



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE
INTERPROVINCIAL CLASE A, DISTRITO DE HUÁNUCO
2023**

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

AUTOR

RUIZ PEREZ KAREN SHIRLEY

ORCID: 0009-0005-9151-7412

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Chimbote – Perú

2023

A decorative graphic element at the bottom of the page, consisting of a solid purple shape that starts as a thin line on the left and curves upwards and to the right, ending as a thicker shape on the right edge.



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0210-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **19:45** horas del día **13** de **Agosto** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL CLASE A, DISTRITO DE HUÁNUCO 2023**

Presentada Por :
(2011130070) **RUIZ PEREZ KAREN SHIRLEY**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL CLASE A, DISTRITO DE HUÁNUCO 2023 Del (de la) estudiante RUIZ PEREZ KAREN SHIRLEY, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 3% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 22 de Enero del 2025



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

JURADO

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Presidente

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Miembro

Dr. Llenque Tume, Santos Felipe

ORCID: 0000-0001-9140-3451

Miembro

Dr. Centurión Median, Reineiro Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

DEDICATORIA

A mi Dios, quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi madre y a mis hermanas, por sus consejos, apoyo y comprensión para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que siempre han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente.

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por sus conocimientos, y experiencias académicas compartidas que permitieron incluir satisfactoriamente mi formación profesional sin ningún contratiempo.

A mi asesor de tesis por su apoyo, consejos y sugerencias que permitieron la realización del presente estudio investigativo.

A los directivos, trabajadores y usuarios de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A del distrito de Huánuco por su colaboración desinteresada en el proceso de toma de datos para el presente estudio.

ÍNDICE GENERAL

Carátula	I
Acta de aprobación	II
Constancia de Originalidad	III
Jurado	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Lista general	VII
Lista de tablas	IX
Índice de figuras	X
Resumen	XI
Abstract	XII
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes	7
2.2. Bases teóricas	13
2.3. Hipótesis	20
III. METODOLOGÍA	21
3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación	21
3.2. Población y muestra	21
3.3. Variables, definición y operacionalización	23
3.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de información	24
3.5. Método de análisis de datos	24
3.6. Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS	26
4.1. Presentación de resultados	26
4.2. Discusión	36
V. CONCLUSIONES	40
VI. RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS	47

Anexo 1. Matriz de consistencia	48
Anexo 2. Instrumento de recolección de información	49
Anexo 3. Validez del instrumento	51
Anexo 4. Confiabilidad del instrumento	66
Anexo 5. Base de datos	67
Anexo 6. Declaración jurada	69
Anexo 7. Evidencias de ejecución	70

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	26
Tabla 2. Organización de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	27
Tabla 3. Procesos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	28
Tabla 4. Recursos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	29
Tabla 5. Estrategias de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	30
Tabla 6. Calidad de servicio de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	31
Tabla 7. Elementos tangibles de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	32
Tabla 8. Fiabilidad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	33
Tabla 9. Empatía de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	34
Tabla 10. Seguridad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	35

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	26
Figura 2. Organización de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	27
Figura 3. Procesos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	28
Figura 4. Recursos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	29
Figura 5. Estrategias de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	30
Figura 6. Calidad de servicio de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	31
Figura 7. Elementos tangibles de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	32
Figura 8. Fiabilidad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	33
Figura 9. Empatía de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	34
Figura 10. Seguridad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A	35

RESUMEN

El presente estudio investigativo tuvo como objetivo general determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A distrito de Huánuco 2023 y como objetivos específicos: establecer las características de la organización de la innovación, determinar las características del proceso de la innovación, identificar las características de los recursos de la innovación y precisar las características de las estrategias innovadoras para mejorar la calidad de servicio. Investigación de tipo cuantitativo con un nivel descriptivo y de diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó una población de 1200 usuarios de la empresa investigada y la muestra de tipo probabilística lo conformaron 60 usuarios a quienes se les aplicó un cuestionario de 28 ítems en escala de Likert, a través de la técnica de la encuesta. Los resultados obtenidos muestran que el 45.0% de los usuarios de la empresa de transporte mencionada afirman que la innovación es regular el 30.0% afirma que es alta, el 13.3% muy alta, el 10% baja y el 1.7% muy baja, del mismo modo el 38.3% de los usuarios afirma que la calidad de servicio de dicha empresa es buena, el 30.0% afirma que es regular, el 18.3% afirma que es excelente y el 11.7% afirma que es mala. Como conclusión se tiene que la innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A tiene una valoración de regular y en relación a la calidad de servicio la mayoría indica que es buena.

Palabras clave: Innovación, calidad de servicio, elementos tangibles, fiabilidad.

ABSTRACT

The present investigative study had as a general objective to determine the characteristics of innovation to improve the quality of service of the interprovincial passenger transport company Class A district of Huánuco 2023 and as specific objectives: to establish the characteristics of the organization of innovation, determine the characteristics of the innovation process, identify the characteristics of the innovation resources and specify the characteristics of the innovative strategies to improve the quality of service. Quantitative research with a descriptive level and non-experimental cross-sectional design. A population of 1200 users of the investigated company was used and the probabilistic type sample was made up of 89 users to whom a questionnaire of 28 items on a Likert scale was applied, through the survey technique. The results obtained show that 45.0% of the users of the aforementioned transport company affirm that innovation is regular, 30.0% affirm that it is high, 13.3% very high, 10% low and 1.7% very low, in the same way. Thus, 38.3% of users affirm that the quality of service of said company is good, 30.0% affirm that it is regular, 18.3% affirm that it is excellent and 11.7% affirm that it is bad. As a conclusion, it can be concluded that the innovation of the Class A interprovincial passenger transport company has a regular assessment and in relation to the quality of service, the majority indicates that it is good.

Keywords: Innovation, quality of service, tangible elements, reliability.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la economía global actual, las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel de gran importancia, ya que, mediante sus actividades comerciales y productivas, generan un impacto significativo en el mercado, fomentando el crecimiento económico en diversas naciones a nivel mundial.

En todas las naciones, especialmente en aquellas en vías de desarrollo, los pequeños negocios se reconocen como la principal fuerza motriz del crecimiento económico, la creación (Nava, 2016)

Las empresas de este tipo desempeñan un papel fundamental en la economía al impulsar el aumento de la productividad, generar empleo y reducir la disparidad estructural (Silva, 2013). Por lo tanto, su impacto no se limita únicamente a la creación de empleo y la reducción de la pobreza en su área de operaciones, sino que también contribuyen al desarrollo socioeconómico y cultural de su entorno.

En todas las naciones, alrededor de la mitad de la población que está empleada trabaja en empresas de menos de 10 personas, muchas de las cuales son subsidiarias de grandes organizaciones altamente especializadas. Sin embargo, las micro y pequeñas empresas están adoptando cada vez más la especialización en un producto, sector o marca, y en muchos casos son de naturaleza familiar. Estas empresas contribuyen significativamente al Producto Interno Bruto (PIB).

En Perú, no se escapa de la influencia de las pequeñas empresas, ya que estas juegan un papel crucial en el mejoramiento de la calidad de vida, tanto a nivel individual como colectivo, en diversos sectores. Cuando se produce una mejora, muchos individuos crecen y contribuyen al crecimiento en conjunto. En nuestro país, estas empresas representan el 99% de todos los negocios, aportando un 40% al Producto Interno Bruto (PIB) y brindando empleo a más del 85% de la fuerza laboral (Pantigoso, 2020).

Durante los últimos 40 años, se ha hablado de las MYPES en Perú. Aunque son una de las principales fuentes de empleo y contribuyen al desarrollo económico, enfrentan diversos desafíos. Estos incluyen la informalidad, falta de conocimiento tecnológico, dificultades para acceder a financiamiento, escaso apoyo estatal y, especialmente, la falta de innovación en sus procesos.

En el mundo empresarial actual, es fundamental que una empresa sea competitiva, sacar ventajas sobre otras compañías y destacar en su sector es clave para el éxito. En

décadas pasadas, los sistemas de calidad proporcionaban en parte esta ventaja competitiva; sin embargo, hoy en día solo los sistemas de calidad no son suficiente.

Con el fin de mantener su productividad y asegurar su éxito en el entorno competitivo de los negocios, las empresas deben aspirar a más que simplemente sobrevivir y destacar. Se considera a las empresas como organismos vivos, donde el capital humano juega un papel fundamental como contribuyente principal, a través de su trabajo diario y las ideas que aportan a la organización. La búsqueda de desarrollar el capital humano para fomentar la generación frecuente de ideas innovadoras se ha convertido en el camino más confiable hacia el éxito empresarial y su consolidación.

La empresa tiene la responsabilidad de identificar y destacar los factores que han sido clave en su éxito pasado, y combinarlos con el conocimiento adquirido a través del aprendizaje continuo. En aquellas empresas que ya cuentan con sistemas de calidad operativos, existen mecanismos establecidos para fomentar el aprendizaje. Sin embargo, estos sistemas deben evolucionar y no limitarse únicamente a solucionar problemas o anticiparlos, sino también a detectar nuevas oportunidades en el exigente mercado actual.

La combinación de calidad e innovación es principalmente responsabilidad de la parte gerencial y se logra con la perseverancia y la creatividad.

En la actualidad, las empresas de transporte de pasajeros están en proceso de recuperación de la crisis económica mundial causada por la pandemia de coronavirus. A nivel global, se estima que dichas empresas fueron las más afectadas por la pandemia, especialmente en actividades como servicios de alojamiento, hotelería, agencias de viajes, industria textil y confección. En varios países de América Latina y el Caribe (ALC), se han implementado diversas medidas económicas, principalmente relacionadas con la postergación del pago de impuestos y créditos, el aumento de garantías para préstamos y la provisión de créditos blandos y subvenciones. Estas medidas se centran en establecer moratorias tributarias, reducciones temporales en las contribuciones a los sistemas de pensiones, líneas de crédito accesibles y la renegociación o aplazamiento de plazos de deudas.

En el distrito de Huánuco, las pequeñas empresas del sector del transporte son una parte activa debido a la relativa estabilidad económica del país y la demanda constante de traslado de personas por motivos laborales, comerciales y especialmente turísticos. Sin embargo, estas empresas enfrentan deficiencias importantes en la prestación de un buen

servicio al cliente, por lo que es necesario que innoven en todos sus procesos para mantenerse vigentes y competitivos en este mercado altamente competitivo.

En muchos casos, las micro y pequeñas empresas son creadas por personas que han sido liquidadas o despedidas de sus empleos y cuentan con un conocimiento limitado en gestión de calidad. Esta limitación es común y dificulta el desarrollo de estas empresas, ya que muchos emprendedores carecen de conocimientos técnicos y procedimientos administrativos. Estas empresas son iniciadas por personas motivadas por circunstancias como la falta de oportunidades laborales o empleabilidad.

En la actualidad, nos encontramos en un entorno dinámico y altamente competitivo en el ámbito comercial, lo que hace necesario implementar procedimientos y técnicas administrativas adaptadas a la realidad, con el fin de garantizar la permanencia de las empresas en el mercado y buscar destacar para obtener la mayor rentabilidad.

El sector del transporte juega un papel crucial al satisfacer la necesidad humana de trasladarse local, nacional e internacionalmente, ya sea en términos de pasajeros o carga. Cada año, este sector experimenta un crecimiento porcentual significativo, especialmente en la modalidad del turismo. En general, en el año 2022, el sector del transporte experimentó un crecimiento del 2.7%, impulsado por las principales ramas de actividad económica (Infobae, 2023).

En el distrito de Huánuco, las agencias de transporte han experimentado un aumento constante año tras año debido a la creciente necesidad de traslados dentro del distrito y entre provincias. Ante este aumento en la cantidad de empresas, es necesario que estas opten por brindar un servicio de calidad adecuado, aplicando procedimientos y estrategias que les permitan ganarse la preferencia de los clientes. Las agencias de transporte son conscientes de que la fidelidad comercial de los clientes se basa no solo en el precio, sino también en las características y calidad del servicio que ofrecen. Por lo tanto, es fundamental enfocarse en la innovación, desarrollar planes estratégicos adecuados y estar atentos a los cambios emergentes en este mundo altamente competitivo.

Ante este contexto formulamos el siguiente problema general: ¿Cuáles son las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023? y los problemas específicos: 1) ¿Cuáles son las características de la organización de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023?; 2) ¿Cuáles son las características de los procesos de la innovación para

mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023?; 3) ¿Cuáles son las características de los recursos de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023? y 4) ¿Cuáles son las características de las estrategias de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023?.

Del mismo modo se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023 y los objetivos específicos: 1) Establecer las características de la organización de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros “Clase A, distrito de Huánuco 2023; 2) Determinar las características del proceso de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023; 3) Identificar las características de los recursos de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023 y 4) Precisar las características de las estrategias innovadoras para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros “Clase A, distrito de Huánuco 2023.

Este estudio se justifica, porque proporcionará nociones teóricas generales acerca de la innovación con énfasis en la calidad de servicio de una empresa de transporte interprovincial de pasajeros. Asimismo, con la presente investigación se conocerá las características de la innovación y la calidad de servicio lo que permitirá y traerá beneficios a los representantes de dicha empresa porque contribuirá a una mejora a largo plazo de los elementos tangibles, la seguridad, capacidad de respuesta y la confiabilidad de los trabajadores con la finalidad de mejorar la calidad de servicio innovando todo el proceso del servicio. En definitiva, se considera el interés del estudio del análisis de la innovación y la calidad de servicio ya que es destacable su importancia y relevancia social, en el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa y de la adecuada atención que se debe brindar al usuario o cliente. Del mismo modo el presente trabajo de investigación servirá como referencia a los futuros investigadores que busquen profundizar el tema sobre la innovación y la calidad de servicio, así mismo los instrumentos elaborados podrán aplicarse en otras realidades, mejorándolos y contextualizándolos

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Ávila y Morales (2019), en su investigación: *Innovación de proceso y de gestión en un sistema de gestión de la calidad para una industria de servicios*. El objetivo de este artículo es demostrar cómo la implementación de la mejora continua a través de la incorporación de la gestión diaria como herramienta para operar los procesos del sistema de gestión de la calidad fomenta el aprendizaje de un enfoque de trabajo que permite el monitoreo y control de los procesos, y promueve una cultura de resolución de problemas, generando un cambio significativo en la toma de decisiones. Se plantea como hipótesis que, al implementar el proceso de mejora continua en el proceso de expedición de pólizas, se logra mejorar su rendimiento e índices de cartera. Investigación de tipo descriptivo, observacional y explicativo, el estudio se desarrolló mediante la aplicación de las etapas del ciclo Planear-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA) en el ámbito directivo y las etapas Estandarizar-Hacer-Verificar-Actuar (EHVA) en el ámbito operativo, se obtienen resultados como la reducción de la retroactividad en un trimestre, pasando del 28,38% al 19,36%, y la entrega de documentos al cliente se reduce de un plazo de entre tres y doce meses a tan solo 13 días. La conclusión indica que las acciones de mejoramiento pueden generar cambios significativos en el sistema a nivel de proceso y a nivel de gestión en los dueños de los procesos.

El presente estudio indica la importancia de la innovación en la gestión empresarial, puesto que, en sus resultados se evidencia la reducción del tiempo en responder a los clientes respecto a sus trámites que realizan, ello implica que las empresas deben innovar sus gestiones y tener presente que la atención y la calidad de servicio es un tema de suma importancia en este mercado altamente competitivo donde los paradigmas socioeconómicos, tecnológicos y culturales emergen en forma acelerada.

López et al. (2018) en su tesis titulada “*Innovación de servicio y co-creación con los clientes de la empresa: Efectos sobre los resultados*”, cuyo objetivo fue analizar los efectos de dicha participación en el ámbito de los nuevos servicios, evaluando su impacto tanto en los resultados obtenidos por los clientes como en relación a los objetivos comerciales y

financieros establecidos. También se investiga el posible efecto moderador del tipo de cliente involucrado en los procesos de co-creación. Investigación de enfoque cualitativo, de nivel explicativo y de diseño no experimental .. El modelo conceptual se prueba utilizando una muestra de empresas de servicios empresariales intensivos en conocimiento (SEIC). Los resultados confirman la relación causal propuesta entre la co-creación con los clientes y los resultados obtenidos por éstos, pero no se observa un efecto directo de la co-creación en el éxito del nuevo servicio. Una posible explicación de este hallazgo puede ser el efecto mediador puro de los resultados obtenidos por los clientes. Además, no se revela la existencia de efectos moderadores relacionados con el perfil del cliente que participa en la co-creación. Como conclusión se tiene que la co-creación con clientes favorece la productividad y la eficiencia, mediante una disminución en los costes asociados al proceso de desarrollo de innovaciones, fruto de la involucración y el esfuerzo de los clientes.

La presente conclusión pondera la importancia de la innovación organizacional en muchas variables como es el caso de la co-creación que tiene que ver con la creatividad personal de los empleados y que implica innovación permanente en el cumplimiento de sus funciones, es por ello que el autor indica que existe un efecto directo entre la innovación y la co-creación que direcciona a las empresas estar en la vanguardia y con una valoración exitosa en el mercado.

Según, Czuba (2018), en su investigación: *Managing creativity in the activities of companies providing municipal services. Analysis of case studies from Poland*. El estudio descriptivo analiza tres investigaciones utilizando una lista de cotejo como instrumento. Los hallazgos destacan la importancia de la innovación abierta y el concepto de la invención social como una solución pionera a nivel europeo. Estos resultados se consideran ejemplos destacados de buenas prácticas para el desarrollo de la industria de servicios municipales tanto en Polonia como en el extranjero. El autor concluye se intentó definir el concepto, de creatividad teniendo en cuenta su multidimensionalidad, sin embargo, su esencia es reducida a la búsqueda de soluciones creativas a problemas empresariales y sociales por lo que se debe incluir varias entidades para encontrar las respuestas a estas cuestiones, incluyendo a los consumidores de las empresas, lo que contribuye a satisfacer mejor sus necesidades.

Esta investigación sobre la innovación referente a la gestión de la creatividad en las actividades de las empresas prestadoras de servicios municipales, hace énfasis lo fundamental que es la innovación abierta, es decir, al alcance de todos en la invención social

de los municipios que direcciona el desarrollo industrial de los municipios europeos como una forma de preservar el medio ambiente industrializando los desechos sólidos.

Según Ospina (2018), en su tesis titulada: *La reingeniería de procesos: una herramienta gerencial para la innovación y mejora de la calidad en las organizaciones*. En este artículo se examina el impacto de las tendencias económicas, tecnológicas y los mercados globales en las empresas, destacando las fuerzas del cambio como factores de incertidumbre que aumentan la volatilidad en el mercado y el desempleo en el entorno. Estudio descriptivo de enfoque cualitativo que permite abordar el redimensionamiento como resultado de la implementación de nuevos procesos tecnológicos que reemplazan a los procesos existentes en busca de reorganización. Como resultado se tiene que las organizaciones que deseen mantenerse competitivas deben adaptarse a los cambios, y se destaca el papel crucial de la Reingeniería propuesta por Michael Hammer y James Champy. Finalmente, se concluye con los comportamientos fundamentales a tener en cuenta en los procesos de Reingeniería, siguiendo las recomendaciones de Hammer y Champy, Lefcovich y Tobón.

El presente estudio sobre la reingeniería de los procesos como una herramienta que deben utilizar las organizaciones para innovar y mejorar sus servicios, implica una vez más que realizando una reingeniería adecuada y pertinente asociada con la innovación mejorar sustancialmente la calidad de los servicios siguiendo las pautas de propuestas de expertos como lo menciona el autor.

2.1.2. A nivel nacional

Salas (2023), en su investigación: *Innovación para mejorar la calidad servicio en la MYPE del sector servicio, Flor salón, del distrito de Independencia, Lima 2022*. El objetivo general de esta investigación fue identificar las características clave de la Innovación para mejorar la calidad del servicio y proponer un Plan de Mejora. Se empleó un enfoque no experimental, transversal y descriptivo, con un enfoque cuantitativo. La población de estudio consistió en Flor Salón y sus 9 empleados, y se produjo un probado exhaustivo. Se recopiló información a través de un cuestionario de 20 preguntas en escala de Likert. Estos fueron los resultados obtenidos: el 56% destaca que brindaron un servicio eficaz y utilizan métodos innovadores casi siempre, mientras que el 67% señaló que rara vez aplican técnicas modernas en el servicio. En cuanto a la calidad del servicio, el 56% afirmó que genera

confianza casi siempre. y cumplen con lo ofrecido, mientras que el 67% indicó que rara vez responden a las solicitudes de los clientes y el 56% mencionó que rara vez consideran la infraestructura del local como moderna. En conclusión, se determinó que la empresa brinda casi siempre un servicio eficiente empleando estrategias innovadoras, pero rara vez ofrecen un servicio rápido. En cuanto a la calidad del servicio, se encontró que generan confianza, los trabajadores están familiarizados con el proceso de atención, pero rara vez se realiza la revisión de la infraestructura.

El autor de este estudio indica que el buen servicio que una empresa brinda se debe principalmente a la utilización de estrategias innovadoras y creativas por parte de los funcionarios y los trabajadores, sin embargo, es necesario mejorarlo porque lo que hace notar el autor que el servicio no es muy rápido, del mismo modo existe confianza de los usuarios hacia la empresa por el servicio que reciben.

Según Castillo (2021) en su tesis titulada: *Modelo de gestión innovador para mejorar la calidad de los servicios de la Municipalidad Distrital de Morales, 2020*. El objetivo de esta investigación fue proponer un modelo de gestión innovador para mejorar la calidad de los servicios en el Municipio del Distrito de Morales en el año 2020. Se llevó a cabo una investigación aplicada con un diseño descriptivo y propositivo. La muestra incluyó a 9 funcionarios con cargos de jefatura, 21 trabajadores y 157 ciudadanos. Se utilizó la técnica de encuesta como método de recolección de datos, y el instrumento utilizado fue el cuestionario del modelo SERVQUAL, que evalúa la calidad de los servicios a través de las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los resultados indican que características, el 40% indica que existe calidad, el 30% menciona que está en riesgo y que está en brecha; desde la perspectiva del trabajador, considera que existe calidad en un 84%, el 8% menciona que está en riesgo y brecha. Se concluyó que, la propuesta del modelo de gestión innovador mejorará la calidad de los servicios en el municipio del distrito de Morales, 2020, para la gestión de cambio en las distintas áreas involucradas que brindan servicios, con acciones estratégicas focalizadas en los nudos críticos identificados por los ciudadanos.

En la presente investigación se reitera una vez más la importancia de la innovación en la vida institucional con la finalidad de satisfacer a los clientes y mucho más que si son propuestas de gestión que tienen que ver con todos sus procesos como es la planificación, la

organización, la dirección, control y evaluación que todas las organizaciones tienen que innovar en función a su desarrollo y en torno a su vigencia y permanencia.

Según Palomino (2021) en su investigación: *Características de calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Mype, sector servicio – rubro restaurant: estudio de caso Pikalo'S del distrito de San Vicente de Cañete, año 2019*. El objetivo de este estudio es identificar las características principales de la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en el caso del restaurante "PIKALO'S" en el Distrito de San Vicente de Cañete durante el año 2019. La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y transversal, y un nivel descriptivo. Se llevó a cabo una entrevista al propietario del restaurante, cuyos resultados fueron fundamentales para comprender la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Los resultados de la investigación revelaron que el restaurante "PIKALO'S" cuenta con una infraestructura adecuada, equipos y herramientas actualizados, y el personal recibe una formación adecuada para brindar un servicio de calidad a los clientes, lo que se traduce en resultados satisfactorios para el restaurante. Se demostró que los colaboradores del restaurante ofrecen un servicio de calidad que satisface a los clientes, lo que contribuye al crecimiento de la empresa y al aumento de su cuota de mercado. En conclusión, se determinó que la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el restaurante "PIKALO'S" es buena, ya que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio recibido.

El presente estudio sobre la calidad de servicio concluye que en la empresa investigada según la opinión de los propietarios y los trabajadores la calidad de servicio que brinda es buena y que los clientes se encuentran satisfechos, sin embargo, también las investigaciones deben abordar a los usuarios porque sus opiniones sobre el servicio que se les brinda serían más certeras y de tomar en cuenta, porque muchas veces los trabajadores son juez y parte sobre temas que tienen que ver sobre sus desempeños.

Murguía (2018) en su investigación titulada *Gestión De Innovación En Agronegocios Para Aumentar La Competitividad De La Cooperativa Café Perú En La Provincia De Chanchamayo*. El propósito de esta investigación es evaluar la gestión de innovación en la empresa dedicada al acopio, venta y distribución de café, con el objetivo de proponer acciones innovadoras que impulsen su rentabilidad. Se utilizó un enfoque descriptivo-correlacional con un diseño no experimental de corte transeccional. La metodología empleada consistió en encuestas mediante un cuestionario estructurado, aplicado a una

muestra de 28 dueños de pequeñas fincas productoras de café. Los resultados obtenidos indican una relación directa entre la variable del medio ambiente y la innovación, ya que los comerciantes muestran interés en las necesidades del cliente y producen sus productos con menos fungicidas e insecticidas, lo que agrega valor y aumenta la posibilidad de revender a los clientes finales. Como conclusión se tiene que los caficultores deben implementar acciones de mejora en las áreas de innovación tecnológica, medio ambiente, calidad y productividad, siguiendo la propuesta presentada en este estudio.

La presente investigación sobre la gestión de innovación precisa que existe una relación directa entre la innovación y el medio ambiente, es decir, la innovación de todo el sistema empresarial, ayuda a la preservación del medio ambiente, sobre todo evitar la contaminación del suelo, del recurso hídrico, del aire y evitar al mismo tiempo la contaminación sonora que muchas veces pasa desapercibida pero que está afectando considerablemente a toda la población.

2.1.3. A nivel local

Calvo (2022) en su tesis titulada *Calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huánuco – 2022*. El objetivo principal de este estudio es examinar la relación entre la calidad del servicio y la motivación de los trabajadores en los restaurantes pollerías del Centro Poblado de Llicua, con el fin de identificar los factores que pueden contribuir a las deficiencias en el desempeño del personal. Se busca verificar la hipótesis de que existe una relación entre la calidad del servicio y la motivación de los trabajadores en estos establecimientos. Este estudio se basa en un enfoque cuantitativo, y los resultados obtenidos revelan una relación del 92% entre la calidad del servicio y la motivación de los trabajadores.

La presente investigación concluye que una relación alta entre la calidad de servicio y la motivación, lo que implica la importancia que se evidencian los trabajadores bien motivados para trascender en los clientes o usuarios para que tengan una opinión favorable sobre la calidad del servicio que reciben y de esta manera satisfacer sus necesidades y calmar sus expectativas.

Velez de Villa (2020) en su trabajo de investigación titulada *Calidad de Servicio y Lealtad del Cliente en el Restaurante - El Bambú - del distrito de Pillco Marca – Huánuco 2020*, el propósito fue identificar la causa de este fenómeno, y se obtuvo un resultado basado

en una muestra de 291 clientes que respondieron a una encuesta realizada en diciembre de 2020. Investigación de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y de diseño no experimental transversal. Los resultados indican que el 43.5% de los clientes indican que la calidad de servicio es buena, y el 56.5% afirman que es regular y que la fiabilidad es la dimensión que está en una valoración de buena. Como conclusión, se determinó que existe una relación lineal alta, fuerte, directa y significativa entre la calidad del servicio y la lealtad del cliente en el restaurante.

La presente conclusión implica que al tener una alta calidad de servicio en toda organización se tendrá clientes cautivos, leales a la empresa; para ello es necesario innovar la calidad de los servicios que se les brinda con un aspecto organizativo adecuado, con procesos bien definidos y emergentes, con los recursos necesarios, así como emplear estrategias que cubran las expectativas de los usuarios, cuidando la capacitación y el perfil del talento humano que es un aspecto que ninguna empresa de servicios debe descuidar para que pueda irradiar buena imagen.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Innovación

La innovación implica la creación de algo nuevo o la mejora de algo existente para que sea útil y tenga valor comercial. Este proceso no se limita solo a la parte tangible, sino que también abarca nuevas formas organizativas, mercados y procesos. La innovación no se limita solo a nuevos productos y procesos, sino que también puede abarcar nuevos enfoques en la organización, la creación de nuevos mercados y la búsqueda de nuevas fuentes de materias primas. No depende exclusivamente de la tecnología, ya que también puede haber innovaciones en áreas económicas, sociales, organizativas y estratégicas que nacen y despegan en distintos espacios gerenciales. Una muestra de ello es la innovación en los grupos sociales, que se enfoca en generar cambios sociales y medioambientales positivos de manera novedosa, práctica, sostenible y orientada al mercado, especialmente dirigida a las necesidades de la población más vulnerable en términos sociales (WEF, 2013).

La innovación engloba ambos conceptos de manera estrecha: la innovación como el proceso creativo y de mejora y la gestión como la ejecución de esa tarea con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos.

La Norma Técnica Peruana establece que la Gestión de la Innovación se refiere al proceso organizativo y de dirección de todos los recursos disponibles con la finalidad de fomentar la generación de nuevos conocimientos, generar nuevas ideas que conduzcan a la consecución de los objetivos empresariales (INDECOPI, 2009).

Clasificación de la innovación:

Existen diversas clasificaciones de la innovación que pueden basarse en su objeto, magnitud y nivel de novedad. Este tema se abarca de manera amplia y proporciona definiciones para cada actividad relacionada con la innovación. Se presentan algunas categorizaciones de la innovación (Robledo, 2013):

a) Según su objeto

Esta clasificación se puede resumir de la siguiente manera (Robledo, 2013):

- Innovación tecnológica (tanto en productos como en procesos). Implica una innovación teniendo en cuenta principalmente las tecnologías de información y comunicación y que tiene que ver con todo lo relacionado a equipos, maquinarias y otros similares
- Innovación de mercados, se refiere cuando la empresa se expande en mercados nuevos o en los existentes, pero que aún no lo consideraba. Esta innovación tiene que ver mucho con estrategias de marketing que en la actualidad se utiliza mucho para cautivar a los clientes y tener vigencia en el mercado.
- Innovación de materias primas o similares, esta innovación implica estar a la vanguardia de lo que ofrece el avance tecnológico en esta era del conocimiento.
- Innovación institucional o social que incluye fundamentalmente la imagen institucional y la trascendencia que tiene en la sociedad como ente promotor del desarrollo en el contexto social y geográfico donde se desarrolla.
- Innovación organizativa y de gestión que incluye innovación en la organización, en los procesos de gestión, así como en el desarrollo del talento humano sin descuidar los aspectos tangibles y subjetivos de la organización.

Esta propuesta actualmente aplicada en el ámbito de la innovación empresarial es la definida en el Manual de Oslo (OECD, 2005), que establece lo siguiente (Robledo, 2013):

- Innovación de producto: se trata de realizar cambios sustanciales en los bienes o servicios que se ofrecen. Esto puede incluir el desarrollo de nuevos productos, así como de las mejoras en los existentes.
- Innovación de proceso: implica realizar cambios importantes en los métodos de producción y distribución. El objetivo es optimizar la eficiencia y la calidad en la forma en que se lleva a cabo el proceso.
- Innovación de mercadotecnia: se refiere a la implementación de nuevos métodos de comercialización. Esto puede incluir estrategias de promoción, canales de distribución innovadores o enfoques novedosos para llegar a los clientes.
- Innovación organizacional: implica el desarrollo de nuevos procesos organizativos y una reingeniería empresarial. Esto puede involucrar la reestructuración interna de la organización, la implementación de nuevas políticas o la adopción de prácticas externas que mejoren el funcionamiento general de la empresa.

b) Según su magnitud

Según Robledo (2013), la innovación se clasifica en:

- Incremental. Están referidos especialmente en las mejoras en lo que ya existe, es decir, innovar lo que se tiene pre establecido, por decir mejorar la infraestructura, los servicios que se brindan inclusive la imagen de los colaboradores
- Radical. Se refiere a proponer mejoras nuevas, innovadoras no existentes y que se quiere implementar, es decir, introducir a la organización algo novedoso que atraiga a los usuarios y que aún no se ha visto en ninguna empresa.

Tanto la innovación incremental como la radical se complementan, es por ello cuanto se introduce algo nuevo o novedoso, se sigue con mejorarlo lo que ya se tiene con la finalidad de tener competitividad en el mercado.

Las innovaciones radicales se relacionan con los nuevos hallazgos que nos ofrece la ciencia y la tecnología y que es producto de la investigación, mientras que las innovaciones incrementales están más asociadas con la investigación y desarrollo (I+D) empresarial o incluso con procesos de aprendizaje tecnológico como "aprender haciendo", "aprender utilizando" o "aprender interactuando" (Robledo, 2013).

- De sistemas tecnológicos. Estas innovaciones suelen ser producto netamente de la invención tecnológica, hoy en día es importante este tipo de innovación que toda organización debe realizar en sus maquinarias y equipos con el hecho de contar con tecnologías en todos los aspectos de última generación con la finalidad de ser competitivos y agilizar el cumplimiento de las funciones en torno a la satisfacción que se debe dar al colectivo.

Dimensiones de la innovación

Las dimensiones según Castillo (2013), son las siguientes:

- **Organización.** Se refiere al aspecto de dirección, a la estructura organizativa, al perfil de quien dirige la empresa, hacia donde apuntan los objetivos, cuáles son los objetivos, logros, metas, así como a la gestión del talento humano, sobre todo en la selección del mismo.
- **Procesos.** Está referido a la redefinición de los procesos productivos, comerciales, nuevas ideas y se enmarca a la forma de organizar sus funciones. También trata del control de todo el proceso empresarial con la finalidad de focalizar las debilidades y errores y de esta manera proponer las medidas correctivas a tiempo para evitar altos costos en la solución de la problemática detectada.
- **Recursos.** Se refiere a la disponibilidad de los medios, herramientas, soporte y del aspecto financiero, material y humanos.
- **Estrategias.** Son los medios y formas innovadoras que deben incursionar en el proceso de elaboración de los productos o servicios, así como de todo el funcionamiento de la organización.

2.2.2. Calidad de servicio

La calidad se refiere a la capacidad de una organización para funcionar de forma confiable y sostenible con un alto rendimiento y adecuada rentabilidad, según lo indicado por Domínguez (2006). La calidad se considera una estrategia clave para sobrevivir en el mercado, sobre todo en entornos altamente competitivos, como señala Setó (2004). Reconocer la importancia de la calidad no es suficiente. Al inicio, muchas empresas tenían

como objetivo principal la calidad, pero luego hubo un cambio de enfoque hacia la satisfacción del cliente.

Según Barrow (2007), durante la última década, muchas organizaciones de servicios han expresado desesperadamente la necesidad de vivir la marca. Se ha establecido que la capacidad de destacar en el mercado se basa en gran medida en la calidad global de la experiencia de los servicios, y esta experiencia es afectada por la forma en que los empleados se comportan con los clientes. Además, es importante que los empleados tengan un conocimiento claro de la propuesta de la marca para los clientes.

La calidad se define como las cualidades y atributos que caracterizan a una persona, cosa o situación. La calidad de un objeto se determina por su grado de conformidad con el modelo ideal. Un producto de baja calidad es aquel que no cumple con las características propias de su categoría.

La calidad es un concepto que ha cobrado gran importancia en los últimos tiempos, actualmente las empresas intentan trabajar con la consigna “cero errores” o prevenirlos desde el principio utilizando el término “calidad total”, que sólo ha pretendido que éstas ganen mayor competitividad en sus productos y servicios, logrando así clientes satisfechos, dispuestos a decidir qué es lo que realmente quieren, prefieren y necesitan, además de obtener nuevas estrategias de perfección para llegar a éstos.

La calidad del servicio se refiere a la convergencia cuando existe una diferencia entre las expectativas que los consumidores tienen sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones de lo que realmente se les ha proporcionado. En la relación directa entre las organizaciones y los clientes, la calidad y el servicio son conceptos inseparables. A veces se considera el servicio como parte de los productos genéricos sin distinguirlo de otras mercancías a las que las personas tienen acceso.

Cuando se trata de servicios de salud, la calidad del servicio adquiere un significado especial. No se trata solo de brindar comodidad y alivio físico a los pacientes, sino también de abordar sus problemas y necesidades. Esto implica la atención administrativa adecuada y la atención general hacia las personas, brindando amabilidad, asertividad, responsabilidad, rapidez, oportunidad, higiene, profesionalismo y tecnología adecuada, entre otros elementos importantes a tener en cuenta.

Se presentan varias definiciones relacionadas con la calidad de servicio para luego construir la más relevante para el presente estudio:

La calidad se refiere a la capacidad de un sistema para funcionar de manera confiable y constante a lo largo del tiempo, alcanzando un nivel específico de rendimiento en una organización de servicios.

"La calidad se define como un modelo de gestión y un estilo de liderazgo implementado en las empresas líderes, así como una forma de ser y vivir. La calidad no es simplemente un conjunto de características estáticas, sino una cualidad que puede mejorarse. El término se origina en la etimología latina de 'Qualitas', que se refiere a la forma de ser en relación con los demás" (Álvarez, 2007).

"La calidad depende de la evaluación que realiza el paciente, ya sea en relación al producto o al servicio, teniendo en cuenta las características de uso y la urgencia de obtenerlo" (Álvarez, 2007).

Al evaluar la calidad del servicio, los clientes consideran los siguientes aspectos según Quijano (2003):

Elementos tangibles: se refieren a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y los equipos utilizados en la compañía (por ejemplo, equipos de cómputo, mobiliario de oficina, transporte, etc.). Una evaluación positiva en este aspecto puede motivar al cliente a realizar su primera transacción con la empresa.

Es importante destacar que los elementos tangibles pueden atraer al cliente para realizar la primera compra, pero por sí solos no garantizan que el cliente vuelva a adquirir productos o servicios de la empresa en el futuro.

Cumplimiento de promesa: implica entregar el servicio acordado de manera correcta y puntual. Tanto la entrega correcta como la entrega oportuna son aspectos igualmente importantes para los clientes, ya que generan confianza y fidelidad con la empresa. Desde la perspectiva del usuario, es necesario internalizar una conducta de confianza en el cliente considerado un elemento fundamental en términos de servicio.

Actitud de servicio: La ausencia de actitud positiva y proactiva que evidencian los trabajadores con frecuencia hace que los clientes perciben no existe disposición para solucionar sus problemas ni mucho menos la disposición de escucharlos.

Competencia del personal: los clientes evalúan la competencia de los empleados para atenderlos correctamente. Esto incluye aspectos como su cortesía, su conocimiento sobre la empresa y los productos o servicios que ofrece, su dominio de las condiciones de venta y las políticas, entre otros. La capacidad del empleado para brindar orientación y consejos adecuados es especialmente importante para aquellos clientes que requieren asistencia y sugerencias.

Empatía: aunque la empatía se suele definir como ponerse en el lugar del cliente, los clientes evalúan este aspecto considerando tres aspectos diferentes, según se ha observado.:

- Fácil de contactar: Empresas fáciles de contactar. Comuníquese con los vendedores o el personal cuando los clientes lo necesiten. Líneas telefónicas, buena flota de autobuses. De esta forma, los clientes no tienen que llamar a un repartidor o empleado cuyo número de teléfono siempre está ocupado o no contesta, y cuando lo hacen, el cliente no puede encontrar un autobús para tomar. - Gustos y necesidades: el cliente quiere ser percibido como único, le damos lo que necesita en los términos que le conviene, y él le da además lo que necesita, es decir, superando sus expectativas. La calidad es un factor clave ya que de ella dependen muchas variables en una organización y si no se controla afectará la fidelización de los clientes y por ende migrarán a la competencia.

El modelo SERVQUAL define la calidad del servicio como la diferencia entre la percepción real del servicio por parte de los clientes y sus expectativas del servicio previamente formadas. De esta forma, la valoración del cliente sobre la calidad del servicio es negativa (positiva), y la percepción que recibe es inferior (superior) a sus expectativas. Por ello, una empresa de servicios que pretenda diferenciarse a través de un servicio de calidad debe prestar especial atención a superar las expectativas del cliente (Zeithaml et al., 1993)

Las percepciones de la calidad del servicio están determinadas por qué tan bien el proveedor de servicios realiza el servicio, en oposición a las expectativas del cliente de lo que esperan del proveedor de servicios. Las expectativas de los usuarios entorno al servicio se realizan:

- Comunicación de boca en boca, es decir, los clientes o usuarios se comunican verbalmente de las bondades o deficiencias de las empresas.
- Necesidades personales, toda calidad debe atender prioritariamente las necesidades personales de los clientes
- Experiencia personal, es necesario dar buen servicio para que el cliente internalice en sus experiencias
- La comunicación externa de las empresas prestadoras, el marketing es muy importante para conocer lo que brinda y ofrece una empresa.

Dimensiones de la Calidad de Servicio

De acuerdo con la escala multidimensional SERVQUAL, se enumeran a continuación las siguientes características.:

- **Elementos tangibles.** Según la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas SAC CIBERTEC (2007), los elementos tangibles son los aspectos físicos como las instalaciones, el personal, la documentación y el material de comunicación que se perciben a primera vista y que proyectan la imagen de la empresa. Estos elementos físicos deben superar las expectativas del cliente para construir lealtad. En otras palabras, se refieren a los equipos físicos, el personal, el dinero, los materiales de comunicación, etc., que contribuyen a brindar comodidad, precisión, rapidez y utilidad adecuada.
- **Fiabilidad.** Según la Real Academia Española (RAE), la fiabilidad se refiere a la cualidad de ser confiable, es decir, tener seguridad y obtener buenos resultados, y se relaciona con la probabilidad de que algo funcione correctamente. Según Farfán (2007), la fiabilidad de un sistema consiste en producir un producto o llevar a cabo un proceso sin fallas y minimizando el riesgo, lo cual es fundamental para la competitividad de una industria. Esta fiabilidad abarca desde la etapa inicial hasta el seguimiento del proceso de producción.

Según la revista ABB Nueva Zelanda (2009), la fiabilidad se define comúnmente como la reducción de averías en los equipos. Mejorar la fiabilidad implica tener la capacidad de identificar problemas y reparar los equipos antes de que el departamento de operaciones detecte que algo no funciona correctamente.

En resumen, la fiabilidad se refiere a la capacidad de identificar problemas, reducir errores y buscar soluciones con el objetivo de evitar riesgos. Esto se logra mediante la mejora de los procesos, la innovación tecnológica, la capacitación del personal y el suministro adecuado de insumos, para garantizar la prestación de servicios de manera confiable y cuidadosa. La fiabilidad es un factor esencial para la seguridad de un producto y asegurar un rendimiento adecuado de los objetivos funcionales.

- **Capacidad de respuesta.** La disposición para atender a los clientes y brindarle un servicio rápido y puntual frente a una demanda, ofreciendo respuestas de calidad dentro de un tiempo adecuado.
- **Seguridad.** Castillo (2005) menciona que la seguridad se refiere al conocimiento de los trabajadores sobre su trabajo, su cortesía y su capacidad para transmitir confianza. Zeithman, et al. (2002) define la responsabilidad como el conocimiento y la cortesía de los empleados, así como su habilidad para inspirar buena fe y confianza.

La seguridad implica el conocimiento del servicio, la cortesía y amabilidad de los empleados, así como su habilidad para generar confianza en el cliente.

Por lo tanto, la seguridad se considera una cualidad, habilidad y aptitud de las personas para brindar información sobre el servicio ofrecido de manera clara, sencilla y precisa. También implica la capacidad de transmitir confianza a las personas, para que puedan expresar sus necesidades y así poder brindarles la ayuda requerida.

- **Empatía.** Según Zeithman et al. (2002): La empatía implica proporcionar a los clientes una atención personalizada y cuidadosa. El mismo autor indica que la empatía como una experiencia adquirida a través de las emociones de los demás, al adoptar sus perspectivas y la simpatía, que se considera como un componente emocional de la empatía.

La empatía es una habilidad humana que nos permite entender a los demás al ponernos en su lugar, comprender su forma de pensar y experimentar su punto de

vista. Mejora las relaciones interpersonales, fomenta una comunicación efectiva y genera sentimientos de simpatía, comprensión y ternura.

Para desarrollar esta habilidad de manera óptima, es importante considerar capacidades de comportamiento como la calidad de la interrelación, el desarrollo moral, una buena comunicación y el altruismo (generosidad). También debemos tener en cuenta las respuestas emocionales, el bienestar dirigido hacia otras personas y algunos sentimientos empáticos, como la simpatía, la compasión y la ternura.

Para del presente estudio se va a considerar cuatro dimensiones de la calidad de servicio: elementos tangibles, fiabilidad o confiabilidad, empatía y seguridad.

2.3. Hipótesis

Por el tipo y nivel de investigación y objetivos propuestos no se formulará hipótesis ya que el trabajo de investigación solo se limitará a la identificación de las características de las variables propuestas en la presente investigación. Al respecto Hernández et al. (2014), indica que no todos los estudios cuantitativos tienen hipótesis. El que formulemos o no hipótesis depende de un factor clave: el alcance inicial del estudio. Los estudios cuantitativos que tienen un alcance explicativo o descriptivo, que no intentan predecir hecho, no formulan hipótesis.

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación

3.1.1. Nivel de investigación

El nivel del estudio de investigación actual será descriptivo, puesto se describirán los hechos y acontecimientos tal como se encuentren de los distintos problemas encontrados al evaluar la innovación y la de calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, del distrito de Huánuco. De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), señalan que este tipo de estudios tiene como objetivo investigar los hechos, fenómenos o sucesos tal y como se presentan, sin modificarlos.

3.1.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar será cuantitativo, ya que se emplearán técnicas y programas estadísticos en el procesamiento y análisis de la información. Esto permitirá presentar los datos de manera que puedan ser interpretados y discutidos, comparándolos con los resultados de investigaciones anteriores (Hernández, et al., 2014).

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño a utilizar en este estudio será no experimental y descriptivo de corte transversal. Será no experimental porque no se realizará ninguna manipulación de variables, simplemente se observará el comportamiento de los fenómenos tal y como ocurren en su contexto natural, sin realizar ninguna modificación. (Hernández et al., 2014). Será descriptivo porque se describirán las características, propiedades y rasgos de los hechos y fenómenos tal como se presenten, sin alterar su comportamiento en un momento y tiempo específico. Será transversal porque la recopilación de datos y el trabajo de investigación se llevarán a cabo en un período de tiempo definido, comenzando en un momento único y la recolección de información se realizará una sola vez. (Carrasco, 2017).

3.2. Población y muestra

La población se define como un grupo de individuos con características comunes que son observables y medibles. En este sentido, Vara (2012) señala que es siempre necesario

contar con informantes o fuentes de conocimiento "primarias" o directas para lograr los objetivos de una tesis. Estas fuentes de información se denominan población.

La población en el presente estudio investigativo lo conformarían los usuarios de la empresa de transportes interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco, cuya ruta es de la ciudad de Huánuco de la provincia del mismo nombre a la ciudad de Tingo María que es la capital de la provincia de Leoncio Prado. Para ello se tendrá en cuenta el número de usuarios que viajan mensualmente. De dicha empresa son 5 autos que salen diariamente cada uno con 4 pasajeros, haciendo un total de 40 pasajeros al día y en promedio de 1200 pasajeros o usuarios.

Según (Ñaupas et al, 2018), la muestra es una porción representativa de una población, universo o colectividad que se reúne con el propósito de investigar características específicas de dicha población. Al ser representativa de la población total, permite extrapolar las conclusiones obtenidas a toda la población. Por lo tanto, la muestra puede verse como una parte de la población estudiada que mejor refleja las características del conjunto y posibilita la generalización de los resultados.

El tamaño de la muestra fue determinado por la fórmula estadística de muestras finitas:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N-1)E^2 + Z^2 pq}$$

El error estimado se ha considerado 0.1 (10%), puesto que los usuarios tienen características diferenciadas es decir es una población heterogénea. Reemplazando los datos se tiene:

$$n = \frac{1.960^2 \times 0.79 \times 0.21 \times 1200}{(1200-1)0.1^2 + 1.960^2 \times 0.79 \times 0.21}$$

$$n = 60$$

3.3. Variables, definiciones y operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
Innovación	La innovación como o proceso mediante el cual se genera algo nuevo o se mejora lo que ya existe, transformándolo en algo útil con un valor agregado, será medida mediante un cuestionario conformado por 12 ítems, distribuidos e ítems por cada dimensión	Organización	- Estructura empresarial adecuada - Objetivos bien definidos - Coordinación adecuada	Likert	Muy Baja: 12 a 21 Baja: 22 a 31 Mediana: 32 a 41 Alta: 42 a 51 Muy alta: 52 a 60
		Procesos	- Flujo de actividades bien definidas - Control permanente de las actividades - Servicio de calidad		
		Recursos	- Recursos humanos adecuados - Maquinaria y equipo suficiente - Recursos financieros necesarios		
		Estrategia	- Innovación oportuna de las unidades móviles - Capacitación permanente del personal - Estrategias de marketing periódicas		
Calidad de servicio	La calidad de servicio considerado la capacidad para cumplir las expectativas del consumidor y satisfacer sus necesidades de manera segura y fiable será medida mediante un cuestionario conformado por 16 ítems distribuidos ítems para cada una de sus dimensiones	Elementos tangibles	- Ambientes cómodos y confortables - Unidades móviles en buen estado y cómodos - Servicios higiénicos limpios y en buen mantenimiento	Likert	Muy Baja: 16 a 29 Baja: 29 a 41 Mediana: 42 a 54 Alta: 55 a 67 Muy alta: 68 a 80
		Fiabilidad	- Servicio atendido oportunamente - Consultas atendidas inmediatamente - Confiabilidad en el servicio		
		Empatía	- Trato amable - Interés en la atención oportuna - Atención personalizada		
		Seguridad	- Seguridad al realizar al realizar los trámites - Capacidad para resolver consultas - Confianza en los trabajadores		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

La técnica que se empleará para recopilar información será la encuesta, como mencionan Hernández y Mendoza (2018). Las encuestas permiten obtener información que no es tangible, es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente.

El instrumento utilizado será un cuestionario de preguntas cerradas y de respuestas múltiples, de acuerdo con los mismos autores, el cuestionario consta de un conjunto de preguntas relacionadas con una o más variables a medir, de acuerdo con los objetivos establecidos.

3.5. Método de análisis de datos

Una vez que los instrumentos hayan sido elaborados, serán aplicados a los sujetos de la muestra y se procederá a organizar y procesar la información obtenida. Para el análisis y procesamiento de los datos, se utilizará la estadística descriptiva mediante el uso de programas como Excel y SPSS (versión 25.0). Además, se empleará Microsoft Word para redactar el trabajo de investigación y realizar el análisis de los resultados, comparándolos con las coincidencias o diferencias encontradas en estudios previos similares al presente. También se utilizará el programa Turnitin para verificar la ausencia de plagio y/o similitudes.

3.6. Aspectos éticos

De acuerdo a lo indicado en el Reglamento de Integridad Científica en la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, aprobada según Resolución N°304-2023-CU-ULADECH Católica y al Código de Ética, se tendrá en cuenta lo siguiente:

a. Respeto y protección de los derechos de los intervinientes, su dignidad, privacidad y diversidad cultural. En toda investigación, se considera primordial proteger a las personas que participan, teniendo en cuenta el riesgo al que puedan estar expuestas y la probabilidad de obtener beneficios

b. Protección a la libertad de elección y respeto de la autonomía de cada participante a través de su manifestación voluntaria, inequívoca e informada de participación.

c. Cuidado del medio ambiente, respetando el entorno, protección de especies y preservación de la biodiversidad y naturaleza. Se garantizará la preservación del medio ambiente cuidando al mismo tiempo la biodiversidad como el hecho de reciclar los residuos sólidos generados como es el hecho de utilizar el papel por ambas caras

d. Libre participación por propia voluntad y a estar informado de los propósitos y finalidades de la investigación en la que participan de tal manera que se exprese de forma inequívoca su voluntad libre y específica.

e. Búsqueda de beneficencia, no maleficencia, asegurando el bienestar de los participantes a través de la aplicación de los preceptos de no causar daño, reducir efectos adversos posibles y maximizar los beneficios.

f. Difusión responsable de la investigación con veracidad y justicia. La difusión responsable de la investigación con veracidad y justicia es un pilar fundamental para el desarrollo de una sociedad informada, progresista y equitativa

g. Respeto y cumplimiento de normativa nacional e internacional, son elementos esenciales para crear una sociedad justa, pacífica y progresista, donde todos puedan vivir en armonía y prosperidad. Es nuestra responsabilidad colectiva trabajar en conjunto para mantener y fortalecer estos valores en beneficio de todos.

h. Rigor científico e integridad, son valores centrales en la ciencia y la investigación. Al mantener altos estándares en estos aspectos, la comunidad científica puede avanzar de manera ética y confiable hacia la comprensión y solución de los desafíos que enfrenta la humanidad

i. Integridad científica que permita la objetividad, imparcialidad y transparencia durante la investigación y con los hallazgos encontrados.

j. Justicia a través de un juicio razonable y ponderable que permita la toma de precauciones y limite los sesgos, así también, el trato equitativo con todos los participantes.

IV. RESULTADOS

4.1. Presentación descriptiva de resultados

Tabla 1

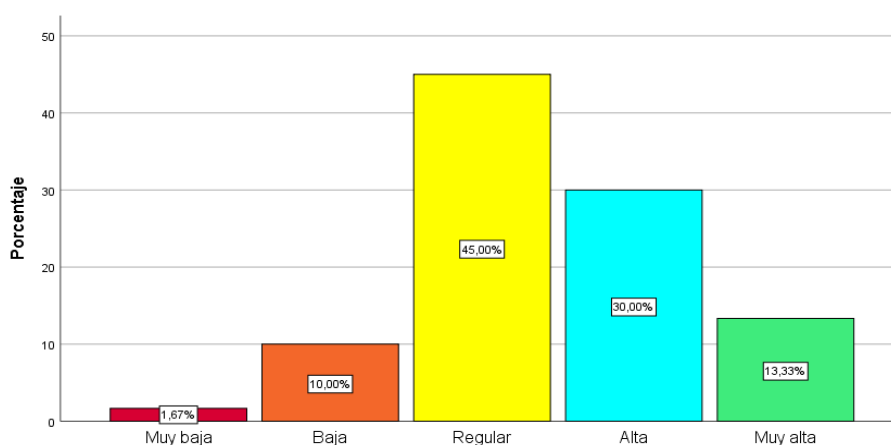
Innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A

Valoración	N	Porcentaje
Muy baja	1	1,7
Baja	6	10,0
Regular	27	45,0
Alta	18	30,0
Muy alta	8	13,3
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 1

Innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A



Nota. Tabla 1

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 45.0% opina que la innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A del distrito de Huánuco es regular, el 30.0% opina que es alta, el 13.3% muy alta, el 10.0% baja y solo el 1.7% opina que la innovación es muy baja.

Estos resultados evidencian que dicha empresa regularmente realiza innovaciones con la finalidad de mejorar la calidad de sus servicios.

Tabla 2

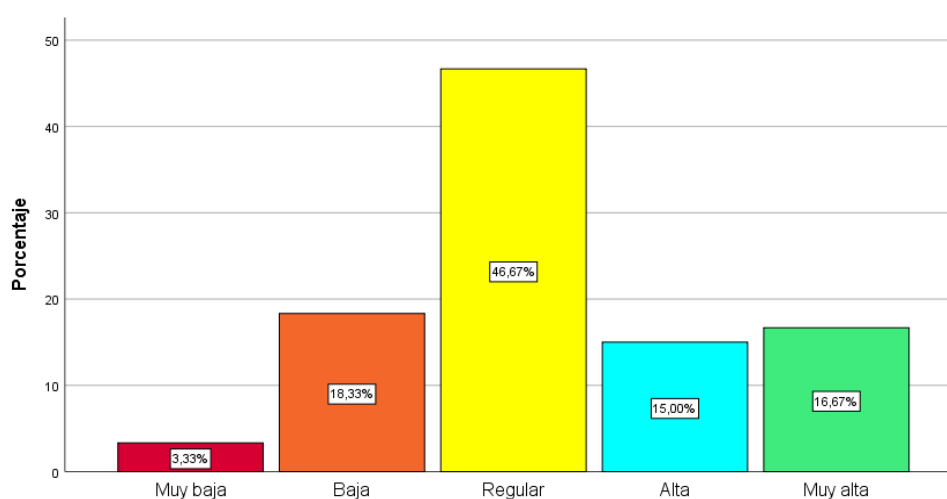
Organización de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A

Valoración	N	Porcentaje
Muy baja	2	3,3
Baja	11	18,3
Regular	28	46,7
Alta	9	15,00
Muy alta	10	16,7
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 2

Organización de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A



Nota. Tabla 2

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 46.7% opina que organización de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A es regular, el 18.3% opina que es baja, el 15.0% alta, el 16.7% muy alta y solo el 1.7% opina que la innovación es muy baja.

Estos resultados evidencian que dicha empresa organiza regularmente sus actividades con la finalidad de mejorar la calidad de sus servicios

Tabla 3

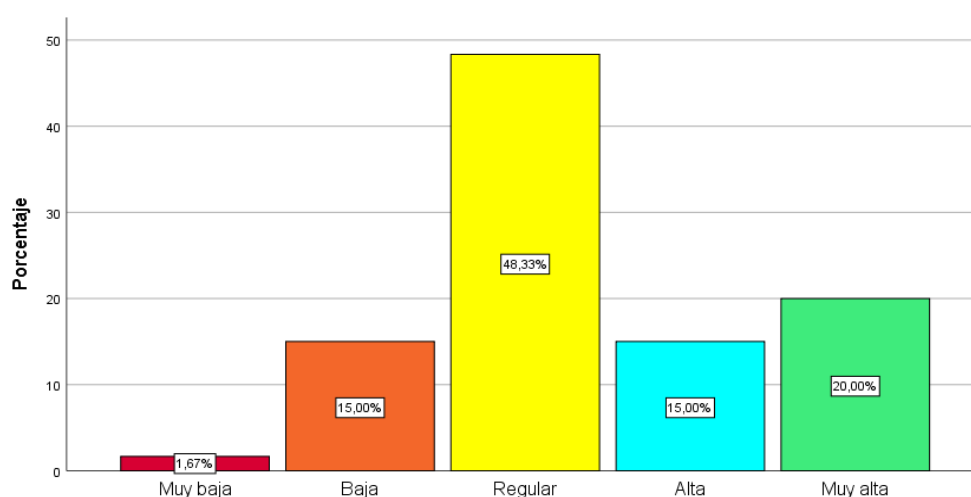
Procesos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A

Valoración	N	Porcentaje
Muy baja	1	1,7
Baja	9	15,0
Regular	29	48,3
Alta	9	15,0
Muy alta	12	20,0
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 3

Procesos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A



Nota. Tabla 3

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 48.3% opina que los procesos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A son regulares, el 20.0% opina que son muy altas, el 15.0% opina que son bajas y altas respectivamente y solo el 1.7% opina que los procesos son muy bajas.

Estos resultados evidencian que los procesos que se realizan en dicha empresa para el cumplimiento de sus funciones se realizan regularmente con la finalidad de mejorar la calidad de sus servicios.

Tabla 4

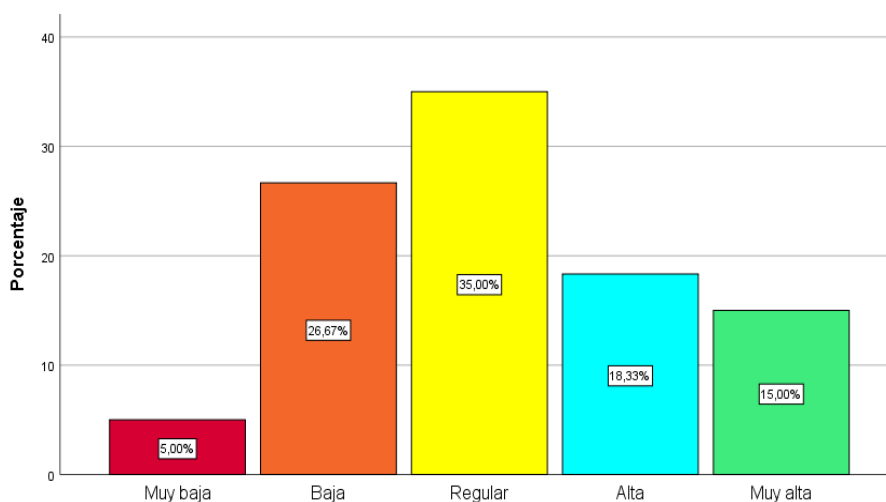
Recursos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A

Valoración	N	Porcentaje
Muy baja	3	5,0
Baja	16	26,7
Regular	21	35,0
Alta	11	18,3
Muy alta	9	15,0
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 4

Recursos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A



Nota. Tabla 4

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 55.0% opina que los recursos de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase son regulares, el 26.7% opina que son bajas, el 18.3% altas, el 15.0% muy altas y solo el 1.7% opina que dichos recursos son muy bajas.

Estos resultados evidencian que los recursos tanto humanos, materiales y financieros de dicha empresa son regulares que se emplean con la finalidad de mejorar la calidad de sus servicios.

Tabla 5

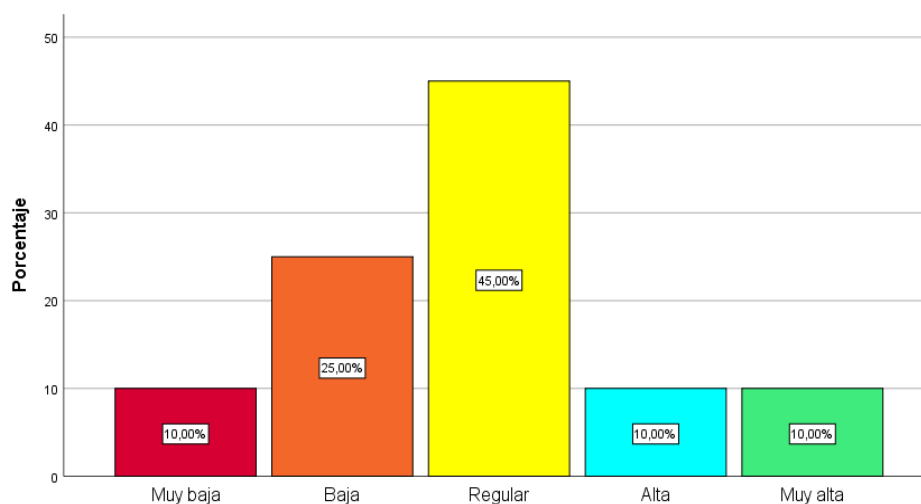
Estrategias de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A

Valoración	N	Porcentaje
Muy baja	6	10,0
Baja	15	25,0
Regular	27	45,0
Alta	6	10,0
Muy alta	6	10,0
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 5

Estrategias de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A



Nota. Tabla 5

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 45.0% opina que las estrategias de innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A son regulares, el 25.0% opina que es baja y el 10.0% opinan que son muy bajas, altas y muy altas respectivamente.

Estos resultados evidencian que dicha empresa emplea regularmente estrategias de innovación con la finalidad de mejorar la calidad de sus servicios.

Tabla 6

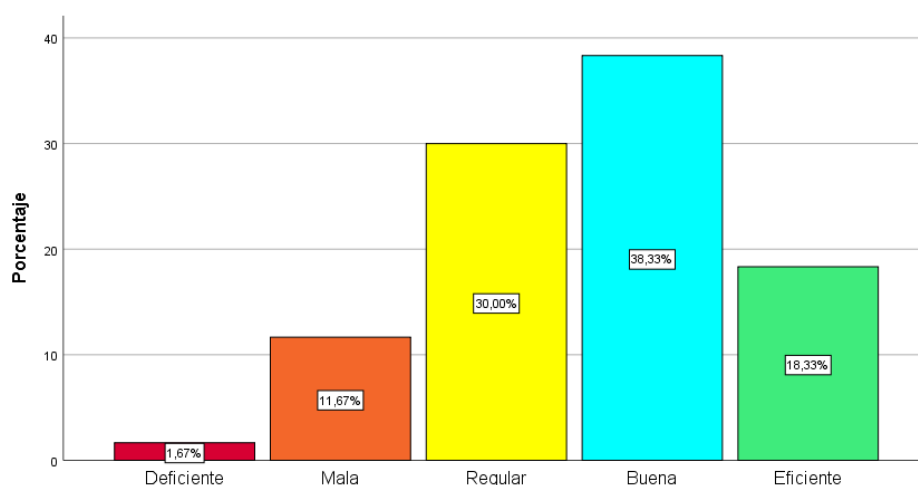
*Calidad de servicio de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros
Clase A*

Valoración	N	Porcentaje
Deficiente	1	1,7
Mala	7	11,7
Regular	18	30,0
Buena	23	38,3
Excelente	11	18,3
TOTAL	60	100,00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 6

*Calidad de servicio de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros
Clase A*



Nota. Tabla 6

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 38.3% opina que la calidad de servicio de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A es buena, el 30.0% opina que es regular, el 18.3% eficiente, el 11.7% mala y solo el 1.7% opina que es deficiente.

Estos resultados evidencian que la calidad de servicio que brinda dicha empresa es buena y que contribuirá fundamentalmente en la satisfacción del usuario.

Tabla 7

Elementos tangibles de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros

Clase A

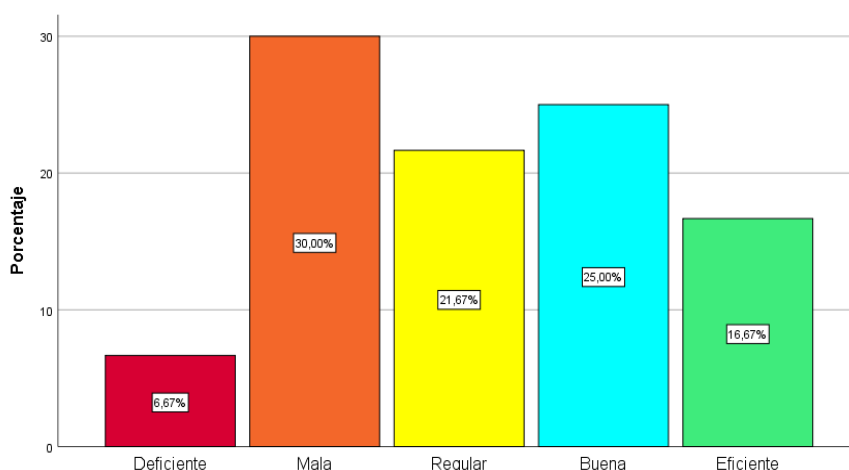
Valoración	N	Porcentaje
Deficiente	4	6,7
Mala	18	30,0
Regular	13	21,6
Buena	15	25,0
Excelente	10	16,7
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 7

Elementos tangibles de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros

Clase A



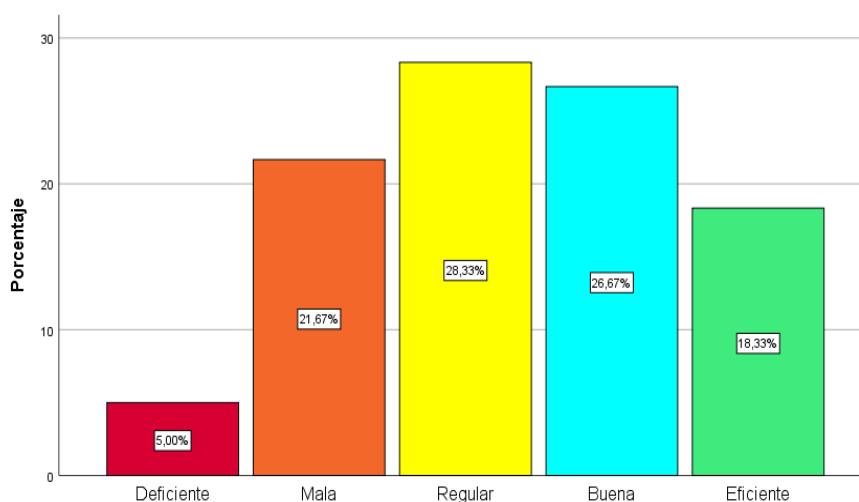
Nota. Tabla 7

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 30.0% opina que los elementos tangibles de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A son malas, el 25.0% opina que son buenas, el 21.7% regulares, el 16.7% eficientes y el 6.7% opina que son deficientes.

Estos resultados evidencian que los elementos tangibles que tiene dicha empresa son malas, pero algunas son buenas, por lo que es necesario mejorar los elementos tangibles sobre todo el local de recepción y embarque de pasajeros.

Tabla 8*Fiabilidad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A*

Valoración	N	Porcentaje
Deficiente	3	5,0
Mala	13	21,7
Regular	17	28,3
Buena	16	26,7
Excelente	11	18,3
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023**Figura 8***Fiabilidad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A**Nota.* Tabla 8

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 28.3% opina que la fiabilidad o confiabilidad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A es regular, el 26.7% opina que es buena, el 21.7% afirma que es mala el 18.3% eficiente y el 5.0% opina que es deficiente.

Estos resultados evidencian que la fiabilidad que brinda dicha empresa a sus usuarios es regular, por lo que tiene que mejorarle para crear confianza en sus usuarios y de esta manera tener clientes cautivos.

Tabla 9

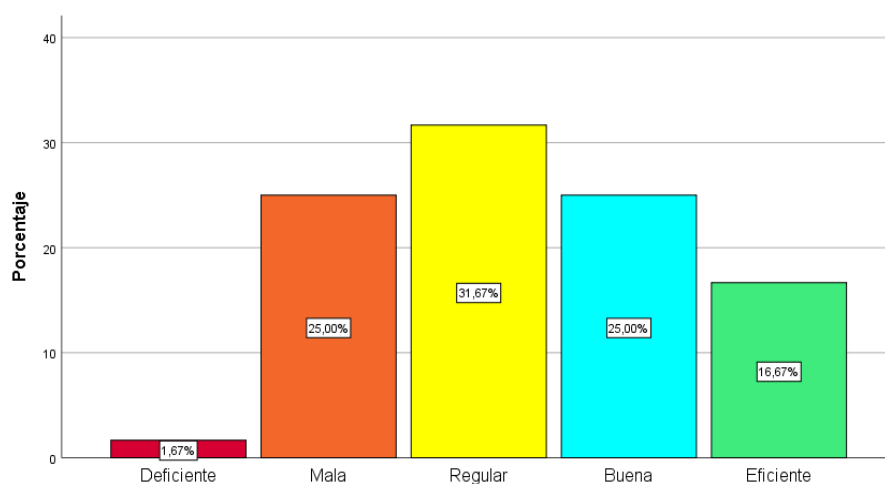
Empatía de los trabajadores de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A

Valoración	N	Porcentaje
Deficiente	1	1,7
Mala	15	25,0
Regular	19	31,6
Buena	15	25,0
Excelente	10	16,7
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 9

Empatía de los trabajadores de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A



Nota. Tabla 9

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 31.7% opina que la empatía de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A es regular, el 25.0% opina que es buena y mala respectivamente, el 16.7% afirma que es eficiente y solo el 1.7% opina que es deficiente.

Estos resultados evidencian que la empatía de los trabajadores dicha empresa es regular lo que implica desarrollar capacitaciones sobre desarrollo personal e inteligencia personal para mejorar esta característica en los trabajadores.

Tabla 10

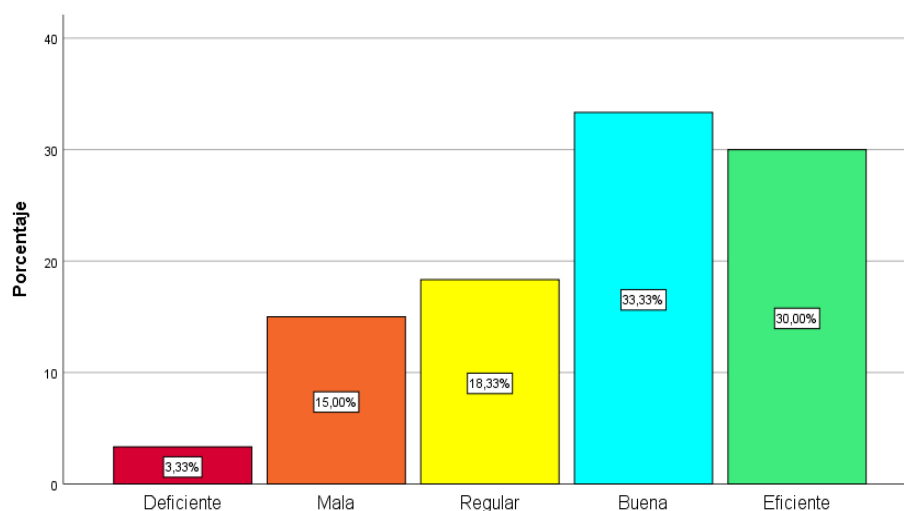
Seguridad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A

Valoración	N	Porcentaje
Deficiente	2	3,3
Mala	9	15,0
Regular	11	18,3
Buena	20	33,4
Excelente	18	30,0
TOTAL	60	100.00

Nota: Cuestionario aplicado en junio del 2023

Figura 10

Seguridad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A



Nota. Tabla 10

Interpretación. Del total de usuarios encuestados el 33.3% opina que la seguridad de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A es buena, el 30.0% opina que es eficiente, el 18.3% regular el 15.0% mala y el 3.3% opina que es deficiente.

Estos resultados evidencian que la seguridad que brinda dicha empresa es buena y eficiente lo que contribuye a la optimización de la calidad de servicio.

4.2. Discusión

En relación al objetivo general que se refiere a determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023; en la tabla 1, se tiene que el 45.0% de los usuarios de la empresa de transporte mencionada afirman que la innovación es regular el 30.0% afirma que es alta, el 13.3% muy alta, el 10% baja y el 1.7% muy baja es decir la más de la mitad de los usuarios afirman que la innovación es muy baja, baja y regular, del mismo modo en la tabla 6, el 38.3% de los usuarios afirma que la calidad de servicio de dicha empresa es buena, el 30.0% afirma que es regular, el 18.3% afirma que es excelente, el 11.7% afirma que es mala y el 1.7% opina que es deficiente. Los resultados indican que la calidad de servicio es buena, sin embargo, se evidencia que un buen porcentaje afirma que solo es regular y mala respectivamente, este hecho se debe porque las dimensiones de la calidad de servicio como los elementos tangibles, la fiabilidad o confiabilidad, empatía y seguridad también no son excelentes, debido a una serie de factores siendo el más importante la falta un local apropiado en un sitio adecuado con todas sus comodidades, así como la capacitación que no se da al personal sobre todo a los “llamadores de pasajeros” que en muchos casos empelan un vocabulario grotesco e inapropiado, así mismo los reclamos de los usuarios no son atendidos oportunamente y existe también en algunos casos pérdida de las encomiendas o retraso en la entrega de las mismas. Al respecto Calvo (2022) en su tesis titulada sobre calidad de servicio y motivación en los trabajadores afirma que existe una relación alta entre la calidad de servicio y la motivación de los trabajadores, donde la innovación tiene que ver con empleo de estrategias como es la persuasión y la motivación. Así mismo La innovación implica la creación de algo nuevo o la mejora de algo existente para que sea útil y tenga valor comercial. Este proceso no se limita solo a la parte tangible, sino que también abarca nuevas formas organizativas, mercados y procesos (WEF, 2013). Ello implica que la innovación no solo son elementos tangibles sino muchas veces se refiere a elementos subjetivos, internos de todos los actores empresariales.

Referente al primer objetivo específico que indica establecer las características de la organización de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de

transporte interprovincial de pasajeros Clase A, en la tabla 2, se tiene que, el 46.7% de los usuarios de dicha empresa de transporte interprovincial de pasajeros afirman que la organización de la innovación es regular, el 18.3% afirma que es baja, el 16.7% muy alta, el 15.0% afirma que es alta y el 3.3% opina que es muy baja, por lo tanto, la mayoría de los usuarios opinan que la organización es regular debido a que solo algunas veces la estructura organizativa de la empresa está bien estructurada, los objetivos no están bien definidos y no siempre existe coordinación adecuada entre las áreas de la empresa, del mismo modo alrededor de la tercera parte de los usuarios afirma que la calidad de servicio es regular, estos hechos indican que una buena organización incide en la mejora de la calidad de servicio. Estos resultados se relacionan con lo expresado por Ávila y Morales (2019), quienes en su investigación sobre innovación de proceso y de gestión en un sistema de gestión de la calidad para una industria de servicios indican que mediante un sistema organizativo innovador aplicando las etapas del ciclo Planear-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA) en el ámbito directivo y las etapas Estandarizar-Hacer-Verificar-Actuar (EHVA) en el ámbito operativo, se obtienen resultados como la reducción de la retroactividad en un trimestre, pasando del 28,38% al 19,36%, y la entrega de documentos al cliente se reduce de un plazo de entre tres y doce meses a tan solo 13 días. Ello implica que la organización de la innovación es de suma importancia para la rentabilidad empresarial, al por lo que las empresas deben propender en forma organizada innovar constantemente e insertarse en las nuevas corrientes socioeconómicas emergentes, puesto que, según INDECOPI (2009), toda gestión de la innovación se refiere al proceso organizativo y de dirección de todos los recursos disponibles con la finalidad de fomentar la generación de nuevos conocimientos, generar nuevas ideas que conduzcan a la consecución de los objetivos y al éxito empresarial.

Del mismo modo en función al segundo objetivo específico que indica determinar las características del proceso de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, en la tabla 3, se tiene que, el 48.3% indican que el proceso de la innovación es regular, el 20% afirma que es muy alta, el 15.0% afirma que es baja y alta respectivamente y el 1.7% afirma que es muy baja, por lo tanto, la mayoría indica que el proceso de la innovación es regular, es decir, la innovación no se lleva a plenitud debido que pocas veces el flujo de las actividades de la empresa está bien definido, no siempre existe control

permanente de las actividades sobre todo de las unidades móviles, no siempre el servicio de presta la empresa es de calidad, en algunos casos existen quejas de los usuarios. Estos resultados se relacionan con lo indicado por Ospina (2018), en su tesis sobre la reingeniería de procesos: una herramienta gerencial para la innovación y mejora de la calidad en las organizaciones, quien afirma que para mantenerse competitivo las organizaciones deben adaptarse a los cambios, y se destaca el papel crucial de la Reingeniería propuesta por Michael Hammer y James Champy, ello indica que para innovar, las empresas deben adaptarse a los cambios emergentes en esta era del conocimiento y el avance vertiginoso de las tecnologías de información y comunicación realizando cambios importantes en los procesos de comercialización con la finalidad de optimizar la eficiencia y la calidad en la forma en que se lleva a cabo los procesos (Robledo, 2013).

En concordancia con el tercer objetivo específico que indica identificar las características de los recursos de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, en la tabla 4 de acuerdo a los resultados encontrados se tiene que el 35.0% de los usuarios afirman que los recursos con que cuenta la empresa son regulares, el 26.7% indica que son bajas, el 18.3% opinan que son altas, el 15.0% muy altas y el 3.0% afirman que son muy bajas, resultados que debe llamar la atención a los directivos de la empresa de transporte investigadas porque la mayoría de los usuarios afirman que los recursos de la innovación se ubican en una valoración de regular y baja, ello debido a que no todo el personal es el más calificado y el número no es el suficiente, muchas veces no se evidencia la existencia de unidades móviles para el apoyo logístico, así mismo los recursos financieros no son los suficientes, puesto que se nota que la infraestructura que tiene no es de lo mejor, ello indica que la falencia de los recursos humanos y financieros no garantiza una innovación que permita el despegue organizativo y liderar en el mercado sea nacional o internacional. Resultados que se relacionan con lo expresado por Murguía (2018) en su investigación sobre gestión de la innovación para aumentar la competitividad, quien indica que los recursos son importantes y decisivos en la gestión de la innovación, puesto que encontró que es necesario la innovación tecnológica y ello implica el empleo de los recursos necesarios y suficientes. Al respecto Robledo (2013) indica que, hoy en día es importante innovación tecnológica que toda organización debe realizar en sus maquinarias y equipos con el hecho de

contar con tecnologías en todos los aspectos de última generación con la finalidad de ser competitivos y agilizar el cumplimiento de las funciones en torno a la satisfacción que se debe dar al colectivo.

Finalmente, en relación al cuarto objetivo específico que indica precisar las características de las estrategias innovadoras para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, en la tabla 5 se tiene que el 45.0% de los usuarios afirman que las estrategias que emplea la empresa son regulares, el 25.0% afirma que es baja, el 10.0% afirma que es muy baja, alta y muy alta respectivamente, ello implica que la empresa no maneja las estrategias adecuadas para un mercado que es altamente competitivo, puesto que, pocas veces existe innovación oportuna de las unidades móviles sobre todo de las que están deterioradas, raras veces se capacita permanentemente al personal sobre todo a los choferes y no se evidencia la existencia de un marketing adecuado, al respecto Castillo (2021) en su tesis sobre propuesta de un modelo de gestión innovador para mejorar la calidad de los servicios, indica que en el mundo empresarial existe una serie de herramientas y estrategias para que las organizaciones puedan utilizarla para mejorar su rentabilidad es por ello que recomienda que las empresas desarrollen modelos en base a estrategias innovadoras que permitan tener vigencia y permanencia en el mercado. Así también Castillo (2013) en su investigación sobre adaptación de un modelo para caracterizar los procesos de gestión de la innovación en las empresas del sector de las TIC, afirma que las estrategias cobran en la actualidad una suma importancia porque son los medios y formas innovadoras que deben incursionar en el proceso de elaboración de los productos o servicios, así como de todo el funcionamiento de la organización.

V. CONCLUSIONES

En cuanto a las características de la innovación de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco se determinó que la mayoría de los usuarios indican que la innovación es regular y en relación a la calidad de servicio la mayoría indica que es buena, sin embargo, se evidencia que un buen porcentaje afirma que es regular y mala respectivamente, este hecho se debe porque las dimensiones de la calidad de servicio como los elementos tangibles, la fiabilidad o confiabilidad, empatía y seguridad no son buenas, debido a una serie de factores siendo el más importante la falta un local apropiado en un sitio adecuado con todas sus comodidades, con ello se conseguiría una mejor calidad de servicio para la satisfacción del usuario

Referente a las características de la organización de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco se estableció que la mayoría de los usuarios opinan que es regular debido especialmente a que la estructura organizativa de la empresa no está bien estructurada, los objetivos no están bien definidos y no siempre existe coordinación adecuada entre las áreas, este falta de una organización adecuada se evidencia en el descontento del usuario que puede emigrar a otra empresa que le puede otorgar una mejor calidad al servicio que solicita

En relación a las características del proceso de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023, se determinó la mayoría indica que el proceso de la innovación es regular, debido que el flujo de las actividades de la empresa no están bien definidos, no siempre existe control permanente de las actividades sobre todo de las unidades móviles, no siempre el servicio de presta la empresa es de calidad, en algunos casos existen quejas de los usuarios.

Con respecto a las características de los recursos de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023 se identificó que la mayoría de los usuarios afirman que los recursos de la innovación son regulares y bajas respectivamente, porque el número de trabajadores no es suficiente y no se capacitan permanentemente, no se evidencia la

existencia de unidades móviles para el apoyo logístico, así mismo los recursos financieros no son los suficientes, puesto que se nota que la infraestructura no tiene las comodidades y el confort necesario para los usuarios y trabajadores, por lo que para propender una mejora en la calidad de servicios se debe contar con los recursos humanos altamente calificados y capacitados en desarrollo personal y sobre todo en inteligencia emocional preferentemente en relaciones interpersonales

En relación con las características de las estrategias innovadoras para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023 se tiene que la mayoría de los usuarios afirman que dichas estrategias son regulares porque la empresa no maneja estrategias adecuadas y pertinentes para un mercado que es altamente competitivo, puesto que, pocas veces existe innovación oportuna de las unidades móviles sobre todo de las que están deterioradas. Hoy en día en un mundo altamente competitivo es necesario que las empresas desarrollen y apliquen estrategias innovadoras sobre todo de marketing con la finalidad de alcanzar las metas y objetivos propuestos en lo que se refiere a aumentar su rentabilidad para beneficio de la organización incluido sus trabajadores en base fundamentalmente en la calidad de sus servicios que prestan y que repercute directamente en la satisfacción del cliente.

VI. RECOMENDACIONES

Para la innovación es necesario que los responsables de la empresa mejoren sustancialmente con la finalidad de optimizar la calidad de servicio sobre todo los elementos tangibles y en especial la infraestructura de los locales que atienden, así como la empatía de los trabajadores para que haya una mejor atención y así propender a la permanencia y vigencia empresarial en el mercado.

Del mismo modo se debe mejorar la organización de la innovación para desarrollar en forma adecuada la estructura organizativa, definir correctamente los objetivos y propiciar la coordinación estrecha y oportuna entre las áreas de la empresa aspectos de mejorarán sustancialmente la calidad de los servicios que prestan

Es necesario que los procesos de la innovación se potencien controlando permanentemente a las unidades móviles mediante mantenimientos programados y de esta manera brindar al usuario una calidad de servicio adecuado y altamente eficiente y no tener quejas y propiciar descontentos en los usuarios sobre todo por el mal estado de las unidades móviles como se evidencian en algunos casos

Se debe dotar mayores recursos humanos y financieros a la empresa para el cumplimiento de sus metas y objetivos organizacionales para ello es necesario incrementar el pasivo para mejorar todos los servicios y dotar de más personal especializado y capacitado que manejen buenas relaciones interpersonales.

La empresa debe desarrollar estrategias innovadoras referente a la innovación oportuna de las unidades móviles sobre todo de las que están deterioradas, capacitación permanente sobre todo de marketing y desarrollo personal a todos los trabajadores que tienen contacto directo con los usuarios y personal de apoyo con la finalidad de obtener competencias comunicativas y empáticas que permitan un trato amable y cordial a los usuarios

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABB (2009). *Making reliability sustainable Barry Kleine (El cambio del paradigma de fiabilidad)*. Nueva Zelanda.
https://library.e.abb.com/public/6d10f9e6b0400217c125759800372435/34-37%201M947_SPA72dpi.pdf
- Álvarez, F. (2007). *Calidad y auditoria en salud*. Ediciones Ecoe.
<https://www.ecoeediciones.mx/wp-content/uploads/2016/04/Calidad-y-auditoria-en-salud-3era-Edici%C3%B3n.pdf>
- Ávila, M. A. y Morales, M. A. (2019). Innovación de proceso y de gestión en un sistema de gestión de la calidad para una industria de servicios. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 13(1), 1-21. <https://rches.utem.cl/articulos/innovacion-de-proceso-y-de-gestion-en-un-sistema-de-gestion-de-la-calidad-para-una-industria-de-servicios/>
- Barrow, S., & Mosley, R. (2000). *The employer brand. El cliente más exigente: tu equipo*. Gestión 2000.
- Botero, M.M y Peña, P. (2006). Calidad en el servicio: El Cliente incógnito. *Suma Psicológica*, 13(2), 217-228. <https://www.redalyc.org/pdf/1342/134216870007.pdf>
- Calvo, P. J. (2022). *Calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huánuco – 2022*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30800>
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. San Marcos.
- Castillo, E. (2005). *Marketing de servicios*. Universidad del BÍO-BÍO.
<https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2010/03/mida-la-calidad-de-su-servicio-con-la-escala-servqual.pdf>
- Castillo, R. N. (2021). *Modelo de gestión innovador para mejorar la calidad de los servicios de la Municipalidad Distrital de Morales, 2020* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56748/Castillo_SRN-SD.pdf?sequence=1

- Castillo, Y. Y. (2013). Adaptación de un modelo para caracterizar los procesos de gestión de la innovación en las empresas del sector de las TIC de la ciudad de Popayan. *Gestión de las Personas y la Tecnología-ISSN 0718-5693*(16), 14-26. <https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847110002.pdf>
- Czuba, M. (2018). Managing creativity in the activities of companies providing municipal services. Analysis of case studies from poland. *International Journal of New Economics and Social Sciences*, 8(2), 127–130. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.9932>
- Domínguez, H. (2006). *El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente*. Ecoe.
- Farfán, Y. (2007). *La fiabilidad*. Editorial Moderna.
- Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. (1ª. ed.). Mc GrawHill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). Mc Graw-Hill.
- INDECOPI. (2009, 06 24). *NORMA TÉCNICA PERUANA NTP 732.001 2009*. Retrieved 04 17, 2014
- Infobae (2023). BCR preocupado por impactos económicos de conflictividad social en el Perú. <https://www.infobae.com/peru/2023/02/14/bcr-preocupado-por-impactos-economicos-de-conflictividad-social-en-el-peru/>
- López, J. A., González, C. y Santos, L. (2018) Innovación de servicio y co-creación con los clientes de la empresa: Efectos sobre los resultados, *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 17(1), 79- 102, ISSN 1138-1442,
- Martínez, A. (2005). *Manual de Gestión y mejora de procesos en los Servicios de Salud*. El Manual Moderno, S.A.
- Murguía, L. (2018) *Gestión de innovación en agronegocios para aumentar la competitividad de la Cooperativa Café Perú en la provincia de Chanchamayo* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Agraria La Molina]. <https://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/2734>
- Nava, R.M. (2016). *El conocimiento en el desarrollo incluyente y sostenible*. Universidad Autónoma del Estado de México. <https://core.ac.uk/download/80534189.pdf>

- Ñaupas, H., Valdivia, M. R., Palacios, J. J. y Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Ediciones de la U.
- OECD. (2005). *Manual de Oslo*. Retrieved 09 15, 2015, <https://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>
- Ortiz, S. y Pedroza, A. (2006). ¿Qué es la Gestión de la innovación y la Tecnología (GIInT)? *Journal of Technology Management and Innovation*, 1(2), 64-82. <https://www.jotmi.org/index.php/GT/article/view/rev1/327>
- Ospina, R. (2018). La reingeniería de procesos: una herramienta gerencial para la innovación y mejora de la calidad en las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 2(2), 91-100. <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344006.pdf>
- Palomino J. S. (2021). *Características de calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Mype, sector servicio – rubro restaurant: estudio de caso Pikalo'S del distrito de San Vicente de Cañete, año 2019 2022* [Tesis de maestría, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23367>
- Pantigoso, P. (2020). *Las pymes en el Perú: Impulsando el crecimiento económico*. Lima: Country Managing Partner EY Perú. <https://revistaganamas.com.pe/column-mejorandoentor/las-pymes-en-el-peru-impulsando-el-crecimiento-economico/>
- Robledo, J. (2017). *Introducción a la Gestión de la Tecnología y la Innovación*. Medellín, Colombia. https://minas.medellin.unal.edu.co/descargas/Robledo_2017_Introduccion_a_la_gestion_de_la_tecnologia_y_la_innovacion.pdf
- Rojas, A. Y. (2009). *Desarrollo de un modelo de aplicación de la norma UNE 166002, sobre implantación de sistemas de innovación en las PYMIS venezolanas*. [Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid]. Madrid, España.
- Salas, E. Q. (2023). *Innovación para mejorar la calidad servicio en la MYPE del sector servicio, Flor salón, del distrito de Independencia, Lima 2022* [Tesis de maestría, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/32882>
- Setó, D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. ESIC.

- Silva, R. N. (2013). *Sociedades de Garantías Recíprocas (SGR) como mecanismo para facilitar el acceso a crédito de las MYPES en el Perú*. *Gestión Pública y Desarrollo*, 6(1), 1-32
- Vara, A. A. (2015). *7 pasos para elaborar una Tesis*. Editorial Macro
- Velez de Villa V. K. (2020). Repositorio de la Universidad Nacional Hermilio Valdizav. Calidad de servicio y lealtad del cliente en el restaurante "El Bambu" del Distrito de Pillco Marca - Huánuco: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6884/TTH00068V39.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- WEF. (2013). *Global agenda council on social innovation*. Retrieved 09 15, 2015, from World Economic Forum (WEF). http://www3.weforum.org/docs/GAC12/IssueBrief/IB_SocialInnovation.pdf
- Zeithaml, A. Valarie, A. Parasuraman, L y Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Días de Santos.
- Zeithaml, A., Valarie A. y Botner, M. (2002). *Marketing de Servicios*. McGraw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Problema general: ¿Cuáles son las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023? Problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la organización de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023? ¿Cuáles son las características de los procesos de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023? ¿Cuáles son las características de los recursos de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023? ¿Cuáles son las características de las estrategias de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023?	Objetivo General: Determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023. Objetivos específicos: Establecer las características de la organización de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023. Determinar las características del proceso de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023. Identificar las características de los recursos de la innovación para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023. Precisar las características de las estrategias innovadoras para mejorar la calidad de servicio la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, distrito de Huánuco 2023.	Variable 1: Innovación Dimensiones: Organización Procesos Recursos Estrategias Variable 2: Calidad de servicio Dimensiones: Elementos tangibles Fiabilidad o confiabilidad Empatía Seguridad	Tipo de investigación: Cuantitativo Nivel de investigación: Descriptivo Diseño de Investigación: No experimental descriptivo y transversal Población y muestra: La población lo conformarán 1200 usuarios de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A del distrito de Huánuco y la muestra de tipo probabilística lo conformarán 60 usuarios. Técnica e instrumentos. La técnica a utilizar será la encuesta y como instrumento, el cuestionario que medirán a las dos variables conformado por 28 ítems

ANEXO 2. INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO QUE SE APLICARA A LOS USUARIOS DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS “CLASE A”, DISTRITO DE HUÁNUCO 2023

INSTRUCCIONES

A continuación, le presentamos un cuestionario de alternativas múltiples, mucho le agradeceré que exprese su opinión sincera y objetiva marcando con un aspa (x) aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con las siguientes alternativas.

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

VARIABLES	Nº	DIMENSIONES/ÍTEMS	1	2	3	4	5
INNOVACIÓN		ORGANIZACIÓN					
	1	La estructura organizativa de la empresa está bien estructurada					
	2	Los objetivos están bien definidos					
	3	Existe coordinación adecuada entre las áreas de la empresa					
		PROCESOS					
	4	El flujo de las actividades de la empresa está bien definido					
	5	Existe control permanente de las actividades sobre todo de las unidades móviles sin que existe queja alguna por parte del usuario					
	6	El servicio de presta la empresa es de calidad					
		RECURSOS					
	7	El personal es suficiente y es el más calificado					
	8	Existe las unidades móviles suficiente, así como el apoyo logístico					
	9	Los recursos financieros que maneja la empresa son suficientes					
		ESTRATEGIAS					
	10	Existe innovación oportuna de las unidades móviles sobre todo de las que están deterioradas					
	11	Se capacita permanentemente al personal sobre todo a los choferes					
	12	Se evidencia la existencia de un marketing adecuado					

CALIDAD DE SERVICIO		DIMENSIONES/ÍTEMS					
		ELEMENTOS TANGIBLES					
	13	Las áreas de espera del local de la empresa son cómodas y adecuadas					
	14	El local de la empresa cuenta con buenos baños tanto para hombres como para mujeres y en buenas condiciones					
	15	Las ventanillas donde se compran los tiquetes lucen agradable a la vista y son cómodas					
	16	Los autos de transporte de pasajeros de la empresa son cómodos y en buen estado					
		FIABILIDAD					
	17	Los trabajadores de la empresa (portero o llamadores, vigilancia, portaequipajes, aseadora, etc.) brindan un servicio eficiente.					
	18	Los empleados de la empresa ofrecen un servicio eficiente					
	19	La empresa cumple lo que promete dentro del tiempo estimado					
	20	El trabajador resuelve las consultas o problemas en forma inmediata					
		EMPATÍA					
	21	Las personas que ayudan con el equipaje son amables y respetuosos					
	22	Los empleados muestran interés por conocer más a sus clientes.					
	23	Los trabajadores le tratan con amabilidad, respeto y paciencia					
	24	Los trabajadores y directivos se involucran en sus problemas para su pronta solución					
		SEGURIDAD					
	25	La empresa muestra seguridad en su servicio					
	26	Se siente seguro de llegar a su destino sin contratiempos					
	27	Se siente seguro de enviar correspondencia, giros y otros en la empresa					
	28	Considera que la empresa tiene al día toda su documentación sobre todo el SOAT					

ANEXO 3. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

4.5.2 Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Abn Dennis López López

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Karen Shirley Ruiz Pérez estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "La innovación para mejorar la calidad de servicio de la empresa de transporte interprovincial Clase A" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,


Firma de estudiante

DNI: 40259740

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: ALAN DENNIS LÓPEZ LÓPEZ

Nº DNI / CE: 43056354 Edad: 39

Teléfono / celular: 918270801 Email: ALAN.LOPEZ@UNMS.EDU.PE

Título profesional: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Grado académico: Maestría ☒ Doctorado: ☐

Especialidad: GESTIÓN PÚBLICA

Institución que labora: UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:
LA INNOVACION PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTE INTERPROVINCIAL "CLASE A", DISTRITO DE HUANUCO 2023

Autor(es):
RUIZ PEREZ KAREN SHIRLEY

Programa académico:
FACULTAD DE CIENCIA E INGENIERÍA – ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION


Firma


Huella digital

ANEXO 3. FORMATO DE FICHA DE VALIDACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL "CLASE A", DISTRITO DE HUÁNUCO 2023								
	Variable 1: Innovación	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Organización	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	La estructura organizativa de la empresa está bien estructurada	X		X		X		
2	Los objetivos están bien definidos	X		X		X		
3	Existe coordinación adecuada entre las áreas de la empresa	X		X		X		
	Dimensión 2: Procesos							
4	El flujo de las actividades de la empresa está bien definido	X		X		X		
5	Existe control permanente de las actividades sobre todo de las unidades móviles sin que existe queja alguna por parte del usuario	X		X		X		
6	El servicio de presta la empresa es de calidad	X		X		X		
	Dimensión 3: Recursos							
7	El personal es suficiente y es el más calificado	X		X		X		
8	Existe las unidades móviles suficiente, así como el apoyo logístico	X		X		X		
9	Los recursos financieros que maneja la empresa son suficientes	X		X		X		

	Dimensión 4: Estrategias						
10	Existe innovación oportuna de las unidades móviles sobre todo de las que están deterioradas	X		X		X	
11	Se capacita permanentemente al personal sobre todo a los choferes	X		X		X	
12	Se evidencia la existencia de un marketing adecuado	X		X		X	
	Variable 2: Calidad de servicio						
	Dimensión 1: Elementos tangibles						
13	Las áreas de espera del local de la empresa son cómodas y adecuadas	X		X		X	
14	El local de la empresa cuenta con buenos baños tanto para hombres como para mujeres y en buenas condiciones	X		X		X	
15	Las ventanillas donde se compran los tiquetes lucen agradable a la vista y son cómodas	X		X		X	
16	Los autos de transporte de pasajeros de la empresa son cómodos y en buen estado	X		X		X	
	Dimensión 2: Fiabilidad						
17	Los trabajadores de la empresa (portero o llamadores, vigilancia, portaequipajes, asecadora, etc.) brindan un servicio eficiente.	X		X		X	
18	Los empleados de la empresa ofrecen un servicio eficiente	X		X		X	
19	La empresa cumple lo que promete dentro del tiempo estimado	X		X		X	
20	El trabajador resuelve las consultas o problemas en forma inmediata	X		X		X	
	Dimensión 3: Empatía						

21	Las personas que ayudan con el equipaje son amables y respetuosos	X		X			
22	Los empleados muestran interés por conocer más a sus clientes.	X		X		X	
23	Los trabajadores le tratan con amabilidad, respeto y paciencia	X		X		X	
24	Los trabajadores y directivos se involucran en sus problemas para su pronta solución	X		X		X	
Dimensión 4: Seguridad							
25	La empresa muestra seguridad en su servicio	X		X		X	
26	Se siente seguro de llegar a su destino sin contratiempos	X		X		X	
27	Se siente seguro de enviar correspondencia, giros y otros en la empresa	X		X		X	
28	Considera que la empresa tiene al día toda su documentación sobre todo el SOAT	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg ALIAN DENNIS GARCIA GARCIA DNI 43056354


Firma



Huella digital

4.5.2 Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Melisa Jackeline Zavala Guerrero

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Karen Shirley Ruiz Peña estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "La innovación para mejorar la calidad de servicios de la empresa de transporte interprovincial clase A" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,


Firma de estudiante

DNI: 70259740

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: <u>Melisa Jackeline Zavala Guerrero</u>	
N° DNI / CE: <u>73248372</u>	Edad: <u>30</u>
Teléfono / celular: <u>920219915</u>	Email: <u>Melisa.Zavala@ums.edu.pe</u>
Título profesional: <u>Licenciada en Administración</u>	
Grado académico: Maestría <u>X</u>	Doctorado: _____
Especialidad: <u>Ciencias Económicas – Mención Finanzas</u>	
Institución que labora: <u>Universidad Nacional Agraria de la Selva</u>	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título: LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL "CLASE A", DISTRITO DE HUÁNUCO 2023	
Autor(es): RUIZ PEREZ KAREN SHIRLEY	
Programa académico: FACULTAD DE CIENCIA E INGENIERIA – ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION	
 Firma	 Huella digital

ANEXO 3. FORMATO DE FICHA DE VALIDACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL "CLASE A", DISTRITO DE HUÁNUCO 2023								
	Variable 1: Innovación	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Organización	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	La estructura organizativa de la empresa está bien estructurada	X		X		X		
2	Los objetivos están bien definidos	X		X		X		
3	Existe coordinación adecuada entre las áreas de la empresa	X		X		X		
	Dimensión 2: Procesos							
4	El flujo de las actividades de la empresa está bien definido	X		X		X		
5	Existe control permanente de las actividades sobre todo de las unidades móviles sin que existe queja alguna por parte del usuario	X		X		X		
6	El servicio de presta la empresa es de calidad	X		X		X		
	Dimensión 3: Recursos							
7	El personal es suficiente y es el más calificado	X		X		X		
8	Existe las unidades móviles suficiente, así como el apoyo logístico	X		X		X		
9	Los recursos financieros que maneja la empresa son suficientes	X		X		X		

	Dimensión 4: Estrategias						
10	Existe innovación oportuna de las unidades móviles sobre todo de las que están deterioradas	X		X		X	
11	Se capacita permanentemente al personal sobre todo a los choferes	X		X		X	
12	Se evidencia la existencia de un marketing adecuado	X		X		X	
	Variable 2: Calidad de servicio						
	Dimensión 1: Elementos tangibles						
13	Las áreas de espera del local de la empresa son cómodas y adecuadas	X		X		X	
14	El local de la empresa cuenta con buenos baños tanto para hombres como para mujeres y en buenas condiciones	X		X		X	
15	Las ventanillas donde se compran los tiquetes lucen agradable a la vista y son cómodas	X		X		X	
16	Los autos de transporte de pasajeros de la empresa son cómodos y en buen estado	X		X		X	
	Dimensión 2: Fiabilidad						
17	Los trabajadores de la empresa (portero o llamadores, vigilancia, portaequipajes, aseadora, etc.) brindan un servicio eficiente.	X		X		X	
18	Los empleados de la empresa ofrecen un servicio eficiente	X		X		X	
19	La empresa cumple lo que promete dentro del tiempo estimado	X		X		X	
20	El trabajador resuelve las consultas o problemas en forma inmediata	X		X		X	
	Dimensión 3: Empatía						

21	Las personas que ayudan con el equipaje son amables y respetuosos	X		X		X		
22	Los empleados muestran interés por conocer más a sus clientes.	X		X		X		
23	Los trabajadores le tratan con amabilidad, respeto y paciencia	X		X		X		
24	Los trabajadores y directivos se involucran en sus problemas para su pronta solución	X		X		X		
Dimensión 4: Seguridad								
25	La empresa muestra seguridad en su servicio	X		X		X		
26	Se siente seguro de llegar a su destino sin contratiempos	X		X		X		
27	Se siente seguro de enviar correspondencia, giros y otros en la empresa	X		X		X		
28	Considera que la empresa tiene al día toda su documentación sobre todo el SOAT	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable ☒ Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg .Melisa Jackeline Zavala Guerrero..... DNI 73248332...



Firma



Huella digital

4.5.2 Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Josier Mendoza Balarezo

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Karen Shirley Ruiz Perez estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "La innovación para mejorar la calidad de Servicio de la empresa de transporte interprovincial Clase A..." y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,


Firma de estudiante

DNI: 70259740

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Javier Mendoza Balarezo

N° DNI / CE: 22405515

Edad: 68 años

Teléfono / celular: 976959512

Email: balarezo2000otmail.com

Título profesional: Licenciado en Educación

Grado académico: Maestría _____

Doctorado: X

Especialidad: Administración de la Educación

Institución que labora: Universidad Nacional Hermilio Valdizán

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL "CLASE A", DISTRITO DE HUÁNUCO 2023

Autor(es):

RUIZ PEREZ KAREN SHIRLEY

Programa académico:

Administración



Firma



Huella digital

ANEXO 3. FORMATO DE FICHA DE VALIDACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL “CLASE A”, DISTRITO DE HUÁNUCO 2023								
	Variable 1: Innovación	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Organización	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	La estructura organizativa de la empresa está bien estructurada	✓		✓		✓		
2	Los objetivos están bien definidos	✓		✓		✓		
3	Existe coordinación adecuada entre las áreas de la empresa	✓		✓		✓		
	Dimensión 2: Procesos							
4	El flujo de las actividades de la empresa está bien definido	✓		✓		✓		
5	Existe control permanente de las actividades sobre todo de las unidades móviles sin que existe queja alguna por parte del usuario	✓		✓		✓		
6	El servicio de presta la empresa es de calidad	✓		✓		✓		
	Dimensión 3: Recursos							
7	El personal es suficiente y es el más calificado	✓		✓		✓		
8	Existe las unidades móviles suficiente, así como el apoyo logístico	✓		✓		✓		
9	Los recursos financieros que maneja la empresa son suficientes	✓		✓		✓		

	Dimensión 4: Estrategias						
10	Existe innovación oportuna de las unidades móviles sobre todo de las que están deterioradas	✓		✓		✓	
11	Se capacita permanentemente al personal sobre todo a los choferes	✓		✓		✓	
12	Se evidencia la existencia de un marketing adecuado	✓		✓		✓	
	Variable 2: Calidad de servicio						
	Dimensión 1: Elementos tangibles						
13	Las áreas de espera del local de la empresa son cómodas y adecuadas	✓		✓		✓	
14	El local de la empresa cuenta con buenos baños tanto para hombres como para mujeres y en buenas condiciones	✓		✓		✓	
15	Las ventanillas donde se compran los tiquetes lucen agradable a la vista y son cómodas	✓		✓		✓	
16	Los autos de transporte de pasajeros de la empresa son cómodos y en buen estado						
	Dimensión 2: Fiabilidad						
17	Los trabajadores de la empresa (portero o llamadores, vigilancia, portaequipajes, aseo, etc.) brindan un servicio eficiente.	✓		✓		✓	
18	Los empleados de la empresa ofrecen un servicio eficiente	✓		✓		✓	
19	La empresa cumple lo que promete dentro del tiempo estimado	✓		✓		✓	
20	El trabajador resuelve las consultas o problemas en forma inmediata	✓		✓		✓	
	Dimensión 3: Empatía						

21	Las personas que ayudan con el equipaje son amables y respetuosos	✓		✓		✓		
22	Los empleados muestran interés por conocer más a sus clientes.	✓		✓		✓		
23	Los trabajadores le tratan con amabilidad, respeto y paciencia	✓		✓		✓		
24	Los trabajadores y directivos se involucran en sus problemas para su pronta solución	✓		✓		✓		
Dimensión 4: Seguridad								
25	La empresa muestra seguridad en su servicio	✓		✓		✓		
26	Se siente seguro de llegar a su destino sin contratiempos	✓		✓		✓		
27	Se siente seguro de enviar correspondencia, giros y otros en la empresa	✓		✓		✓		
28	Considera que la empresa tiene al día toda su documentación sobre todo el SOAT	✓		✓		✓		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

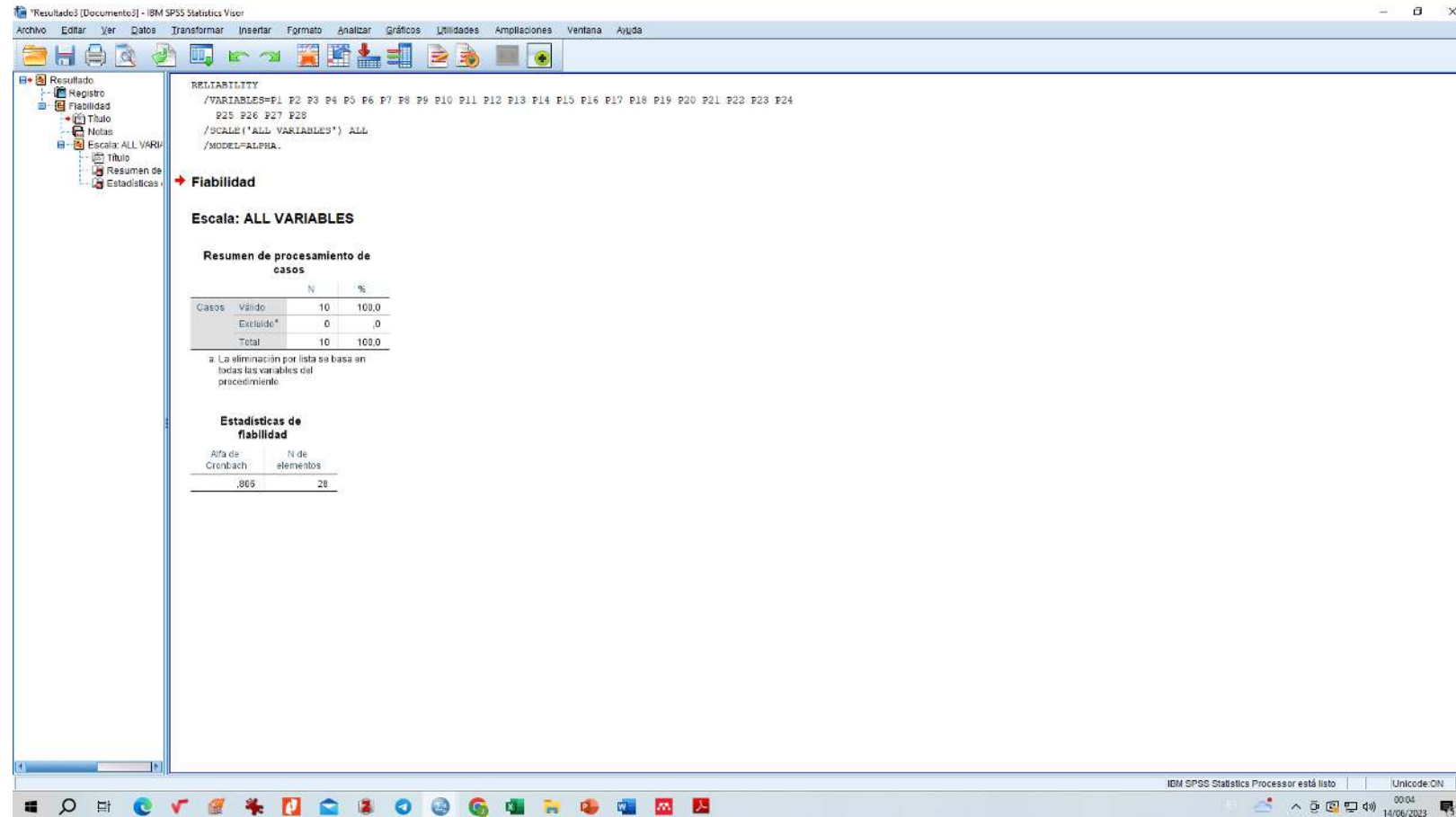
Nombres y Apellidos de experto: Dr. . Javier Mendoza Balarezo DNI: 22405515


 Dr. Javier Mendoza Balarezo
 DOCENTE DE INVESTIGACIÓN



Huella digital

ANEXO 4. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO



IBM SPSS Statistics V20

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
- Título
- Notas
- Escala: ALL VARIABLES
- Título
- Resumen de Estadísticas

RELIABILITY

```
/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18 P19 P20 P21 P22 P23 P24  
P25 P26 P27 P28  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

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

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,805	28

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON 00:04 14/06/2023

ANEXO 5. BASE DE DATOS

BASE DE DATOS CUESTIONARIO - EXC																											
Javier Mendoza Balarezo																											
Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Nitro Pro ¿Qué desea hacer?																											
Pegar Cortar Copiar Copiar formato Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición																											
AN12																											
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z AA AB AC AD AE AF AG AH AI AJ AK AL AM AN AO																											
VARIABLE 1: INNOVACIÓN																											
VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO																											
SUMATORIAS																											
D1-IN D2-IN D3-IN D4-IN TOT-IN D1-CS D2-CS D3-CS D4-CS TOT-CS																											
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28																											
1 4 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 5 4 13 13 14 14 54																											
2 4 3 5 3 3 3 4 4 3 3 3 3 3 4 3 3 4 4 4 4 4 5 4 5 4 12 9 11 9 41																											
3 3 4 3 4 4 3 3 4 3 3 2 3 2 2 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 4 4 4 10 11 10 8 39																											
4 4 3 4 3 4 4 3 4 4 3 3 4 4 4 4 3 4 4 4 3 4 3 4 4 4 4 4 11 11 11 10 43																											
5 3 4 2 4 4 4 4 4 5 5 4 4 4 3 3 5 5 4 4 5 4 4 4 5 5 5 5 9 12 13 13 47																											
6 4 3 4 3 3 4 3 4 4 3 4 2 4 3 4 3 3 3 4 5 4 3 2 4 4 11 10 11 9 41																											
7 2 3 2 2 3 5 3 3 3 2 1 1 3 5 2 1 2 3 2 2 5 4 4 4 1 3 2 2 7 10 9 4 30																											
8 4 3 3 4 5 5 3 3 3 4 1 2 3 2 2 3 2 2 3 5 4 4 2 4 4 3 5 5 10 14 9 7 40																											
9 5 4 3 5 4 5 5 5 5 4 4 4 4 5 5 4 4 4 4 5 5 5 5 5 5 5 5 12 14 15 12 53																											
10 3 4 3 4 4 3 3 4 4 2 4 4 2 2 3 4 4 4 4 3 2 3 5 4 5 5 5 10 11 11 10 42																											
11 3 3 3 2 2 3 3 3 3 2 3 3 2 2 3 3 2 3 2 3 3 3 3 3 3 3 3 9 7 8 9 33																											
12 1 3 2 2 3 3 2 3 3 2 3 2 2 1 1 2 3 2 2 2 5 1 3 2 3 4 4 3 6 8 8 7 29																											
13 5 3 4 4 4 2 3 4 3 4 4 3 1 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 5 12 10 10 11 43																											
14 5 5 5 5 1 5 5 5 5 2 3 3 3 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 15 11 12 9 47																											
15 5 5 5 5 3 5 5 5 5 3 5 3 2 5 2 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 15 13 13 10 51																											
16 3 3 4 4 2 4 3 4 3 3 3 4 2 3 4 3 2 3 2 2 3 3 2 3 4 3 5 10 10 10 10 40																											
17 5 5 5 5 4 5 4 2 2 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 5 15 14 8 11 48																											
18 5 5 5 5 4 5 4 2 2 4 3 4 4 4 4 5 4 5 5 4 5 5 5 5 5 5 5 15 14 8 11 48																											
19 5 5 5 5 1 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 15 11 15 15 56																											
20 3 4 5 5 5 4 3 3 5 5 3 3 3 4 3 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 5 12 14 11 11 48																											
21 5 5 5 5 5 5 5 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 15 15 14 15 59																											
22 2 5 3 2 2 2 1 1 1 2 2 2 2 3 4 3 2 3 1 4 1 2 2 2 3 3 2 10 6 3 5 24																											
23 4 5 5 4 4 5 4 3 3 5 4 5 3 4 5 4 5 3 4 5 4 4 5 4 4 4 14 13 12 13 52																											
24 4 3 4 3 3 4 4 4 4 3 3 2 3 4 4 4 3 4 4 4 4 5 5 5 4 4 4 11 10 11 10 42																											
25 2 3 3 4 2 3 3 4 2 2 2 4 3 2 3 4 4 2 4 3 3 4 3 2 3 3 2 8 9 9 8 34																											
26 4 2 4 4 3 3 4 3 2 1 2 3 4 5 4 4 2 4 2 4 2 4 3 4 4 4 10 10 9 6 35																											
27 2 4 4 5 5 5 4 4 4 4 4 2 1 2 4 4 4 2 4 5 4 2 2 4 5 5 10 15 12 12 49																											
28 3 4 4 5 5 4 3 3 2 3 3 4 3 1 2 4 4 4 3 2 4 2 3 3 2 4 4 11 14 8 10 43																											
29 4 4 5 4 4 5 5 4 5 3 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 13 13 14 10 50																											
30 4 4 5 4 5 5 5 5 4 4 4 4 3 1 4 5 5 4 4 4 4 4 2 2 5 5 5 4 13 14 14 12 53																											

BASE_DE_DATOS CUESTIONARIO -EXCEL- (1) - Excel

Javier Mendoza Balarezo

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Nitro Pro ¿Qué desea hacer?

Pegar Cortar Copiar Copiar formato Portapapeles Fuente Alineación Número Formato condicional Dar formato como tabla Estilos Celdas Edición

Calibri 11 A A General Normal Bueno Incorrecto Neutral Cálculo Celda de co... Celda vincul... Entrada Autosuma Rellenar Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

AN12

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO		
35	31	5	5	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	1	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	5	5	5	13	9	5	7	34	11	14	15	19	59				
36	32	4	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	3	2	1	3	3	4	4	4	1	5	4	3	4	4	4	5	5	10	7	9	8	34	10	13	16	18	57				
37	33	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	8	8	8	9	33	10	11	11	15	47				
38	34	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	10	11	8	8	37	15	15	15	15	60				
39	35	4	4	3	4	3	4	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	4	2	3	5	11	11	7	4	33	6	6	9	14	35				
40	36	4	4	3	3	3	4	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	3	3	2	4	2	3	5	11	10	7	4	32	6	6	10	14	36				
41	37	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	5	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	9	7	12	10	38	15	14	13	15	57				
42	38	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	14	12	13	9	48	12	10	13	13	48				
43	39	2	2	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	7	10	14	14	45	13	16	13	17	59				
44	40	4	3	3	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	10	12	11	10	43	16	13	15	15	59				
45	41	2	2	3	2	5	1	1	3	4	5	4	1	1	2	3	4	5	4	3	2	3	4	5	4	3	2	1	2	7	8	8	10	33	10	14	16	8	48				
46	42	3	2	4	4	3	2	2	3	1	1	5	2	1	5	3	4	3	1	4	1	2	4	2	1	2	3	2	4	9	9	6	8	32	13	9	9	11	42				
47	43	1	2	1	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	4	9	7	8	28	7	10	9	4	30				
48	44	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	15	14	14	15	58	19	19	16	20	74				
49	45	4	5	3	4	3	5	2	2	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	3	2	3	3	5	5	12	12	7	9	40	18	17	11	16	62				
50	46	3	2	5	5	5	4	4	4	5	4	4	1	4	4	5	5	4	5	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	10	14	13	9	46	18	17	11	16	62				
51	47	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10	4	6	4	24				
52	48	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	11	9	11	9	40	15	14	13	16	58				
53	39	2	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	2	4	2	3	4	4	3	3	4	8	9	9	8	34	12	12	13	14	51				
54	50	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	2	1	3	2	3	4	2	3	3	2	2	3	4	2	3	2	10	10	10	7	37	8	12	10	11	41				
55	51	1	4	1	5	1	3	2	2	4	2	5	1	5	1	2	4	3	5	1	3	1	2	5	2	3	2	5	3	6	9	8	8	31	12	12	10	13	47				
56	52	4	2	4	4	5	2	4	3	2	4	3	3	2	2	4	2	4	2	3	2	3	4	4	2	3	4	3	2	10	11	9	10	40	10	11	13	12	46				
57	53	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	2	2	3	7	8	7	10	32	12	11	14	10	47				
58	54	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	11	11	9	6	37	16	13	12	13	54					
59	55	5	3	3	2	2	5	5	2	5	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3	2	5	3	3	5	11	9	12	7	39	20	17	9	16	62				
60	56	2	4	3	2	5	1	3	5	1	1	2	1	2	3	2	1	5	2	3	2	3	3	1	1	3	1	3	2	9	8	9	4	30	8	12	8	9	37				
61	57	2	4	1	4	2	5	3	1	3	4	1	5	1	3	2	5	3	2	4	2	1	5	3	5	3	1	2	4	7	11	7	10	35	11	11	14	10	46				
62	58	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	15	14	14	58	18	20	20	20	78				
63	59	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	11	12	12	12	47	16	16	16	16	64				
64	60	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	1	1	3	1	4	4	4	4	4	3	7	10	12	10	39	12	8	12	15	47				
65																																											
66																																											
67																																											
68																																											

BASE_DE_DATOS CUESTIONARIO -EXC

Accesibilidad: todo correcto

00:29 5/08/2023

ANEXO 6. DECLARACIÓN JURADA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD Y ORIGINALIDAD

Yo, Karen Shirley Ruiz Pérez, identificada con DNI: 70259740 y código de estudiante 2011130070 de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados de la investigación son reales, debido a que no han sido falsificados, copiados ni duplicados. Todos los resultados fueron obtenidos de los usuarios de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A, del distrito de Huánuco, quienes participaron de la encuesta de manera voluntaria, el cual permitió realizar la investigación titulada: LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL CLASE A, DISTRITO DE HUÁNUCO 2023; tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Por lo expuesto mediante la presente asumo frente a la UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pueda derivarse por la originalidad, autoría y veracidad del contenido de la investigación y no presente ningún conflicto de intereses. En consecuencia, me hago responsable frente a la UNIVERSIDAD y a terceros de cualquier daño que pueda ocasionar por el incumplimiento de lo declarado.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en la investigación asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigentes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Chimbote, 15 de junio de 2023


.....
Karen Shirley Ruiz Pérez
DNI: 70259740

ANEXO 7. EVIDENCIAS DE EJECUCIÓN (BASE DE DATOS)





Usuarios de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros Clase A contestando el cuestionario