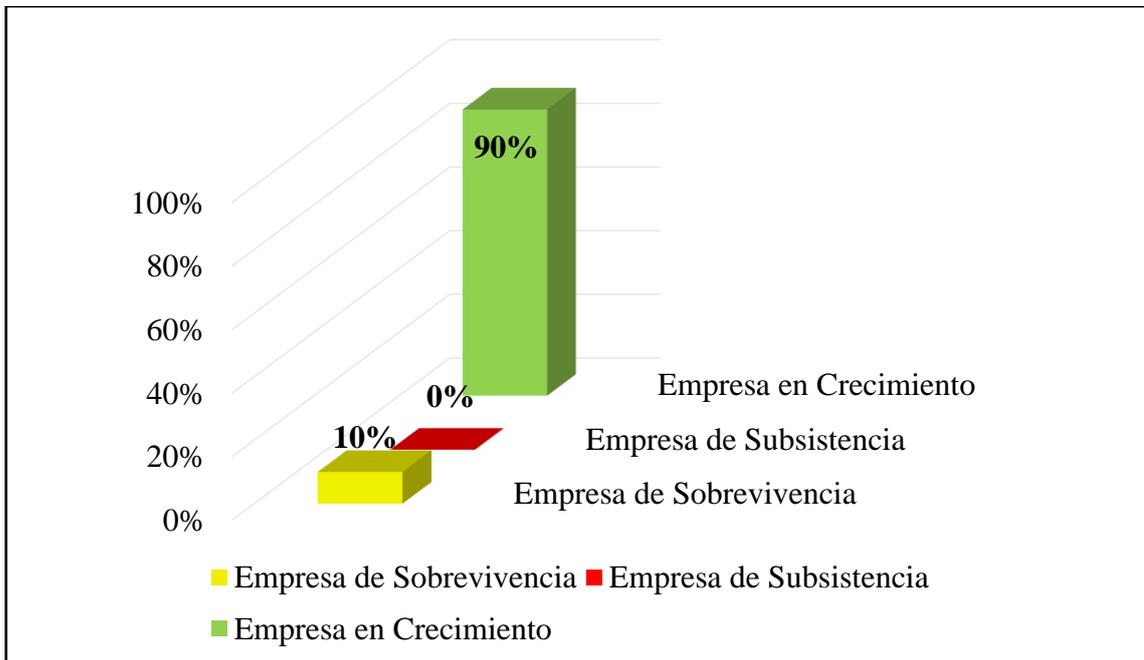
**Figura 7: Número de trabajadores**  
**Fuente: Tabla 2**



**Figura 8: Estabilidad Laboral de los Trabajadores**  
**Fuente: Tabla 2**

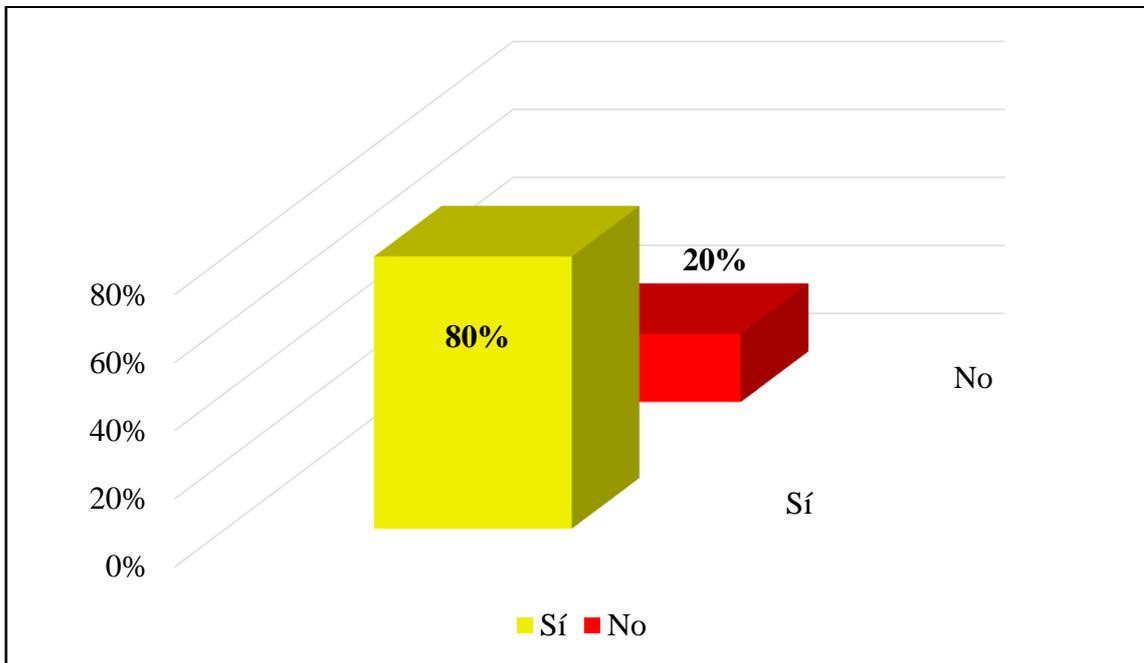


**Figura 9: Personas que laboran**  
**Fuente: Tabla 2**



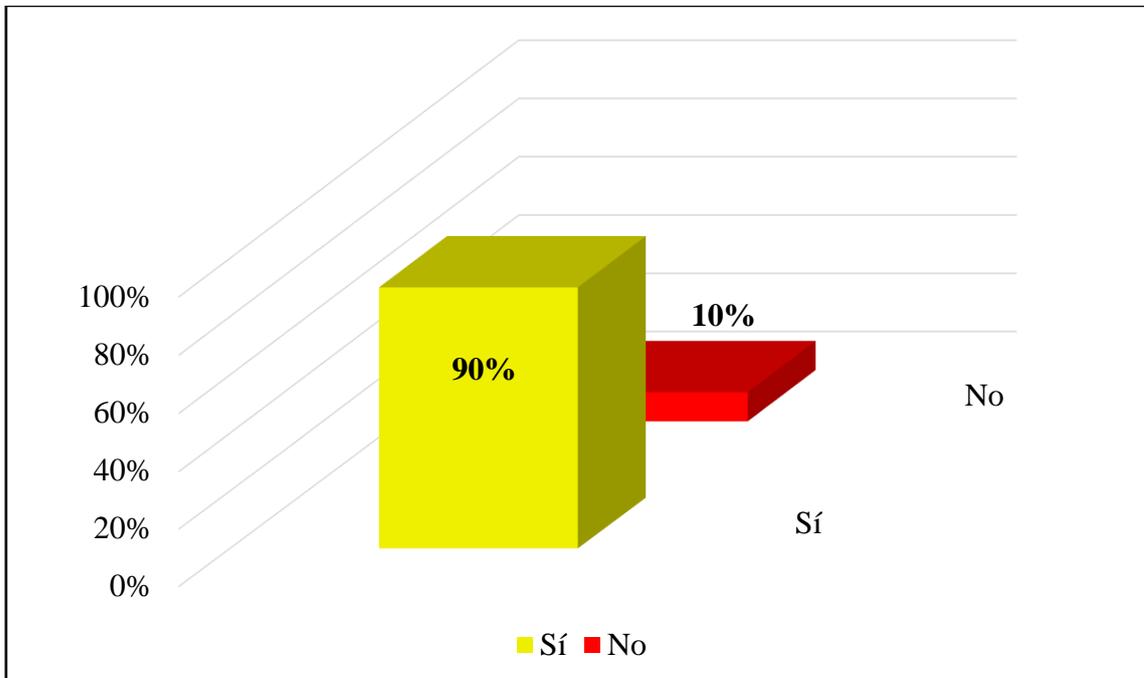
**Figura 10: Clasificación de Empresa**  
**Fuente: Tabla 2**

**Referente a las características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas:**



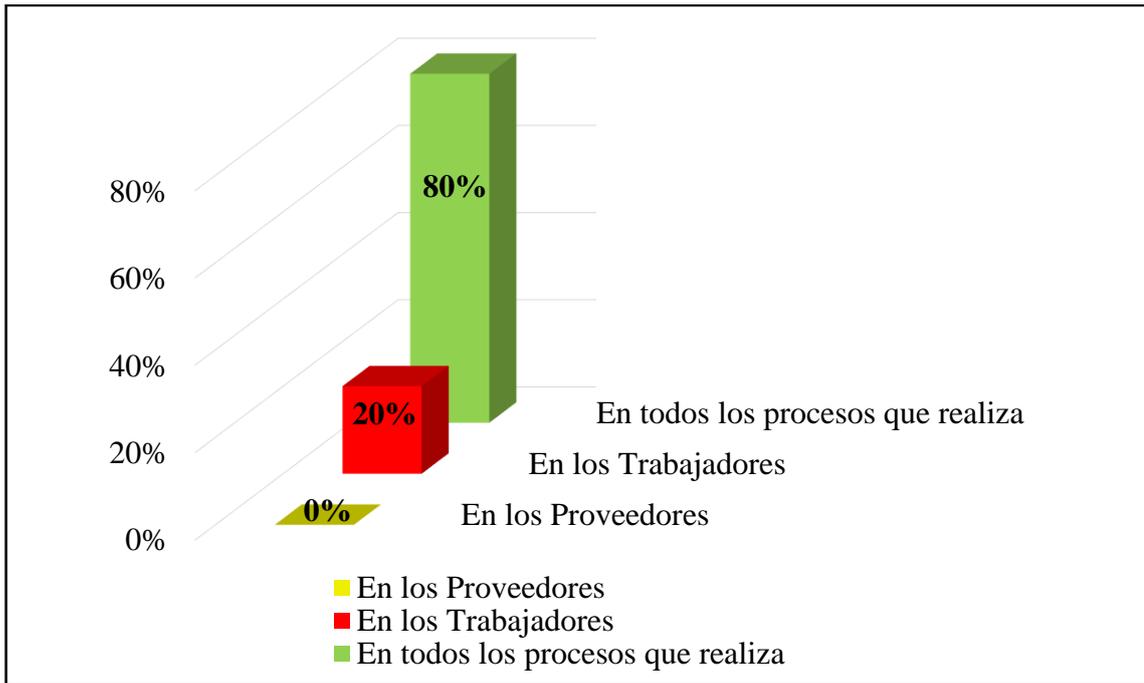
**Figura 11: Conocimiento del termino Gestión de Calidad**

**Fuente: Tabla 3**

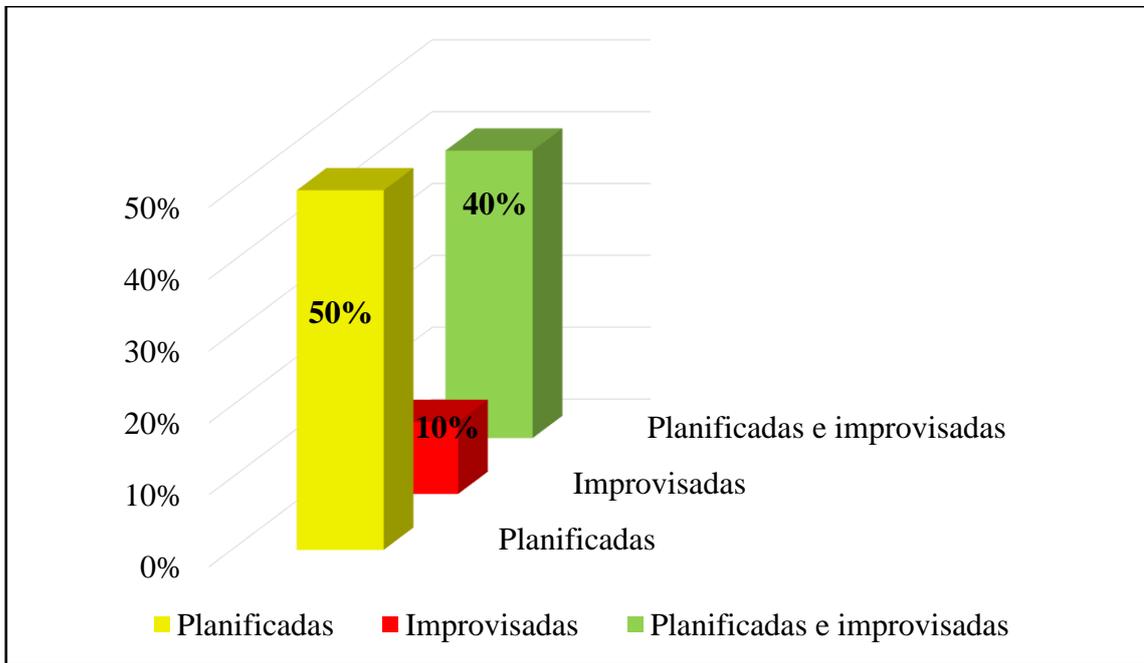


**Figura 12: Gestión de Calidad para una mejora continua**

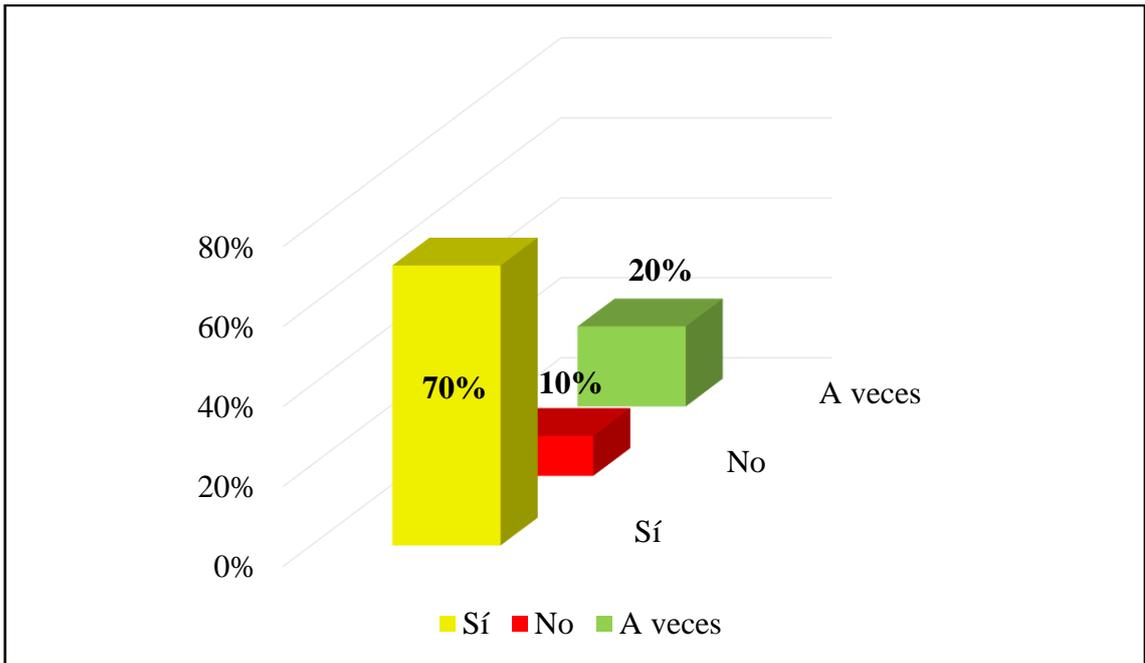
**Fuente: Tabla 3**



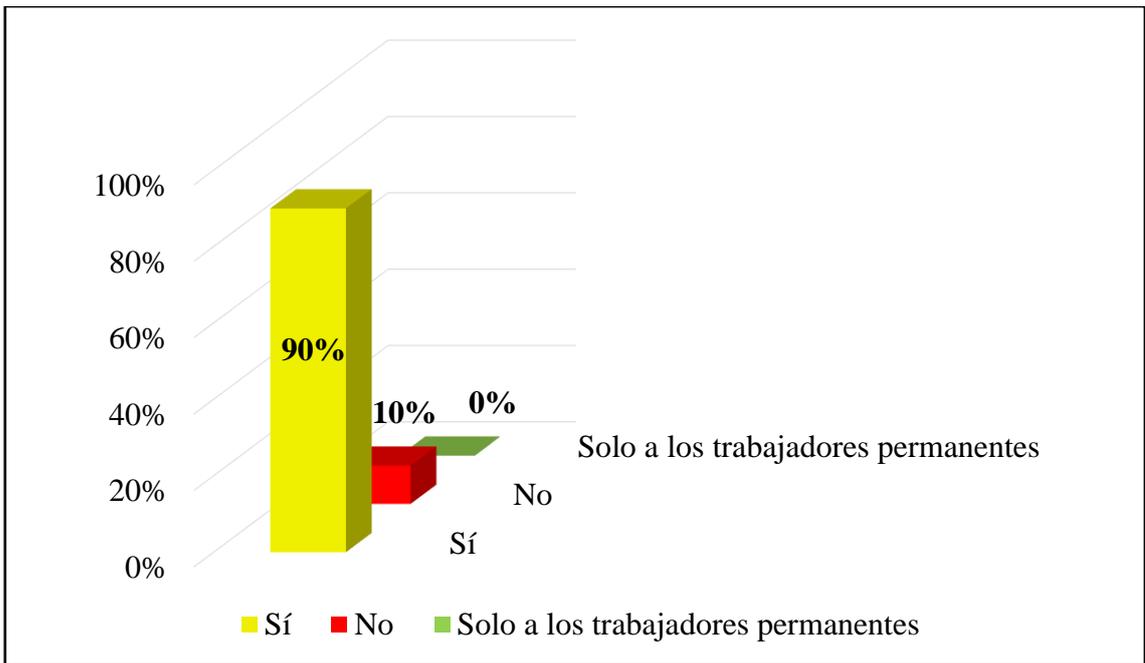
**Figura 13: Prioridad para la Gestión de Calidad**  
**Fuente: Tabla 3**



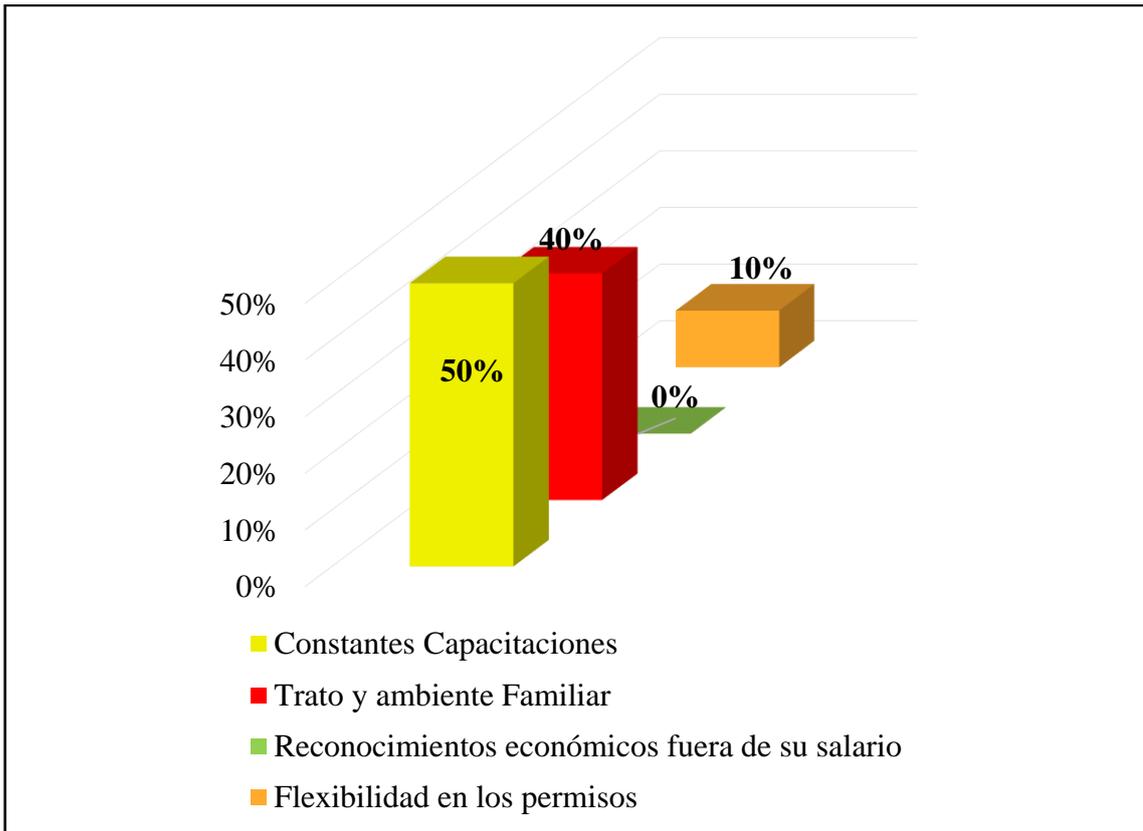
**Figura 14: Actividades realizadas**  
**Fuente: Tabla 3**



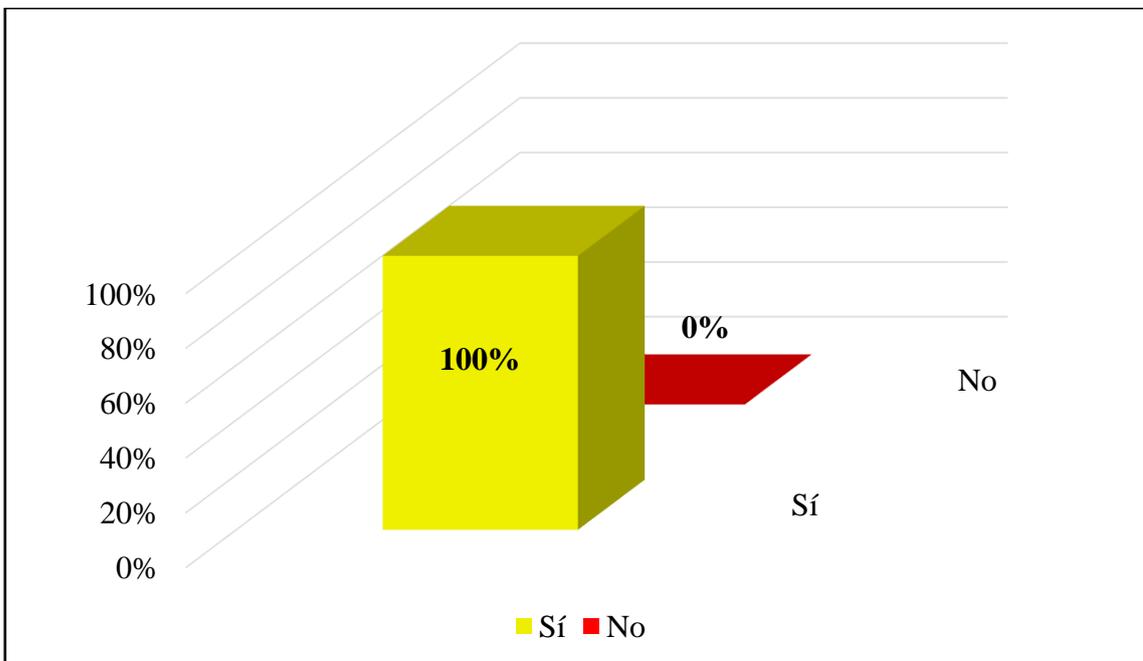
**Figura 15: Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente**  
**Fuente: Tabla 3**



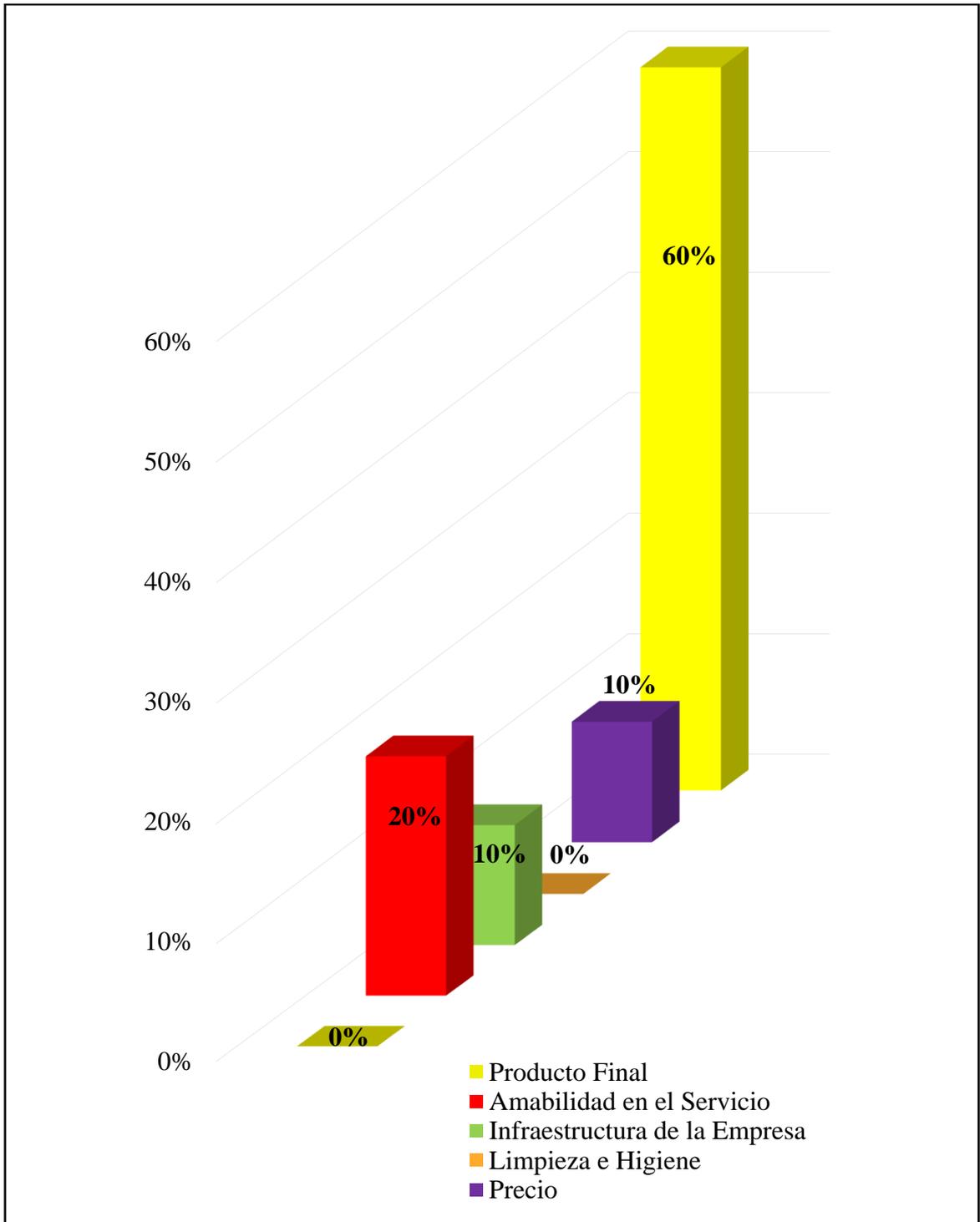
**Figura 16: Capacitación al personal para Calidad de Servicio**  
**Fuente: Tabla 3**



**Figura 17: Motivación para Calidad de Servicio**  
**Fuente: Tabla 3**

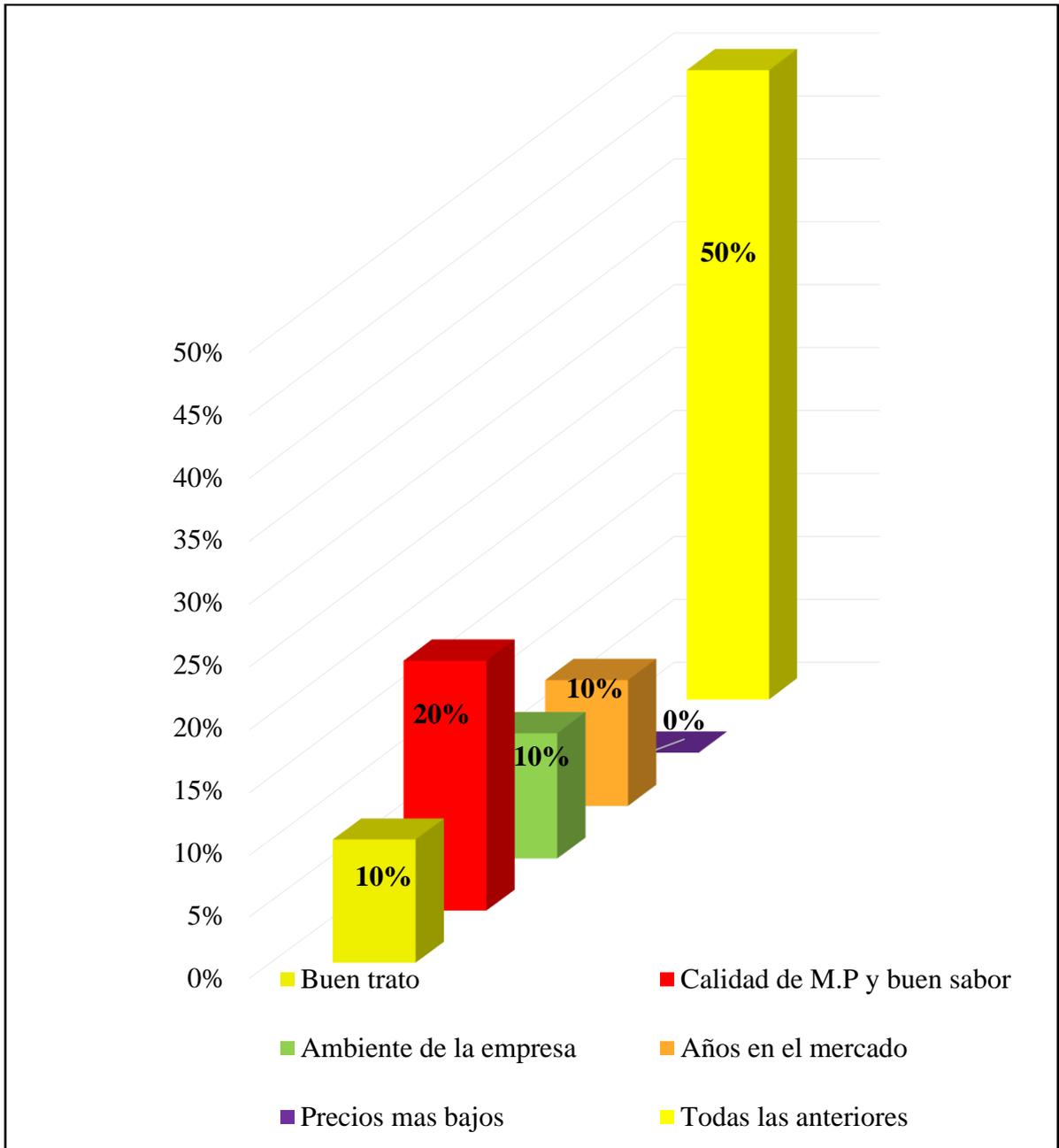


**Figura 18: Clima Organizacional**  
**Fuente: Tabla 3**

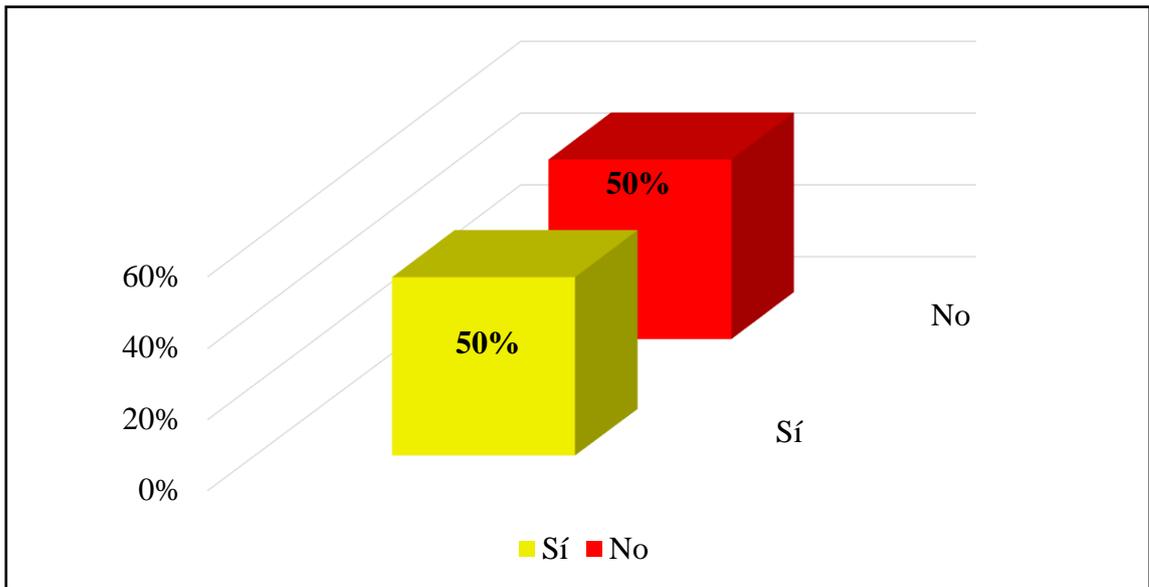


**Figura 19: Importancia para la Calidad de Servicio**

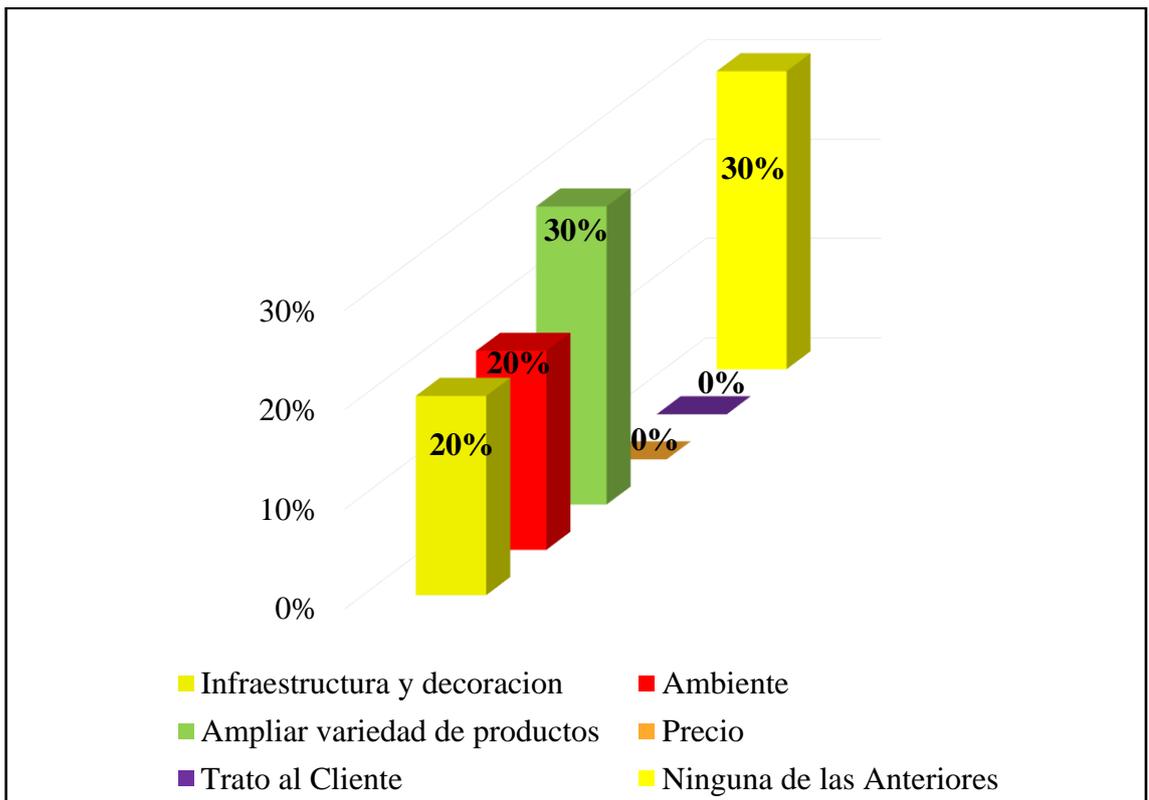
**Fuente: Tabla 3**



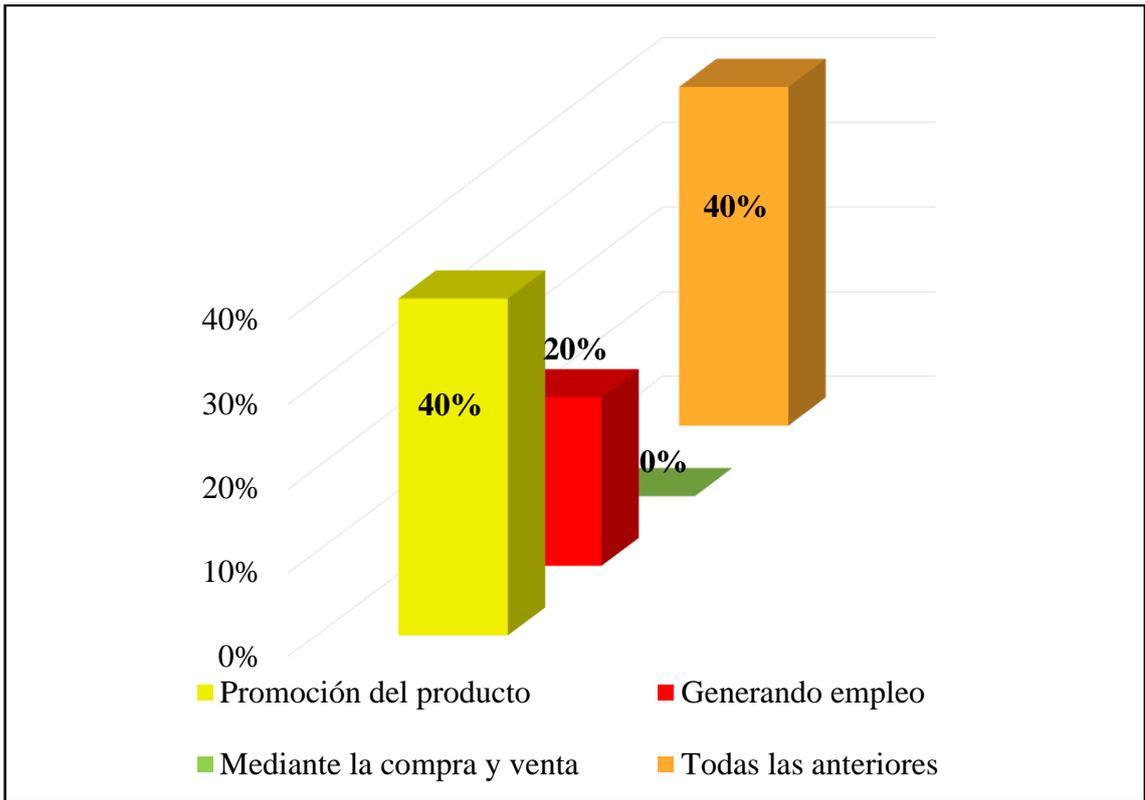
**Figura 20: Diferenciación ante las demás Mypes**  
**Fuente: Tabla 3**



**Figura 21: Plan Estratégico para la Gestión de Calidad**  
**Fuente: Tabla 3**



**Figura 22: Aspecto de Mejora**  
**Fuente: Tabla 3**



**Figura 23: Contribución a la economía**

**Fuente: Tabla 3**